

# FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Marketing

“COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES DEL CANAL TRADICIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA EFICACIA DEL PROGRAMA DE FIDELIDAD ‘SOCIO BACKUS’ EN EL SECTOR CONSUMO MASIVO, TRUJILLO 2020.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autora:

Estrella Vasquez Arango

Asesor:

Mg. Lic. Francisco Paredes León

Trujillo - Perú

2020

## DEDICATORIA

A los dos pilares fundamentales en mi vida, mi padre, mi ejemplo de esfuerzo y dedicación, por otorgarme la mejor herencia, mi educación; a mi madre, mi ejemplo de perseverancia y emprendimiento, por su orientación en todo este proceso de vida universitaria, por creer en mis capacidades, por sus sabios consejos y los valores inculcados, a ellos va dedicado este logro.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud; a mi padre, gracias por brindarme una educación y por darme la dicha de ser profesional; a mi madre, gracias por ser mi compañera de vida y estar junto a mí en cada momento.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
1.1. Realidad Problemática .....	10
1.2. Formulación del problema.....	18
1.3. Objetivos.....	18
1.3.1. <i>Objetivos generales</i> .....	18
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	18
1.4. Hipótesis.....	18
1.4.1. <i>Hipótesis específicas</i> .....	19
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>20</b>
2.1. Tipo de investigación.....	20
2.2. Población y muestra.....	20
2.3. Instrumento y Recolección de Datos .....	20
1.2. Método.....	21
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>27</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>40</b>
4.1. Discusión .....	40
4.2. Conclusiones .....	41
<b>ANEXOS .....</b>	<b>45</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de programa de fidelidad.....	16
Tabla 2. Etapas y procedimiento de los objetivos de la investigación .....	21
Tabla 3. Comportamiento de compra según Family Brand .....	23
Tabla 4. Comportamiento de compra según Category Brand .....	24
Tabla 5. Comportamiento de compra según subcanal tradicional.....	242
Tabla 6. Matriz de indicadores del comportamiento de compra .....	25
Tabla 7. Matriz de indicadores por cada objetivo de la empresa .....	25
Tabla 8. Comparación compras totales de cajas equivalentes - Año 2019 vs 2020.....	26
Tabla 9. Participación por Family Brand .....	27
Tabla 10. Penetración por Categoría de Producto.....	28
Tabla 11. Reconocimiento de marca por unidades vendidas.....	29
Tabla 12. Participación por subcanal .....	30
Tabla 13. Participación por categoría según subcanal.....	31
Tabla 14. Crecimiento de ventas 2020 versus 2019 .....	33
Tabla 15. Alcance de coberturas por Family Brand - Enero.....	34
Tabla 16. Alcance de coberturas por Family Brand - Febrero.....	35
Tabla 17. Alcance de coberturas por Family Brand - Marzo .....	35
Tabla 18. Alcance de coberturas por Family Brand - Abril.....	36
Tabla 19. Alcance de coberturas por Family Brand - Mayo.....	36
Tabla 20. Alcance de coberturas por Family Brand - Junio.....	37
Tabla 21. Alcance de coberturas por Family Brand - Julio.....	37

Tabla 22. Alcance de coberturas por Family Brand - Agosto ..... 38

Tabla 23. Alcance de coberturas por Family Brand - Setiembre ..... 38

Tabla 24. Cálculo de la Eficacia del Programa de Fidelidad Socio Backus según objetivo general del estudio.....37

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Penetración por Family Brand .....	27
Figura 2. Penetración por Category Brand .....	28
Figura 3. Reconocimiento de marca .....	30
Figura 4. Penetración por subcanal .....	31
Figura 5. Penetración según subcanal tradicional .....	32
Figura 6. Tendencia de crecimiento de compras en el año 2020 a través del Programa Socio Backus .....	33
Figura 7. Alcance de coberturas en el mes de Enero .....	34

## RESUMEN

La presente investigación se basa en el estudio de un programa de fidelidad con segmentación canal tradicional dirigido a bodegas de consumo masivo, rubro con una alta competencia en la actualidad.

Este estudio plantea determinar la influencia del comportamiento de compra del cliente en la eficacia del programa 'Socio Backus' en Trujillo, 2020. Todo ello a partir de una metodología descriptiva no experimental.

Se analizó e interpretó la base de datos recopilada, para poder concluir la investigación, se desarrolló el estudio en base a indicadores comerciales para determinar los objetivos planteados. Asimismo, se usó como instrumento una ficha técnica de indicadores, para detallar paso a paso como se realizó el presente estudio, los resultados que se obtuvieron se desarrollaron a través de estadística descriptiva.

De esta manera, se obtuvo un panorama más amplio acerca del comportamiento de compra del socio, con más detalle por cada acción, categoría y familia de marca, asimismo determinar el cumplimiento de objetivos trazados por la empresa.

**Palabras clave: Programa de fidelidad, eficacia, comportamiento de compra**

## ABSTRACT

This research is based on the study of a loyalty program with traditional channel segmentation aimed at mass consumption wineries, an area with high competition today.

This study proposes to determine the influence of the customer's purchasing behavior on the effectiveness of the 'Partner Backus' program in Trujillo, 2020. All based on a non-experimental descriptive methodology.

The compiled database was analyzed and interpreted, in order to conclude the research, the study was developed based on commercial indicators to determine the objectives set. Likewise, a technical sheet of indicators was used as an instrument, to detail step by step how the present study was carried out, the results obtained were developed through descriptive statistics.

In this way, a broader panorama of the partner's purchasing behavior was obtained, with more detail for each action, category and brand family, as well as determining the fulfillment of objectives set by the company.

**Keywords: Loyalty program, effectiveness, buying behavior**

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática

En la última década, los programas de fidelidad han ganado espacio entre las estrategias más requeridas en el mundo del marketing, especialmente en el trade marketing. En España, por ejemplo, la tendencia de los consumidores a formar parte de un programa de fidelización va en aumento y creció en un 16% en el 2014, por lo que 3 de cada 10 compras fueron generadas a través de estos programas y captó un 70% de consumidores que tuvieron participación. (Perú Retail, 2015).

Por otro lado, El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) indica que existen más de 3.5 millones de bodegas en Latinoamérica, cuya principal necesidad es la mejora de su propuesta de valor. De acuerdo al Centro de Transporte y Logística (CTL) del Massachusetts Institute of Technology (MIT), señala que existen 50 millones de bodegas a nivel mundial y en los próximos años este sector seguirá creciendo, especialmente en países emergentes con efecto multiplicador. El 83% de las bodegas nacen como negocio familiar y están ubicadas dentro de las viviendas. En Perú, la presencia y fortaleza del canal tradicional, conformado principalmente por bodegas, seguirá siendo fundamental para la mayor parte de la población (Ipsos Perú, 2016).

Según información recopilada por el Instituto de Estudios Económicos y Sociales (IEES) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), en el tercer trimestre del año 2018 la producción de bebidas no alcohólicas descendió en 13.7% en comparación al mismo periodo del 2017. Asimismo, el IEES informa que la disminución en la producción se evidencia entre Enero y Agosto del 2018, decreciendo un 14.2% en aguas de mesa, 13.7% en gaseosas y 9.5% en rehidratantes, no obstante, se registró un incremento de 5.8% en refrescos. Además, el ISC de las bebidas tuvo un incremento, lo cual originó una menor demanda de los productos (Gestión, 2018).

Por otro lado, según destacó Jorge Carniglia (2019), las empresas deben tomar en cuenta las necesidades de los consumidores peruanos. Al respecto, el 92% de los clientes

prefieren retailers con programas de fidelización, el 70% están pendientes de las promociones, mientras que al 87% les importa la calidad de los productos que adquieren.

Sin embargo, El portal web de Arellano (2019), señaló que en los últimos años el canal moderno viene creciendo frente al canal tradicional, el cual mantiene una alta participación de ventas de consumo masivo. Asimismo, el Perú tiene una mayor cifra porcentual de preferencia en fidelización, debido a que los consumidores desean aprovechar las ventajas adicionales que se les otorga.

En el mismo contexto, el 47 % de los compradores peruanos adquieren productos posicionados en el mercado, a diferencia del 41 % que tiene inclinación por la compra de nuevos productos.

Por ese motivo, las compañías líderes en el mercado de consumo masivo implementan estas estrategias para retener y fidelizar a sus clientes, logrando incrementales comerciales; así como nos indica el Manual Anual de Arca Continental Lindley (2016) quienes, dentro de este marco, observaron grandes oportunidades de mercado e implementaron activaciones a clientes potenciales llamada Bodegas Siglo XXI, cuya acción fue modernizar y capacitar 206 bodegas de los socios bodegueros, con el objetivo de transformar y realizar una ejecución de calidad en los puntos de venta.

Asimismo, crearon 'Bodegas Elegidas', un programa de valor que tuvo como fin impulsar el respeto de precio sugerido a 8 mil bodegas a nivel nacional, que se convirtieron en socios de la compañía, quienes reciben beneficios exclusivos. En consecuencia, los planes y programas desarrollados permitieron alcanzar a la empresa los resultados proyectados en cada una de las categorías del portafolio, asegurando su liderazgo y la captura de valor en el mercado.

Según el portal web Perú Retail (2020) las organizaciones FUNDES, CBC Perú y Pepsi lanzaron en Enero de este año el programa para socios aliados "Mi Tienda Segura", permitiendo que los bodegueros peruanos puedan reinventar su negocio convirtiendo el Covid-19 en una oportunidad.

De otro lado, Perú Retail (2018) precisa que las bodegas logran ser sostenibles en el tiempo en países emergentes de Latinoamérica, como Perú. De acuerdo con Arredondo, gerente regional *cono sur de Fundes*, citado en Perú Retail (2018), en nuestro país tenemos más de 3.5 millones de bodegas, deficientes en su capacidad de gestión de valor.

De tal manera, en un contexto actual; Backus, compañía dedicada al sector consumo masivo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Actualmente, el canal tradicional representa el 90% de las ventas en el sector. Con más de 2.5 millones de bodegueros en la ciudad de Trujillo, los cuales, tienen un gran peso en los resultados globales de la compañía. Motivo por el cual, se desarrolló estrategias comerciales para el mejoramiento del mix de marcas y generar un valor en el mercado; asimismo, y no menos importante lograr un incremental en ventas. Es por ello, que implementaron el programa 'Socio Backus', programa basado en niveles, el cual brinda beneficios exclusivos al cliente; teniendo como fin consolidar un vínculo para fidelizarlo y conocer más a fondo su comportamiento de compra, las decisiones que lo impulsan a elegir los productos del portafolio y su frecuencia de compra. Es por eso, que la presente investigación tiene como fin determinar si el comportamiento de compra del cliente influye en la eficacia del programa de fidelidad.

De acuerdo con la tesis de Garay (2018) de la Universidad de Piura, titulada "Impacto de los programas de fidelización por puntos en la lealtad de los clientes"; se planteó como objetivo determinar el impacto de los programas de fidelización basados en puntos bonus en la lealtad de los clientes de estaciones de servicio Primax; aplicaron un estudio cuantitativo y un alcance temporal transversal con un diseño no experimental; aplicó cuestionarios a 160 clientes enfocado en dos dimensiones: lealtad comportamental y lealtad actitudinal. A través de esta investigación se determinó que los clientes afiliados al programa de fidelización Bonus son significativamente más leales, evidenciándose una mayor mejora en la lealtad a nivel de comportamiento; no obstante, a nivel actitudinal no se encontró una mejora significativa.

Gutiérrez y San José (2017) realizaron la investigación "Los programas de fidelización online: un estudio desde la perspectiva del *engagement* marketing y las comunidades de marca"; plantearon como objetivo conceptualizar los PFO aplicando una metodología descriptiva usando tablas de contingencia. Encuestaron a 153 clientes, desarrollaron las dimensiones: ahorro económico, información, exploración, entretenimiento, reconocimiento y social. Concluyeron que, a través de los PFO<sup>1</sup>, la marca también puede dar a conocer el storytelling; para tal efecto, involucrar aún más al cliente y generar un *engagement*<sup>2</sup>. Por lo tanto, los beneficios que ofrecen los programas de fidelización tradicionales (offline) a los consumidores, son uno de los elementos de vital importancia que configuran su diseño e influyen al valor percibido por parte de los consumidores.

Escalante (2020), en su estudio "La relación entre los programas de fidelización y la lealtad hacia los supermercados en hombres y mujeres de 25 a 35 años de Lima Metropolitana"; su objetivo principal fue determinar si existe una relación entre las variables y su tipo. Se utilizó una metodología descriptivo y correlacional; por otra parte se realizó entrevistas, focus group y se aplicó encuestas a 384 clientes. Por consiguiente, existe una relación de tipo positiva entre los programas de fidelización y la lealtad hacia los supermercados se ha comprobado.

Londoño (2015) "Impacto de los programas de fidelización y la calidad de la relación sobre la lealtad al establecimiento minorista"; se planteó como objetivo explicar la lealtad del cliente a partir de la calidad de la relación entre el cliente, el establecimiento minorista y su percepción acerca de los programas de fidelización; usando una metodología empírica. Concluye que los programas tienen un fuerte impacto en la estrategia relacional por se potencial; por lo tanto, la valoración adecuada de las percepciones de los clientes

---

<sup>1</sup> Se empleará el término PFO al referirnos a los Programas de Fidelidad Online. Nota de la autora.

<sup>2</sup> El término *engagement* es usado en el Marketing para referirse a temas de vinculación con clientes. Nota de la autora.

debe ser consideradas como la fuente de información prevalente para el diseño de beneficios y mecánicas que este otorga.

Sarabia, Solano y Soto (2019) de la Universidad Pontificia Católica del Perú, "Influencia del Marketing Mix en la decisión de compra de los bodegueros del distrito de Miraflores respecto a dos categorías de bebidas"; se planteó de objetivo describir la influencia del Marketing Mix en la decisión de compra de los bodegueros de consumo masivo del distrito de Miraflores respecto a dos categorías de bebidas; a través de una metodología mixta que consistió en entrevistas y cuestionarios a representantes de las principales empresas fabricantes de bebidas, asimismo realizaron cuestionarios a bodegueros de Miraflores. De esta manera, se concluyó que el bodeguero valora la calidad y la marca, por ese motivo, prefieren comprar marcas reconocidas en el mercado de bebidas; asimismo, resaltan las atractivas bonificaciones de bebidas como parte de las acciones de promoción para influenciar su comportamiento de compra.

Muñoz, Fernández y Sánchez (2019) en su artículo científico titulado: "Comportamiento de compra racional e impulsiva de los jóvenes estudiantes en los centros comerciales", se planteó como objetivo principal describir los factores que determinan la compra racional o impulsiva de los estudiantes de las ciudades chilenas de Santiago y Punta Arenas, en el contexto de su visita a centros comerciales, la investigación es de tipo exploratoria y descriptiva, con un diseño es transversal simple, el método de investigación es cuantitativo; se realizó una encuesta a una muestra de 194 estudiantes, donde se utilizó un cuestionario estructurado y escrito. Las dimensiones de las variables en estudio fueron 2: compra racional y compra impulsiva. Se concluye que las variables o factores que pueden influir en un proceso de compra racional, son las siguientes: visita centros comerciales, planificación de la lista de productos previo a compra, proceso de comparación de precios y marcas, valoración de la calidad de los productos, oportunidades de precios, cumplimiento de expectativas, importancia del medio de pago, diseño del producto, tiempo de compra y el proceso de autocontrol de compra.

Álvarez y Villacrés (2017), en su artículo "La interacción personal y su efecto en la decisión de compra", tienen como objetivo determinar el efecto que tiene la interacción personal basada en la calidad del servicio en correlación con la decisión de compra por parte de los prospectivos consumidores de los supermercados de la ciudad de Guayaquil.; la investigación es tipo correlacional-explicativo. Por su parte, el instrumento de recolección de datos se basó en la técnica del cuestionario a una muestra de 1067 clientes. Teniendo como dimensiones: Capacidad de respuesta de los empleados de los supermercados, seguridad del establecimiento y de los empleados, análisis del proceso de compra, comportamiento de compra. Se concluyó la relación entre la interacción personal basada en la calidad del servicio y el comportamiento de compra su influencia es positiva y baja.

### **Bases teóricas**

Los programas de fidelidad nos permiten conocer más al cliente y generar un vínculo con la marca. Asimismo, identificar los segmentos de cada estrategia, su valor y las acciones comerciales más valoradas (Gonzales, 2009).

Son uno de los elementos más importantes de la estrategia de gestión de las relaciones con los clientes (Rust y otros, 2004) y las ventajas que ofrecen a las empresas que los implantan son múltiples. Entre ellas, cabe destacar la disminución de la competencia en precios (Kim y otros, 2001). Asimismo, existe la posibilidad de que los miembros de los programas de fidelización de una empresa olviden experiencias negativas, no la comparen con la competencia y compren exclusivamente en dicha empresa (Bolton y otros, 2000). Por otra parte, Córdoba (2008) nos dice que es una estrategia de marketing con el fin de incrementar el valor monetario que los clientes generan a la empresa.

Según (Reynares y Ponzoa, 2004), la efectividad de los programas de fidelización se basa en el tipo de propuesta, resultados o valores diferenciadores que aportan. Según este criterio, los programas pueden clasificarse en:

**Tabla 1.**

*Tipos de programa de fidelidad*

Criterios	Conceptos	Autores
Programa basado en puntos	Se enfoca en acumular puntos para canjear.	(Reynares y Ponzoa, 2004)
Programa basado en cupones de descuento	Reducción de precio en futuras compras.	(Reynares y Ponzoa, 2004)
Programa basado en trato preferencial	Son parte del concepto "Club", reciben trato preferencial.	(Reynares y Ponzoa, 2004)
Programa basado en niveles	Son categorías con el fin de incrementar el ticket promedio, incentivando traspasar el nivel asignado,	(Eisenberg,2019)

Fuente: Elaboración propia basado en la información de (Reynares y Ponzoa, 2015); (Eisenberg, 2019)

(Freeman, 1982), expresa que "la eficacia es el grado de congruencia entre objetivos organizacionales y resultados observables".

Asimismo, (Fernández, Rios y Sánchez, 1997), definen la eficacia como la capacidad que tiene una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno, de su parte (Pacheco, 2002), enmarca a la eficacia como la capacidad que tienen las organizaciones para satisfacer al cliente identificando las necesidades y expectativas, con el propósito de generar un valor agregado.

Según Álvarez & Charmel (2001), el canal tradicional es una estructura de negocios informal de organizaciones interdependientes, con origen desde el producto hasta el consumidor. Los fabricantes se mueven a través de los canales de distribución por medio de la distribución física para llegar al consumidor.

(Howard y Jagdish, 2002), definen el comportamiento de compra en la manera de comparar de los consumidores al momento de elegir un producto según sus deseos. La presente investigación aporta al estudio para determinar la influencia de un programa de

fidelidad y el comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional en el sector consumo masivo.

Por otro lado, según (Lambin, Galluci y Sicurello, 2009), existen diferentes funciones del cliente en los mercados de consumo y los mercados industriales; clasificados por:

En comercial, las bodegas desarrollan una propuesta de valor atractiva, ya que sus variables fundamentales es el servicio personalizado, y un fuerte vínculo de relación con el consumidor; el cual influye en la decisión de abastecimiento del surtido para su punto de venta en función a los gustos y preferencias de sus compradores. Asimismo, (Arellano, 2019), explica que este canal está consolidado tanto en frecuencia de visitas y penetración, sin embargo, la oportunidad se centra en la fidelización.

Según el Portal Web del Diario La República (2017) el análisis de tráfico de compra en el canal tradicional tiene una frecuencia promedio cada tres días; en grandes cadenas y tiendas de descuento, una vez por mes; droguerías y catálogos, cada dos meses y en hiper bodegas, cada tres meses. Lo antes mencionado, ayudará a determinar una de las dimensiones planteadas que es la frecuencia de compra según la rotación de sus productos.

Debido que, el canal tradicional representa una oportunidad de crecimiento y sostenibilidad en el tiempo; las compañías de consumo masivo, implementan estrategias comerciales más efectivas para fidelizar a sus clientes. Para el caso del consumidor colombiano, los beneficios con mayor valor, según el más reciente Estudio Global de Nielsen sobre Programas de Lealtad Minorista, son los reembolsos, pues 56% de los colombianos los cataloga como uno de sus programas predilectos, seguido por descuentos en productos (47%) y productos gratis (41%). Diario La república (2017). Esta investigación, generará un gran aporte para estudios futuros del sector y su gran relevancia en el año 2020.

Por otro lado, los programas de fidelización podrían resultar una herramienta vital para lograr un crecimiento de compra, sin embargo, cada vez podría ser más complicado, dado

que, al tener clientes tan exigentes, se tendrá que desarrollar beneficios donde ambas partes ganen. Lograr un cliente fiel normalmente puede traer buenos resultados, para ello es necesario medirlos con el fin de poder evidenciar la oportunidad en la frecuencia de compra. Arellano (2019). Es por ese motivo, que se medirá la efectividad del programa de fidelización Socio Backus y los beneficios que trae consigo, para detectar el impacto por subcanal y las tendencias de crecimiento en ventas.

## 1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye el comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020?

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Objetivos generales

- Determinar si el comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional influye en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar las acciones de compra de los clientes adheridos al programa de fidelidad 'Socio Backus' en el año 2020.
- Comparar el comportamiento de compra y su tendencia antes y durante el programa de fidelidad 'Socio Backus'.
- Determinar mediante el comportamiento de compra el nivel de eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus'.

## 1.4. Hipótesis

**H0:** No influye el comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional en la eficacia del programa de fidelidad 'Socios Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.

**H1:** Influye el comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional en la eficacia del programa de fidelidad 'Socios Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.

#### **1.4.1. Hipótesis específicas**

- Se analizó las acciones de compra de los clientes adheridos al programa de fidelidad 'Socio Backus' en el año 2020.
- Se comparó el comportamiento de compra y su tendencia antes y durante el programa de fidelidad 'Socio Backus'.
- Se determinó mediante el comportamiento de compra el nivel de eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus'.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

**Tipo:** Descriptiva

**Enfoque:** Cuantitativo

**Diseño:** No experimental

La presente investigación es de tipo descriptiva no experimental, con un enfoque cuantitativo, puesto que, existe una data numérica, la cual nos brindará información concreta para medir los indicadores planteados. (Hernández, 2014), nos dice que el enfoque cuantitativo recoge datos para sustentar hipótesis basadas en análisis estadístico para probar supuestos o suposiciones.

En el mismo contexto metodológico, (Gross, 2019) sustenta que una investigación descriptiva permite conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

### 2.2. Población y muestra

La población de estudio está conformada por 1, 232 clientes cuya segmentación es el canal tradicional, adheridos al programa de fidelidad 'Socio Backus'.

#### **Criterios de inclusión:**

- Clientes adheridos al programa 'Socio Backus'.
- Clientes segmentados en canal tradicional.
- Clientes habitantes de la ciudad de Trujillo.

### 2.3. Instrumento y Recolección de Datos

El instrumento seleccionado presentará las pruebas posibles para el control crítico de la información y de los procedimientos utilizados para la elaboración del estudio, es por eso que se utilizará como instrumento la ficha técnica de indicadores, la cual tendrá como función sintetizar la información de la data recopilada. Asimismo, realizará una medición transparente y detallada para calcular los valores de manera precisa, y así, facilitar su comprensión.

Se puede revisar puntualmente el formato de ficha técnica en el Anexo 3, Anexo 4, Anexo 5 y Anexo 6. Para la elaboración de su estructura se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

1. Datos de identificación del área y empresa
2. Identificación del indicador

3. Medición del indicador
4. Observación

En el Anexo 2 se detalla el formato de llenado de cada aspecto antes mencionado. Adicional a ello, en el Anexo 1 se encontrará la guía documental acerca del proceso de recolección de información que se considero para elaborar los indicadores planteados.

Por otra parte, con el objetivo de determinar la eficacia del programa de fidelidad, objeto de estudio, se planteó:

a) Análisis de la base de datos

Se extrajo información numérica mediante data recopilada de la empresa, con énfasis en el año 2019 y 2020; por lo tanto, se podrá analizar el comportamiento de compra del cliente durante dichos periodos; además, responder al problema de estudio coberturando las dimensiones e indicadores a desarrollar.

b) Fuentes Secundarias

- Se exploró en la fuente Redalyc, Scielo
- Libros virtuales
- Repositorios de Universidades
- Portal Web de Diarios periodísticos

## 1.2. Método

Para desarrollar y llevar a cabo los objetivos de la presente investigación, es necesario especificar los procedimientos que se realizaron por cada uno de ellos.

A continuación, en la Tabla 2 se detalla los procedimientos por cada etapa de los objetivos planteados.

**Tabla 2.**

*Etapas y procedimiento de los objetivos de la investigación*

ETAPA	PROCEDIMIENTO
Análisis	<u>Microsoft Excel</u> : Se utilizará esta herramienta para desagregar la data recopilada en unidades de análisis; empleando fórmulas lógicas, tablas dinámicas y filtros avanzados para clasificar la información.

---

Tablas dinámicas: Para consolidar la información clasificada se empleará esta herramienta, con el fin de resumir y analizar detalladamente la sumatoria de cajas equivalentes mensuales.

Matriz de indicadores: Luego se procederá a elaborar la matriz para medir con indicadores las acciones de compra del cliente y analizar la penetración por subcanal, la preferencia de marca y categoría.

Gráfico Estadístico: Finalmente se concentrará la información mediante gráficos estadísticos, de tal manera manifestar los resultados obtenidos para dicho objetivo.

---

### **Comparación**

Tablas comparativas: Se realizará una comparación de información acerca del total de cajas equivalentes compradas en el año 2019 vs 2020, durante el programa de fidelidad.

Gráficos Estadísticos: Nos ayudará a detectar tendencias y patrones mediante gráficos de los datos obtenidos, y así, mostrar lo más relevante según la clasificación.

---

### **Determinación**

Indicador Eficacia: Mediante el indicador de determinará según el comportamiento de compra obtenido, si el programa de fidelidad esta siendo eficaz en el año 2020.

---

Fuente: Elaboración Propia

#### **2.1. Análisis del comportamiento**

#### **2.2. Comportamiento de compra del cliente**

El presente análisis de la tendencia de compra del cliente adherido al programa 'Socio Backus', será detallado según el mes de compra en el actual año 2020. En la Tabla 3 se presenta la suma de compra en cajas equivalentes de los Socios Backus según Family Brand.

**Tabla 3.**

*Comportamiento de compra según Family Brand*

Fuente: Elaboración Propia

Continuando con el análisis del comportamiento de compra del cliente socio, en la Tabla 4 se presenta el total de cajas según categoría de producto, con una mayor visibilidad a la preferencia de compra de los clientes. Teniendo como categoría: Agua, cervezas, gaseosas y maltas.

A continuación, lo antes mencionado:

Family Brand	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Total Anual
<b>Budweiser</b>	230.58	221.24	113.00	8.83	373.56	544.53	170.35	82.76	49.73	1794.56
<b>Corona</b>	1203.97	1293.33	977.55	123.53	1905.11	2710.98	3380.98	2848.78	327.31	14771.55
<b>Cristal</b>	783.24	147.03	53.47	17.23	1993.02	563.47	184.76	116.65	98.01	3956.86
<b>Cusqueña</b>	8532.50	7090.79	3751.21	1088.01	9961.58	3605.24	7905.23	6841.89	2390.84	51167.28
<b>Golden</b>	8562.89	964.89	6598.44	1507.20	9980.00	2923.35	6230.51	5740.38	2137.07	53324.72
<b>Guaraná</b>	10403.54	14309.72	10841.60	9334.12	12996.29	7232.51	6545.12	6800.22	3715.86	82178.99
<b>Maltin Power</b>	755.66	1640.39	936.11	608.45	229.73	-2.95	310.13	1063.71	337.55	5878.77
<b>Michelob Ultra</b>	59.99	79.85	32.00	15.44	30.60	21.46	19.91	-2.27	-0.28	256.71
<b>Pilsen Callao</b>	29589.99	32466.25	10436.02	4444.62	17868.98	19458.23	13646.83	12189.22	5223.24	145323.38
<b>Pilsen Trujillo</b>	99046.36	103318.97	41181.67	13019.79	80560.00	80787.58	68609.48	66010.54	20319.95	572854.34
<b>San Mateo</b>	10965.23	13758.66	9045.36	5865.36	3448.49	3730.35	4198.95	2049.90	779.88	53842.18
<b>Stella Artois</b>	95.74	100.99	30.67	7.23	110.56	107.24	169.78	192.98	35.69	850.90
<b>Viva</b>	886.55	1074.63	1380.46	857.94	1008.66	664.36	886.58	653.81	279.04	7692.04

**Tabla 4.**

*Comportamiento de compra según Category Brand*

	<b>Agua</b>	<b>Cervezas</b>	<b>Gaseosas</b>	<b>Maltas</b>
<b>Enero</b>	10965.23	148105.25	11290.09	755.66
<b>Febrero</b>	13758.66	154363.34	15384.34	1640.39
<b>Marzo</b>	9045.36	63174.02	12222.07	936.11
<b>Abril</b>	5865.36	20231.89	10192.06	608.45
<b>Mayo</b>	3448.49	122783.41	14004.95	229.73
<b>Junio</b>	3730.35	110726.60	7896.87	-2.95
<b>Julio</b>	4198.95	100327.99	7431.70	310.13
<b>Agosto</b>	2049.90	94027.13	7454.03	1063.71
<b>Septiembre</b>	779.88	30585.51	3994.90	337.55
<b>Total anual</b>	<b>53842.18</b>	<b>844325.14</b>	<b>89871.03</b>	<b>5878.77</b>

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 5, observaremos la lista de subcanales del canal tradicional, tales son: Licorerías, Bodega, Minimercado y Particular. El estudio se enfocará netamente en el subcanal bodega, sin embargo, es importante conocer cuál es la amplitud de este.

A continuación, lo antes mencionado:

**Tabla 5.**

*Comportamiento de compra según subcanal tradicional*

<b>Mes</b>	<b>Licorerías</b>	<b>Bodega</b>	<b>Minimercado</b>	<b>Particular</b>
<b>Enero</b>	1199.34	132843.26	1533.97	6799.42
<b>Febrero</b>	1652.15	138742.39	1936.02	6634.25
<b>Marzo</b>	730.08	64353.29	740.22	3653.17
<b>Abril</b>	134.82	27706.62	300.84	2439.90
<b>Mayo</b>	616.42	109344.32	1703.01	6458.91
<b>Junio</b>	879.50	96531.59	1510.46	5789.43
<b>Julio</b>	1104.16	84152.98	1414.69	4018.32
<b>Agosto</b>	853.94	78533.36	1201.12	3804.36
<b>Septiembre</b>	337.23	26997.75	489.65	1542.48
<b>Total anual</b>	<b>7507.65</b>	<b>759205.55</b>	<b>10829.98</b>	<b>41140.25</b>

Fuente: Elaboración propia

### 2.3. Identificación de indicadores

En esta parte de la investigación, se determinará la forma de medición de la variable independiente: comportamiento de compra; el cual nos permitirá analizar las acciones de compra de los 1,232 socios en el año 2019 y 2020, mediante indicadores

clasificados en *Family Brand*, *Category Brand*, reconocimiento de marca y amplitud por subcanal.

**Tabla 6.**

*Matriz de indicadores del comportamiento de compra*

Indicador	Fórmula
Penetración Family Brand	$(N^{\circ} \text{ socios que compraron la marca} / N^{\circ} \text{ total socios})$
Penetración Category Brand	$(N^{\circ} \text{ socios que compraron el producto en la categoría} / N^{\circ} \text{ total socios})$
Reconocimiento de marca	$(\text{Unidades vendidas de la marca} / \text{unidades vendidas de la categoría})$
Penetración por subcanal	$(N^{\circ} \text{ de skus que se compran a través de ese subcanal} / \text{Total skus vendidos en el canal})$

Fuente: Elaboración propia

En el marco del estudio, analizar el comportamiento de compra es base para desarrollar la medición de la variable dependiente la cual más adelante responderá al problema de estudio, siendo: eficacia del programa; en la cual se formularon indicadores en función a los objetivos comerciales trazados por la empresa y determinar el cumplimiento.

En la tabla 7 se resume lo antes mencionado.

**Tabla 7.**

*Matriz de indicadores por cada objetivo de la empresa*

Objetivos empresa	Indicador	Fórmula
<b>O1</b> Lograr el 100% de eficacia en el programa "Socio Backus" en el año 2020.	Nivel de eficacia	$(\text{Resultado alcanzado} / \text{Resultado previsto}) * 100$
<b>O2</b> Incrementar el 30% en crecimiento de cajas equivalentes 2020 vs 2019 a través del programa de fidelidad Socio Backus.	Crecimiento	$(\text{Compras actuales} - \text{Compras Last Year}) / \text{Compras Last Year}$

---

<b>O3</b>	Alcanzar el 70% de coberturas de la marca Golden mediante el programa.	Alcance de Coberturas	(Puntos de venta que tienen el producto / Total puntos de venta)
-----------	--	-----------------------	--

---

Fuente: Elaboración Propia

#### 2.4. Comparación de la tendencia de compra antes y durante el programa (2019 – 2020)

En el siguiente cuadro se realizará una comparación del total de cajas equivalentes compradas por el cliente especificado por años, 2019 vs el presente año 2020, año en el cual se implementó el programa de fidelidad 'Socio Backus'.

**Tabla 8.**

*Comparación compras totales de cajas equivalentes - Año 2019 vs 2020*

MES	AÑO		% crecimiento
	2019	2020	
<b>Enero</b>	24248.33	25626.83	6%
<b>Febrero</b>	26309.50	31894.16	21%
<b>Marzo</b>	24821.18	14093.02	-43%
<b>Abril</b>	22363.04	6188.43	-72%
<b>Mayo</b>	27015.98	20613.33	-24%
<b>Junio</b>	21467.19	16133.94	-25%
<b>Julio</b>	20177.91	19130.41	-5%
<b>Agosto</b>	20180.63	17641.88	-13%
<b>Setiembre</b>	22090.89	5848.91	-74%
<b>Octubre</b>	23445.14		-100%
<b>Noviembre</b>	29679.97		-100%
<b>Diciembre</b>	20508.54		-100%

Fuente: Elaboración Propia

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

Resumen de resultados e indicadores:

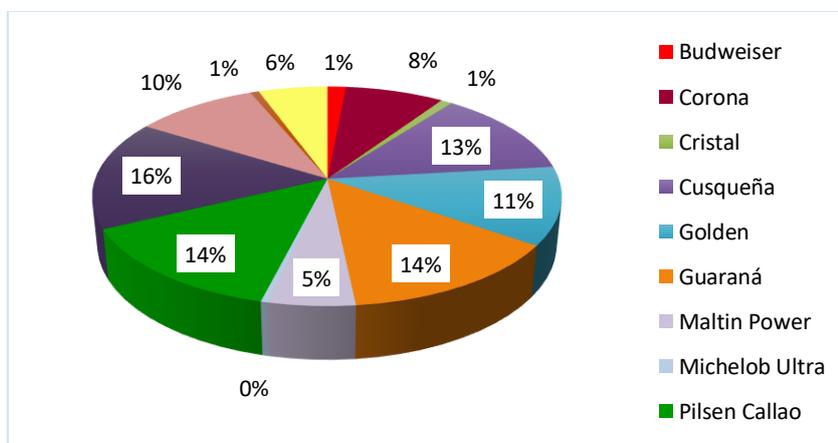
**Tabla 9.**

*Penetración por Family Brand*

Indicador	Family Brand	Total Socios compraron la marca	% Penetración	
Penetración Family Brand = N° socios que compraron la marca / N° total socios	Budweiser	686	1%	
	Corona	3,698	8%	
	Cristal	420	1%	
	Cusqueña	6,002	13%	
	Golden	5,351	11%	
	Guaraná	6,393	14%	
	Maltin Power	2,376	5%	
	Michelob Ultra	210	0%	
	Pilsen Callao	6,452	14%	
	Pilsen Trujillo	7,531	16%	
	San Mateo	4,610	10%	
	Stella Artois	319	1%	
	Viva	2,584	6%	
	Total		46,632	100%

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 1. Penetración por Family Brand*



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En la Figura 1, se observa que la marca Pilsen Trujillo, es una marca con alta penetración de 16% en su categoría, lo que significa, que es un producto altamente demandado por ser una marca regional líder en el mercado trujillano, por lo tanto, para el bodeguero, le genera mayor rotación y es parte de su lista de compras. Asimismo, Pilsen Callao tiene la segunda más alta penetración dentro del programa, ya que, el 14% de socios han comprado la marca constantemente. Cabe recalcar, como menciona la Tabla 7, una de las metas comerciales como parte del programa, está enfocado en Golden, debido que, por ser un producto con poco tiempo en el mercado, gracias al programa logró una penetración del 11%, obteniendo un buen alcance.

Por otro lado, guaraná es la gaseosa con mayor penetración de 14% en su categoría, debido a la amplia línea de producto y sus diversas presentaciones 300 ml, 450 ml, 1 lt, 2 lt y 3 lt generando que el cliente tenga mayores opciones de compra.

Asimismo, existe una gran oportunidad la categoría aguas, San mateo, a pesar de la alta competencia en el mercado de aguas, refleja una penetración del 11% de alcance en el programa de fidelidad.

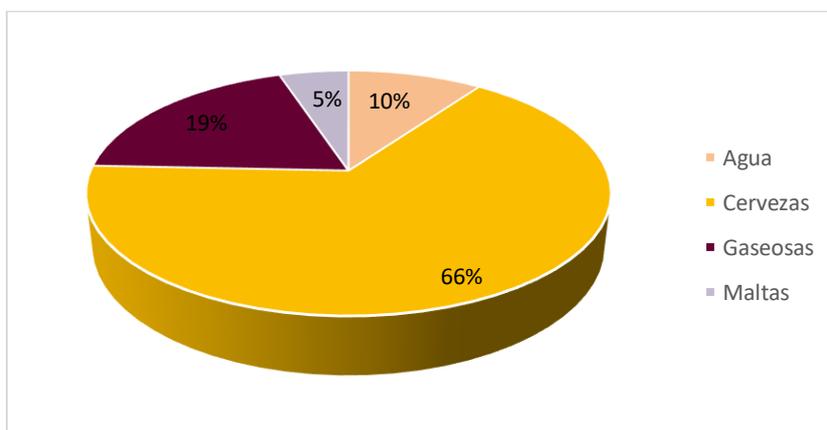
**Tabla 10.**

*Penetración por Categoría de Producto*

<b>Categoría</b>	<b>Total Socios que compran anual la categoría</b>	<b>% Penetración</b>
<b>Agua</b>	4610.00	10%
<b>Cervezas</b>	30701.00	66%
<b>Gaseosas</b>	8977.00	19%
<b>Maltas</b>	2376.00	5%
<b>Total general</b>	<b>46664.00</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

*Figura 2. Penetración por Category Brand*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:** En la figura 2, podemos ver que la categoría cervezas tiene una penetración alta del 66%, lo que significa, la efectividad de la categoría y los skus que forman parte de ella para la sostenibilidad del programa. Por otra parte, la categoría gaseosas, el cual no es core de la empresa, tiene un buen alcance de penetración con 19% dentro del programa, esto quiere decir, que encontramos una gran oportunidad, ya que aproximadamente el 80% de socios no están comprando la categoría, pero si hay un gran alcance en cervezas.

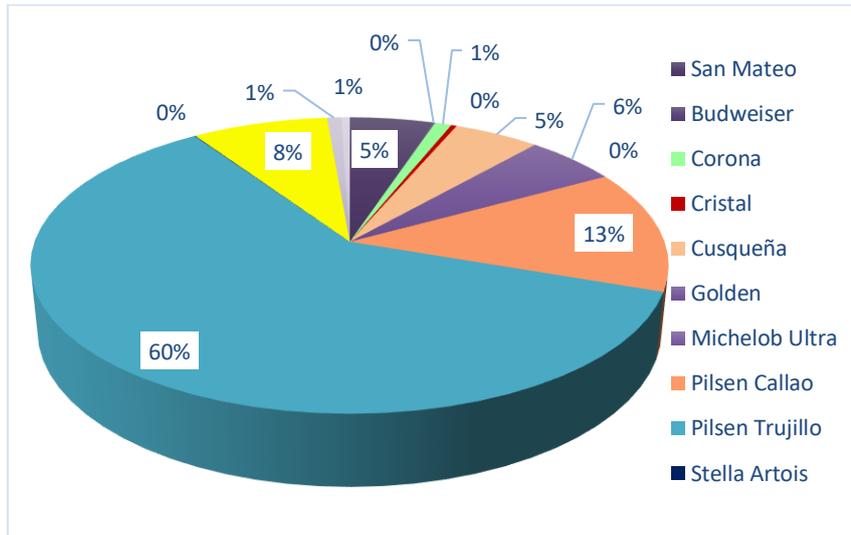
**Tabla 11.**

*Reconocimiento de marca por unidades vendidas*

<b>Productos</b>	<b>Unidades de cajas vendidas</b>	<b>Reconocimiento de marca</b>
<b>Categoría Aguas</b>	<b>37,747</b>	<b>100%</b>
San Mateo	37,747	100%
<b>Categoría Cervezas</b>	<b>660,065</b>	<b>100%</b>
Budweiser	1134.24	0%
Corona	7592.57	1%
Cristal	2506.90	0%
Cusqueña	39103.59	6%
Golden	42163.47	6%
Michelob Ultra	136.20	0%
Pilsen Callao	103349.39	16%
Pilsen Trujillo	463730.03	70%
Stella Artois	336.41	0%
<b>Categoría Gaseosas</b>	<b>68,319</b>	<b>100%</b>
Guaraná	61923.30	91%
Viva	6396.11	9%
<b>Categoría Maltas</b>	<b>3,903</b>	<b>100%</b>
<b>Maltin Power</b>	<b>3903.31</b>	<b>100%</b>
<b>Total general</b>	<b>770035.53</b>	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Reconocimiento de marca



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** Como puede observarse en la Figura 3, el producto Pilsen Trujillo tiene el mayor reconocimiento de marca, lo que significa, que existe un 60% de clientes que tienen un alto reconocimiento por la marca y es de su preferencia, siendo este, el producto que genera mayores ventas en la categoría. Siguiendo con la categoría, Cusqueña, marca premium del portafolio, obtiene el 5% de reconocimiento en comparación a Golden con 6%, la cual a pesar del poco tiempo en el mercado, viene captando clientes leales a la marca, debido a las acciones tácticas dirigidas del programa enfocadas en Golden y su desarrollo. Por consiguiente, guaraná en su categoría, obtiene el 8% de reconocimiento en comparación a Viva que logra el 1%. Ante lo mencionado, Guaraná, tiene una buena aceptación por parte del cliente socio, debido al buen posicionamiento de la marca en el mercado de gaseosas, sin embargo, el número refleja una gran oportunidad para seguir potenciando el crecimiento de dicho producto.

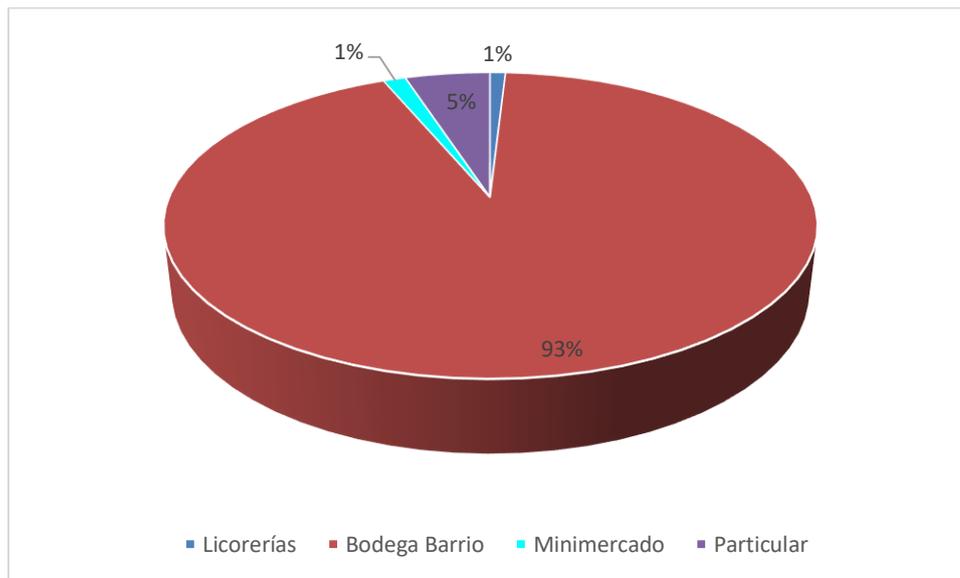
**Tabla 12.**

*Penetración por subcanal*

Canal	Subcanal	Unidades vendidas	Penetración por subcanal
Canal Tradicional	Licorerías	7,507	1%
	Bodega Barrio	759,205	93%
	Minimercado	10,829	1%
	Particular	41,140	5%
	<b>Total general</b>	<b>818,683</b>	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4. Penetración por subcanal



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** Según la Figura 4, el subcanal bodega refleja una penetración del 93% en comparación a minimercado con 1%, siendo este un cliente con mayor adquisición de compra, se origina una oportunidad para que sea subcanal foco, y así lograr su compra. Cabe considerar, que el subcanal bodega tiene un rol importante, ya que, aportan más cajas vendidas y son los clientes que presentan más atracción hacia el programa de fidelidad y sus acciones tácticas que este trae consigo para incentivar su compra.

**Tabla 13.**

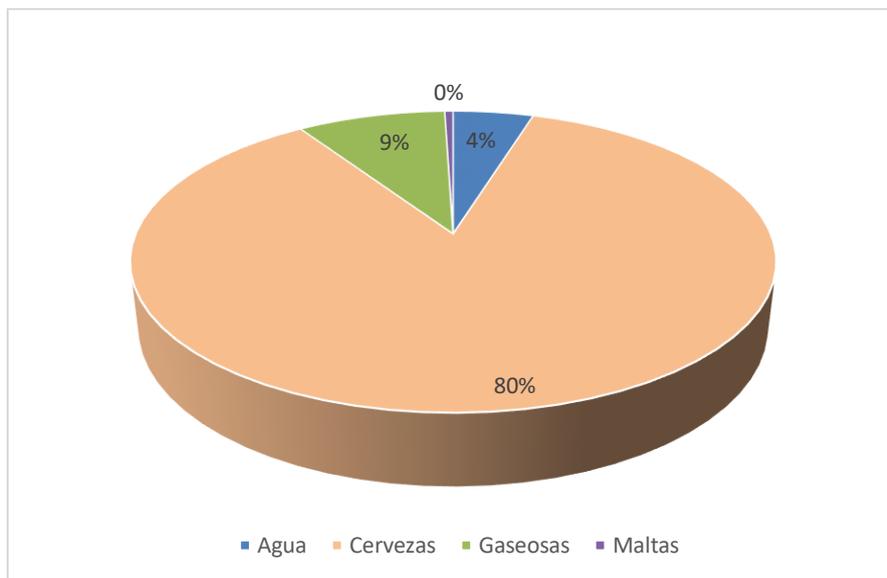
*Penetración por categoría según subcanal*

Canal	Subcanal	Unidades vendidas	Penetración por categoría
Canal tradicional	<b>Licorerías</b>	<b>7507.65</b>	
	Agua	594.76	<b>8%</b>
	Cervezas	6489.53	<b>86%</b>
	Gaseosas	414.13	<b>6%</b>
	Maltas	9.23	<b>0%</b>
	<b>Bodega Barrio</b>	<b>759205.55</b>	
	Agua	36428.58	<b>5%</b>
	Cervezas	651727.69	<b>86%</b>
	Gaseosas	67248.35	<b>9%</b>
	Maltas	3800.93	<b>1%</b>
	<b>Minimercado</b>	<b>10829.98</b>	
	Agua	1319.02	<b>12%</b>
	Cervezas	8337.53	<b>77%</b>

Gaseosas	1071.06	<b>10%</b>
Maltas	102.37	<b>1%</b>
<b>Particular</b>	<b>41140.25</b>	
Agua	1825.10	<b>4%</b>
Cervezas	37665.32	<b>92%</b>
Gaseosas	1600.49	<b>4%</b>
Maltas	49.35	<b>0%</b>
<b>Total general</b>	<b>818683.42</b>	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Penetración según categoría en el subcanal Bodega



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:** Según nos detalla la Tabla 12, el subcanal bodega tiene mayor penetración en la categoría gaseosas con 9% en comparación a minimercado que tiene 10% en la categoría.

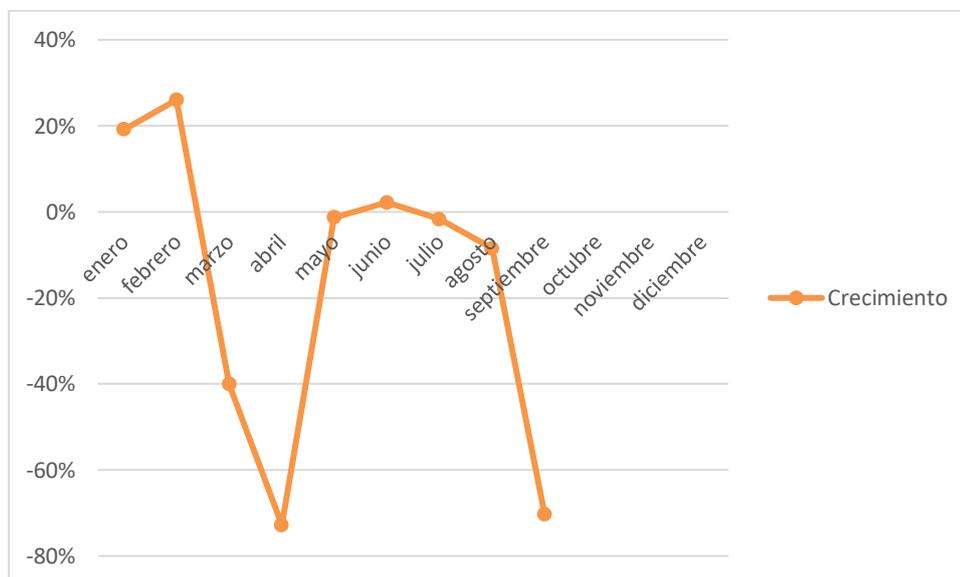
**Tabla 14.**

*Crecimiento de ventas 2020 versus 2019*

Mes	2019	2020	Crecimiento
<b>Enero</b>	111,459	132,843	<b>19%</b>
<b>Febrero</b>	110,088	138,742	<b>26%</b>
<b>Marzo</b>	107,308	64,353	<b>-40%</b>
<b>Abril</b>	101,782	27,706	<b>-73%</b>
<b>Mayo</b>	110,814	109,344	<b>-1%</b>
<b>Junio</b>	94,494	96,531	<b>2%</b>
<b>Julio</b>	85,596	84,152	<b>-2%</b>
<b>Agosto</b>	85,856	78,534	<b>-9%</b>
<b>Septiembre</b>	90,746	26,998	<b>-70%</b>
<b>Octubre</b>	102,741		<b>-100%</b>
<b>Noviembre</b>	103,179		<b>-100%</b>
<b>Diciembre</b>	144,340		<b>-100%</b>
<b>Total anual Bodega Barrio</b>	<b>1, 248,401</b>	<b>759,205</b>	<b>-39%</b>

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 6. Tendencia de crecimiento de compras en el año 2020 a través del Programa Socio Backus*



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** Según la Figura 6, el 2020, año en el cual se implementó y desarrolló el programa de fidelidad Socio Backus, en el primer trimestre lograron un crecimiento del 19% en el mes de Enero, y un 26% en Febrero, en comparación a las ventas del año anterior; sin embargo, a partir del mes de Marzo el número decrece, ya que, las ventas caen en

consecuencia a factores externos que no se tenía previsto. No obstante, se refleja a fines del tercer trimestre, a Junio con crecimiento del 2% versus 2019.

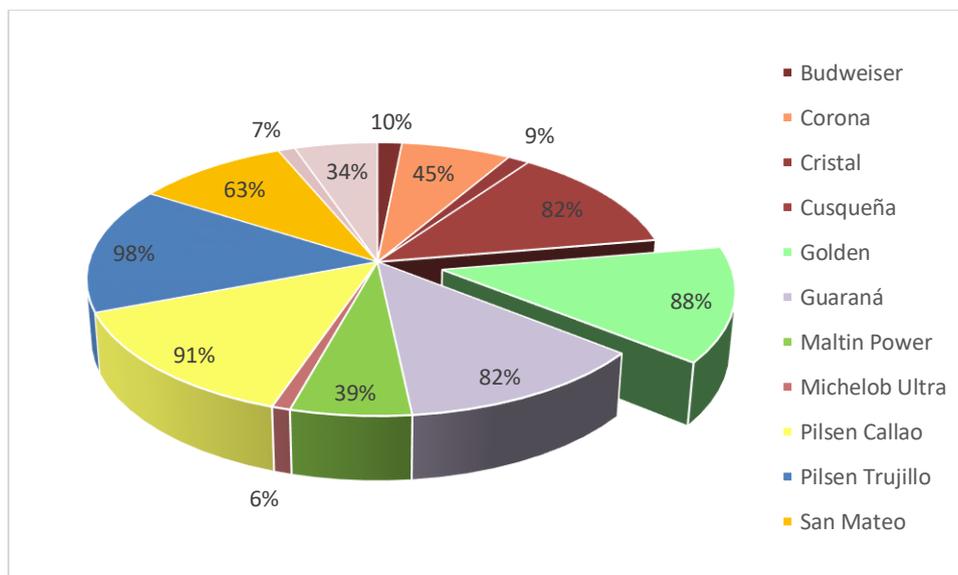
**Tabla 15.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Enero*

<b>Enero</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	126	1106	10%
<b>Corona</b>	560	672	45%
<b>Cristal</b>	115	1117	9%
<b>Cusqueña</b>	1011	221	82%
<b>Golden</b>	1082	150	88%
<b>Guaraná</b>	1008	224	82%
<b>Maltin Power</b>	478	754	39%
<b>Michelob Ultra</b>	77	1155	6%
<b>Pilsen Callao</b>	1125	107	91%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1209	23	98%
<b>San Mateo</b>	777	455	63%
<b>Stella Artois</b>	82	1150	7%
<b>Viva</b>	416	816	34%

Fuente: Elaboración propia

*Figura 7. Alcance de coberturas por sku en el mes de Enero*



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** En la Figura 7, se visualiza a la marca Golden con el 88% de clientes socios coberturados a través del programa, logrando el objetivo planteado por la empresa como se observa en la Tabla 7. Además, nuevamente Pilsen Trujillo es el producto con mayor alcance en cobertura con un resultado del 98% de socios con compra con un margen de 2% de socios que no están considerando la marca en su lista de compras. Por consiguiente, Pilsen Callao cobertura al 91% y Cusqueña al 82% en su categoría, las cuatro marcas antes mencionadas son las más resaltantes.

En gaseosas, guaraná cobertura al 82% de socios quienes son fieles a la marca en su categoría según indica el resultado de la Tabla 11; y, en aguas, San mateo logra el 63% de coberturas.

**Tabla 16.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Febrero*

<b>Febrero</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	226	1,006	18%
<b>Corona</b>	757	475	61%
<b>Cristal</b>	85	1,147	7%
<b>Cusqueña</b>	1,046	186	85%
<b>Golden</b>	948	284	77%
<b>Guaraná</b>	1,075	157	87%
<b>Maltin Power</b>	553	679	45%
<b>Michelob Ultra</b>	138	1,094	11%
<b>Pilsen Callao</b>	1,142	90	93%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1,210	22	98%
<b>San Mateo</b>	823	409	67%
<b>Stella Artois</b>	110	1,122	9%
<b>Viva</b>	432	800	35%

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 17.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Marzo*

<b>Marzo</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	111	1121	9%
<b>Corona</b>	402	830	33%
<b>Cristal</b>	30	1202	2%
<b>Cusqueña</b>	794	438	64%
<b>Golden</b>	874	358	71%
<b>Guaraná</b>	996	236	81%
<b>Maltin Power</b>	454	778	37%

<b>Michelob Ultra</b>	50	1182	4%
<b>Pilsen Callao</b>	941	291	76%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1160	72	94%
<b>San Mateo</b>	828	404	67%
<b>Stella Artois</b>	41	1191	3%
<b>Viva</b>	545	687	44%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 18.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Abril*

<b>Abril</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	15	1217	1%
<b>Corona</b>	101	1131	8%
<b>Cristal</b>	8	1224	1%
<b>Cusqueña</b>	322	910	26%
<b>Golden</b>	221	1011	18%
<b>Guaraná</b>	894	338	73%
<b>Maltin Power</b>	358	874	29%
<b>Michelob Ultra</b>	9	1223	1%
<b>Pilsen Callao</b>	450	782	37%
<b>Pilsen Trujillo</b>	581	651	47%
<b>San Mateo</b>	699	533	57%
<b>Stella Artois</b>	14	1218	1%
<b>Viva</b>	316	916	26%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 19.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Mayo*

<b>Mayo</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>Alcance cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	142	1090	12%
<b>Corona</b>	565	667	46%
<b>Cristal</b>	138	1094	11%
<b>Cusqueña</b>	992	240	81%
<b>Golden</b>	769	463	62%
<b>Guaraná</b>	951	281	77%
<b>Maltin Power</b>	164	1068	13%
<b>Michelob Ultra</b>	26	1206	2%

<b>Pilsen Callao</b>	932	300	76%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1098	134	89%
<b>San Mateo</b>	545	687	44%
<b>Stella Artois</b>	68	1164	6%
<b>Viva</b>	261	971	21%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 20.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Junio*

<b>Junio</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	201	1031	16%
<b>Corona</b>	596	636	48%
<b>Cristal</b>	82	1150	7%
<b>Cusqueña</b>	802	430	65%
<b>Golden</b>	454	778	37%
<b>Guaraná</b>	901	331	73%
<b>Maltin Power</b>	3	1229	0%
<b>Michelob Ultra</b>	18	1214	1%
<b>Pilsen Callao</b>	1068	164	87%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1163	69	94%
<b>San Mateo</b>	822	410	67%
<b>Stella Artois</b>	63	1169	5%
<b>Viva</b>	222	1010	18%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Julio*

<b>Julio</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	77	1155	6%
<b>Corona</b>	781	451	63%
<b>Cristal</b>	38	1194	3%
<b>Cusqueña</b>	1086	146	88%
<b>Golden</b>	930	302	75%
<b>Guaraná</b>	898	334	73%
<b>Maltin Power</b>	283	949	23%
<b>Michelob Ultra</b>	20	1212	2%
<b>Pilsen Callao</b>	1067	165	87%

<b>Pilsen Trujillo</b>	1181	51	96%
<b>San Mateo</b>	713	519	58%
<b>Stella Artois</b>	72	1160	6%
<b>Viva</b>	499	733	41%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Agosto*

<b>Agosto</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	72	1160	6%
<b>Corona</b>	868	364	70%
<b>Cristal</b>	42	1190	3%
<b>Cusqueña</b>	1094	138	89%
<b>Golden</b>	1017	215	83%
<b>Guaraná</b>	921	311	75%
<b>Maltin Power</b>	486	746	39%
<b>Michelob Ultra</b>	5	1227	0%
<b>Pilsen Callao</b>	1085	147	88%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1181	51	96%
<b>San Mateo</b>	631	601	51%
<b>Stella Artois</b>	64	1168	5%
<b>Viva</b>	387	845	31%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 23.**

*Alcance de coberturas por Family Brand - Setiembre*

<b>Setiembre</b>	<b>Socios con compra</b>	<b>Socios sin compra</b>	<b>% Cobertura</b>
<b>Budweiser</b>	34	1198	3%
<b>Corona</b>	260	972	21%
<b>Cristal</b>	38	1194	3%
<b>Cusqueña</b>	703	529	57%
<b>Golden</b>	617	615	50%
<b>Guaraná</b>	562	670	46%
<b>Maltin Power</b>	196	1036	16%
<b>Michelob Ultra</b>	1	1231	0%
<b>Pilsen Callao</b>	731	501	59%
<b>Pilsen Trujillo</b>	1059	173	86%

<b>San Mateo</b>	330	902	27%
<b>Stella Artois</b>	34	1198	3%
<b>Viva</b>	187	1045	15%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24.**

*Cálculo de la Eficacia del Programa de Fidelidad Socio Backus según objetivo general del estudio*

<b>Cajas vendidas año 2019</b>	<b>Cajas proyectadas año 2020 mediante programa socio Backus</b>	<b>Cajas vendidas año 2020 del I - III trimestre</b>
1, 248,401	2,000,000	759, 205

Fuente: Elaboración propia

**Fórmula:**

Eficacia: (Resultado alcanzado / Resultado previsto) \* 100

Eficacia: 759, 205 / 2, 000,000 \* 100

Eficacia: 38%

Según Dominguez y Silvia (2008), si el resultado del indicador es menor a 100% se considera como ineficaz.

Como se puede visualizar en la Tabla 24, la compañía plantea una proyección para el año 2020 de llegar a vender 5 millones de cajas mediante el programa Socio Backus y las acciones que esta desarrolle para incentivar la compra de los socios. Por lo tanto, al aplicar el indicador correspondiente para medir el nivel de eficacia, se obtuvo como resultado que el programa es ineficaz ya que el número es menor a 100%. A su vez, para mayor sustento las ventas del programa decrecen -39% versus el año anterior 2019 ver Tabla 14, el cual rectifica la ineficacia del programa al no lograr el O2 según detalla la Tabla 7.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión

A partir de los hallazgos encontrados en la Tabla 24 y Tabla 14, aceptamos la hipótesis alternativa general que establece que el comportamiento de compra del cliente del canal tradicional influye en la eficacia del programa de fidelidad Socio Backus. Lo que avala (Reynares y Ponzoa, 2004), en su teoría señala que la efectividad de los programas de fidelización se basa en los resultados o valores diferenciadores que aportan a las empresas. Es por ello, que según detalla la Tabla 7, los objetivos proyectados por la empresa para el presente programa, no alcanzan los resultados esperados por la compañía, afirmando la teoría antes mencionada.

Según la Figura 1 refleja que el cliente socio tiene una alta preferencia por la marca regional Pilsen Trujillo, marca core; esto implica que el socio realice compras con mayor frecuencia del sku y así generando volumen en las compras. Lo que rectifica el estudio de Sarabia, Solano y Soto (2019) sostienen que los bodegueros de canal tradicional consideran el elemento marca como un factor de compra fundamental e influye en su decisión de compra, ya que, buscan opciones de marcas posicionadas en el rubro de bebidas, debido a la mayor rotación que este genera.

En la Figura 3, están presentes los resultados obtenidos del reconocimiento de marca por los clientes, en donde observamos que Pilsen Trujillo es la marca más valorada por el cliente socio, por sus atributos y el posicionamiento regional. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene, Garay (2018) y Gutiérrez y San José (2017) quienes coinciden en su investigación que los programas de trademarketing fidelizan al cliente, asimismo generan un engagement con las marcas, mediante los beneficios que este ofrece influyen al valor percibido que este tiene por la marca. Asimismo, el estudio hallado por Muñoz, Fernández y Sánchez (2019) resaltan y una vez mas confirman lo antes mencionado, acerca de la importancia del valor de marca para un cliente, generando que este realice comparaciones para tomar una una decisión de compra correcta en el momento de realizar un pedido.

Por otro lado, en la Figura 6, se detalla el alcance de coberturas por familia de marcas, el cual, detalla que existen socios sin cobertura de algunos skus, por tal, significa que el cliente socio se enfoca únicamente en llegar a su rango, por ello, no es persuadido acerca de la importancia de adquirir todas las coberturas del mix de marcas. Para esto, Escalante (2020), señala que estos programas son una razón para incrementar el ticket promedio, pero no es algo primordial para la decisión de compra, existe una repetición de compra alta con un compromiso bajo por parte del cliente.

Por lo contrario, Londoño (2015) nos brinda una similar perspectiva del resultado antes mencionado; puesto que, señala que los programas tienen un impacto en la estrategia relacional; es decir, la percepción del cliente debe ser considerada como la fuente de información prevalente para el diseño de beneficios y mecánicas que este otorga; como se observa en la Tabla 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24 no existen coberturas al 100%, dado el estudio antes mencionado, la compañía debe identificar a los clientes sin compra, de esa manera, cambiar la mecánica de incentivo.

La tendencia de crecimiento en ventas versus el año 2019, refleja según la Tabla 14, números en negativo, lo que representa un decrecimiento en comparación al crecimiento que se obtuvo el año 2019 antes del programa 'Socio Backus'; como parte de los objetivos planteados por la empresa de lograr un 30% de crecimiento en el año 2020 gracias al programa en curso, si bien, Sarabia, Solano y Soto (2019), recalcan que los programas de fidelidad no solo generan lealtad, si no también, es una estrategia de crecimiento para incrementar ventas generando mayor volumen de ventas.

#### **4.2. Conclusiones**

A partir de todo lo revisado durante el desarrollo de la presente investigación, respecto al primer objetivo, se llega a la conclusión que el comportamiento de compra del Socio Backus influye negativamente en la eficacia del programa, debido que, no se logra los resultados esperados por la compañía, eso quiere decir, que las acciones y decisiones que el cliente tome al realizar una compra, están estrechamente vinculado con el desempeño del programa y su sostenibilidad en el tiempo. No obstante, se adquiere una información relevante para que la empresa considere en su plan de acción en los programas de trade, y así, desarrolle nuevas estrategias comerciales que mejoren la eficacia del programa.

Respecto a los indicadores fundamentales para medir las acciones de compra del Socio Backus, se concluye que el cliente prefiere productos con mayor posicionamiento en el mercado cervecero, ya que, le genera mayor rotación en el punto de venta, asimismo, es parte de la lista de compras que realiza cada semana. En este caso, Pilsen Trujillo en su categoría, representa el 16% del mix de marcas a nivel programa de trademaking 'Socio Backus', debido que, es uno de los skus con mayor penetración en el programa por ser una marca regional comercializada únicamente en la ciudad de Trujillo, lo que significa, que la marca generó un *engagement* con el cliente a lo largo de los años y su posicionamiento está consolidado en el ciclo de vida del producto. Además, seguir generando el valor y la lealtad hacia la marca por parte del cliente, de tal manera, que este la adquiera en cada oportunidad de compra, así como, persuadir una venta cruzada con el

sku líder para poder cubrir otros productos que tienen menos alcance, así como Corona, Budweiser, Michelob.

Con referencia a la marca Golden, sku foco del programa de fidelidad, representa una penetración de marca con alcance del 11%, siendo un número competitivo en comparación a las marcas con más años de comercio en el mercado como es Pilsen Callao y Cusqueña. Existe una gran oportunidad para el desarrollo de la marca, a pesar de su corto tiempo en el mercado, el cliente socio apuesta por lo nuevo, siendo pieza fundamental, para poseer el producto en su punto de venta, realizar una correcta exhibición y promover su venta. Asimismo, se comprueba que el objetivo planteado por la empresa de lograr el 80% de cobertura, superó el número mediante el programa, la marca Golden alcanzó el 88% de socios con compra del producto.

En cuanto a las acciones de compra de la categoría gaseosas, Guaraná presenta una participación dentro del mix de marcas de bebidas no alcohólicas del 14%, debido a su amplia línea de producto teniendo diversas opciones de compra como son los formatos de 300 mililitros, 450 mililitros, 1 litro, 2 litros y 3 litros. Si bien es cierto, hasta el año pasado la marca venía decreciendo en volumen de ventas, por un mercado altamente competitivo de bebidas con menor cantidad de azúcar principalmente en formatos de 450 mililitros.

Por otra parte, según categorías, el Core de la compañía es la comercialización de cervezas; es por eso, que presenta un amplio portafolio de bebidas alcohólicas en diferentes formatos para diferentes ocasiones de consumo y segmentaciones, de esa manera, generar mayor rentabilidad para la empresa y liderar el mercado cervecero. No obstante, busca mitigar la participación de bebidas no alcohólicas con foco a aguas con 10% y gaseosas 19%.

El programa tiene como segmentación foco a clientes de canal tradicional; el subcanal con mayor penetración de adherencia del programa de fidelidad es bodega, el cual representa el 93% de las cajas vendidas durante el programa, con una cifra de 759,205 cajas vendidas. Se concluye, que los bodegueros en su mayoría están fidelizados y se sienten atraídos por los beneficios y las promociones que el programa les otorga, demostrando un incremento en el ticket promedio de su compra habitual. Es por ello, la bodega es pieza clave para que el programa sea sostenible en el tiempo, y a corto plazo realizar acciones que permitan seguir manteniendo el relacionamiento con el socio para obtener resultados positivos a futuro, como realizar buenas ejecuciones como productos exhibidos, visibilidad, equipos de frío sin contaminación y no menos importante, las coberturas foco de la compañía.

Por último, cabe resaltar, que el comportamiento de compra del socio nos permite efectuar un análisis acerca de la tendencia de crecimiento en ventas desde el lanzamiento del programa en el año 2020. Presenta que el primer trimestre el programa 'Socio Backus' logró un crecimiento del 19% en el mes de Enero y un 26% en Febrero en comparación a las ventas del año anterior; sin embargo, a partir del mes de Marzo el número decrece, ya que, las ventas caen en consecuencia a factores externos que no se tenía previsto. No obstante, se refleja a fines del tercer trimestre, a Junio con crecimiento del 2% versus 2019, representando una oportunidad para recuperar ventas desde el cuarto trimestre, mediante acciones cross para poder generar volumen y cumplir con todos los objetivos comerciales trazados por la empresa, garantizando el éxito del programa para el año 2021.

En conclusión, el comportamiento de compra del cliente influye en la eficacia del programa 'Socio Backus', ya que, cada acción que este realice en su comportamiento de compra, influye de manera positiva o negativamente en la viabilidad del programa y los objetivos de este para alcanzar el éxito.

#### **4.3. Recomendaciones**

En función a las conclusiones, a continuación, se realizan recomendaciones a nivel práctico y teórico:

En principio, se recomienda a la empresa recaudar mayor información acerca de la marca líder en el mercado trujillano, para detectar el gran potencial que tiene por explotar la marca regional. Es necesario, crear una estrategia de ampliación de línea de producto "hacia abajo" de la marca Pilsen Trujillo, debido que, al ser un producto con alta demanda, es importante diversificar sus formatos para diferentes ocasiones de consumo, por ejemplo, lanzar una presentación single serve de 330 mililitros y latas en sus diferentes formatos, de esa manera, alcanzar nuevos segmentos de mercado y defenderse de futuros ataques competitivos.

Asimismo, se recomienda que, en el plan de promociones más conocido como acciones tácticas, implementen un *cross selling* de Pilsen Trujillo más Golden según rangos de compra, de esa manera lograr el objetivo trazado que es la cobertura del sku en los clientes socios. Además, es importante planificar estrategias de promoción en relación al producto más preferido y valorado por el cliente. También, como parte de estrategia de promoción, es viable crear combos de skus en formatos no retornables como son latas

El análisis de penetración de marca y categoría antes mencionadas, se debe tomar como base para iniciar investigaciones con más profundidad; cabe resaltar, la importancia de conocer cuál es la situación actual de la competencia que vienen desarrollando actualmente estos programas de fidelidad dirigidas a bodegas. De tal manera, realizar un

benchmarking para las acciones de mejora en la efectividad del programa; asimismo, plantear nuevas decisiones tácticas enfocadas en promoción y precio, las cuales estarán encaminadas a conseguir mayor penetración de los productos con menor cobertura e incrementar las ventas de una forma sostenida.

Respecto a la fidelidad de los bodegueros hacia el programa, es sumamente importante seguir manteniendo un relacionamiento a largo plazo con los clientes, ya que, un programa de fidelidad no solo busca vender, si no también generar un vínculo con el socio logrando que este no solo se vea como un cliente más de la empresa, si no, como un embajador de la compañía que defiende los activos, ofrece los productos y optimiza los espacios en su punto de venta con la exhibiciones correctas para más visibilidad. De tal manera, brindándoles incentivos no solamente monetarios, si no también, promociones dirigidas únicamente a 'socios'; así, establecer una alianza con el cliente, transmitiéndole que no solamente recibe un bono por comprar volumen, si no también tiene acciones tácticas que les genera mayores márgenes de ganancia.

## ANEXOS

### Anexo 1: Guía de Registro Documental

Procedimiento de recolección de datos para la elaboración de indicadores	
Cliente 1:	Muñoz Aguilera, Giancarlo
Cantidad de productos:	1036 cajas equivalentes
Cantidad Gaseosas:	141
Cantidad Cervezas:	799
Cantidad Aguas:	88
Cantidad Maltas:	8
Tipo de Subcanal:	Bodega
Año:	2020

### Anexo 2. Instrucciones para el llenado del formato de la Ficha Técnica del Indicador

#### 1. Datos de identificación del área y empresa

Permite identificar el área encargada de registrar la información y de reportar el indicador planteado.

- 1.3. Empresa responsable: Nombre completo de la empresa encargada de reportar la información del indicador.
- 1.4. Área responsable: Nombre del área que alimenta al indicador y genera la información.
- 1.5. Responsable del indicador: Nombre de la persona encargada de reportar la información, es decir, avances del indicador y seguimiento

#### 2. Identificación del indicador

2.1. Nombre del indicador: Enunciado que identifica al indicador y describe cómo será medido, asimismo, se relaciona al objeto de medición.

2.2. Definición del indicador: Se deberá sustentar el indicador en términos de su significado conceptual. Cabe resaltar, que se deberá describir en relación a los objetivos planteados por la empresa y lo que este busca como resultado.

2.3. Objetivo: Se elaborará el objetivo planteado por la empresa relacionado con el indicador, buscando llegar al resultado esperado.

2.4. Dimensión del indicador: Se relaciona con el tipo de información que el indicador proporciona.

2.5. Unidad de medida: Se refiere a la forma en que se expresa el resultado del indicador. Esta unidad está en función al método de cálculo utilizado.

2.5. Nombre del proceso: Es el nombre asignado por la empresa de lo que está ejecutando o desarrollando.

### 3. Medición del indicador

3.1. Fórmula del indicador: Son los parámetros o elementos que se usará para efectuar el cálculo.

3.2. Fuentes de Información: Es la fuente de donde se extrae la información numérica obtenida por la empresa.

3.3. Periodo: Es el periodo establecido para medir el indicador y cada cuánto tiempo serán reportados.

#### Anexo 3. Ficha Técnica del indicador 1

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR PENETRACIÓN FAMILY BRAND			
1. Datos de identificación del área	1.1. Empresa responsable	Backus	
	1.2. Área responsable	TradeMarketing	
	1.3. Responsable	Valeria Chicoma – Gerente regional de TradeMarketing	
2. Identificación del indicador	2.1. Indicador	Penetración Family Brand	
	2.2. Definición	Busca conocer la participación por familia de marca en el subcanal bodega.	
	2.3. Objetivo	Conocer el índice de clientes y su preferencia por diferentes marcas para ejecutar sell in.	
	2.4. Dimensión del indicador	2.5. Unidad de medida	2.6. Nombre del proceso
	Acciones de compra	Porcentaje (%)	Programas de trade
3. Medición del indicador	3.1. Fórmula	(N°Socios que compraron la marca / N° total de socios)	3.2. Periodo
			Mensual
	3.3. Fuente de datos	SAP, TABLEAU	
4. Observación	Pilsen Trujillo es la marca para realizar venta cruzada con productos de baja rotación, o productos de bajo alcance de cobertura.		

Anexo 4: Ficha técnica del indicador 2

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR PENETRACIÓN CATEGORY BRAND			
5. Datos de identificación del área	5.1. Empresa responsable	Backus	
	5.2. Área responsable	TradeMarketing	
	5.3. Responsable	Valeria Chicoma – Gerente Regional de TradeMarketing	
6. Identificación del indicador	6.1. Indicador	Penetración Category Brand	
	6.2. Definición	Busca conocer la participación por categoría de producto en el subcanal bodega.	
	6.3. Objetivo	Conocer el potencial de cada categoría en el subcanal bodega.	
	6.4. Dimensión del indicador	6.5. Unidad de medida	6.6. Nombre del proceso
	Acciones de compra	Porcentaje (%)	Programas de trade
7. Medición del indicador	7.1. Fórmula	(N°Socios que compraron el producto en la categoría / N° total de socios)	7.2. Periodo
			Mensual
	7.3. Fuente de datos	SAP, TABLEAU	
8. Observación	Existe una oportunidad en la categoría aguas para foco en las acciones próximas a plantear.		

Anexo 5: Ficha Técnica del indicador 3

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR RECONOCIMIENTO DE LA MARCA			
9. Datos de identificación del área	9.1. Empresa responsable	Backus	
	9.2. Área responsable	TradeMarketing	
	9.3. Responsable	Valeria Chicoma – Gerente Regional de TradeMarketing	
10. Identificación del indicador	10.1. Indicador	Reconocimiento de la marca	
	10.2. Definición	Es un método para medir la lealtad del cliente utilizando las unidades vendidas de cada marca o categoría..	
	10.3. Objetivo	Identificar que marca está siendo más valorada por el cliente del subcanal bodega.	
	10.4. Dimensión del indicador	10.5. Unidad de medida	10.6. Nombre del proceso

	Acciones de compra	Porcentaje (%)	Programas de trade
11. Medición del indicador	11.1. Fórmula	(Unidades vendidas de la marca / unidades vendidas de la categoría)	11.2. Periodo
			Mensual
	11.3. Fuente de datos	SAP, TABLEAU	
12. Observación	Existe oportunidad en Golden, nuevo producto para cubrir, ya que a pesar de su poco tiempo de introducción al mercado, tiene un buen porcentaje de reconocimiento.		

Anexo 6: Ficha técnica del indicador 4

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR AMPLITUD POR SUBCANAL			
13. Datos de identificación del área	13.1. Empresa responsable	Backus	
	13.2. Área responsable	Comercial	
	13.3. Responsable	Luis Enrique Ayala – Supervisor Comercial	
14. Identificación del indicador	14.1. Indicador	Amplitud por Subcanal	
	14.2. Definición	Mide el número de skus que se comercializan a través de un subcanal en función al número total de skus que la empresa comercializa.	
	14.3. Objetivo	Conocer el mix de productos coberturados en cada uno de los subcanales y resaltar el subcanal bodega.	
	14.4. Dimensión del indicador	14.5. Unidad de medida	14.6. Nombre del proceso
		Acciones de compra	Porcentaje (%)
15. Medición del indicador	15.1. Fórmula	(N° de skus que se compran a través de ese subcanal / Total skus)	15.2. Periodo
			Mensual
	15.3. Fuente de datos	SAP, TABLEAU	
16. Observación	Foco a cobertura marcas globales.		

Anexo 7: Relación de clientes adheridos al programa ‘Socio Backus’

<b>Nombre de la bodega</b>	<b>Tipo negocio</b>	<b>Rango socio</b>	<b>Criterio de observación</b>
Abad Tocto, Maria Del Pilar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Abanto Abanto, Jose Eliseo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Abanto De Parimango, Maria Flora	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Abanto De Urquiza, Maria Salome	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Abanto Pastor, Jacinto Alejandro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Abanto Rodriguez, Dalila Esther	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Abanto Rodriguez, Marina Margarita	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Acevedo Goicochea, Doris Agueda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Acosta Perez, Matilde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Acosta Vereau, Natali Del Carmen	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Acurio Mellado, Romina Susana	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Adrianzen Jimenez, Fany Gabriela	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Aguilar Cortez, Jenny Lisseth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aguilar Neyra, Blanquita Yubani	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Aguirre Cortijo, Fany Lorenza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aguirre Cruz, Pedro Alejandro	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Aguirre Rodriguez, Maria America	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aguirre Varas De Garcia, Lucia Esth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alache Nima, Victoria Carolina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alaya Figueroa, Francisca	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Alayo Quispe, Ivan Arnold	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alayo Rodriguez, Benito Ignacio	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Alayo Rodriguez, Janett Elisa	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Alcantara Sagastegui, Victor Hugo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alcantara Vasquez, Maria Ysabel	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Alcantara Venegas, Linda Iliana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aldana Torres, Luis Alberto	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Alejandria Quispe, Elvira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Cabrera, Linda Katherin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Calderon, Evelin Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Chavez, Nicolasa	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Alfaro De Garcia, Olinda	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Escobedo, Ruth Paola	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Julca, Hildebrando	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Moreno, Sonia Estrella	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alfaro Rodriguez, Betzy Yadira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Alfaro Sanchez, Santos Hipolito	Minimercado	Rango2	No es parte de la población de estudio
Altamirano Bailon De Flores, Amalis	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Altamirano Torres, Litha Geovanni	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alva Mendez, Luis Alexander	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alvarado Fernandez, Jemmy Elhy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alvarado Mendoza, Elva Rusmery	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Alvarado Quispe, Dionicio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alvarado Rodriguez, Flor	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Alvarado Valderrama, Fausto Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alvarez Cabrera, Rudecinda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Alvarez De Ferrel, Blanca Beatriz	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Alvarez Gorbalan, Santos Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Amasifuen Lino, Joe Louis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Amaya Leon, Deyner Jair	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Amayo Jimenez, Anibal	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Amu Reyes, Elvia Justina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Anampa Quezada, Brigida	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Angeles Otiniano, Estefania Celeste	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Angeles Saavedra, Vitalia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Angulo Andrade, Miguel Angel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Angulo Bartra, Jorge	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Angulo Matos, Carmen Leny	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Anticona Cosavalente, Thamara Yhaja	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Anticona Cuba, Esperanza Cacilda	Minimercado	Rango4	No es parte de la población de estudio
Anticona Lopez, Victor Hugo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Apaza Ruiz, Ruben Sebastian	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Arana Lopez, Julio Rangel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Aranguri Luciano, Carmen Gladys	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aranguri Vda De Lujan, Esperanza Ai	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aranguri Zavaleta, Jose Antonio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Araujo Castillo, Rene Ismenia	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Araujo Quiliche, Jose Esau	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Arce Mori, Perla	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arce Piña, Nery Badermina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aredo Silvestre, Javier Froilan	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Argomedo Vasquez, Erwin Alberto	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Arias Fernandez, Rosa Elena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Armas Rodriguez De Espejo, Rosalym	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Armas Vasquez, Ilda Sistina	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Arqueros Gamboa, Elizabeth Laureana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arqueros Muñoz, Milagritos Yerme	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Arroyo Escalon, Maria Magdalena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arroyo Vasquez, Edelmira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arteaga Bello, Genaro	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Arteaga Briceño, Edith Rosmery	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio

Arteaga Caro, Ana Roxana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arteaga De La Cruz, Carla Veronica	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arteaga Lujan, Fernando Justiniano	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arteaga Vilchez, Magda Luz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arteta Desposorio, Silvia Edith	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Arteta Villacorta, Adelina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ascon Serrano, Hugo Fernando	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Asenjo Puelles De Campos, Regina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Aspiros Zoto, Ysidora Paula	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Asto Ruiz, Valentina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Avalos Aguilar, Santos Jorge	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Avalos Castillo, Agustin	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Avalos Garcia, Rusbel Italo	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Avalos Prado, Pablo Ermitaño	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Avalos Sanchez, Mirian Rosa	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Avila Julca De Carbajal, Emerita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Avila Sifuentes, Patricia Esther	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Azabache De Sanchez, Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Azabache Yupanqui, Edita Marisol	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Azañero Inciso, Alfonso	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Azcarate Bernaque, Emilio Mercedes	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Aznaran Asencio, Hector	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Baca Bacilio, Jezer Efer	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Baca De Vega, Mercedes	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Bacilio Urriaga, Amelia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Bailon Mudarra, Gaspar	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Balladares Dias, Juana Rosa	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Barrenechea Rodriguez, Amada	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Bautista Orbegoso, Oscar Alfredo	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Bazan Diaz, Ana	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Bazan Mendez, Margarita Erodita	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Bazar Romesa S.R.L.	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Beltran Jimenez, Lily Ramona	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Benites Asencio, Jorge Antonio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Benites Castillo, Lidia Efigenia	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Benites Cerna, Jose Wilfredo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Benites Donicio, Flugencia Petronil	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Benites Flores, Rosmery Elizabeth	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Benites Llaury, Luis Ivan	Licorería	Rango2	No es parte de la población de estudio
Benites Paz, Luz De Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Benites Ruiz, Stefany Geraldine	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Benites Sanchez, Julia Esther	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Benites Trujillo, Grisell Vanessa	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Benites Uceda, Alejandro Alexander	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Bermudez Alva, Fidelia Francisca	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Bernabe Bernabe, Elizabeth Merary	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Bernabe Morales, Maria Natalia	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Bernabe Urcia, Maria Sabina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Berru Rondoy, Juana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Blanco Zavaleta, Jenny Soledad	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Blas Gonzales, Bertila Eusebia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Blas Miniano, Sonia Monica	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Bobadilla Alvarez, Lucia Ysabel	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Bobadilla Espino, Getrudis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Bocanegra Lozano, Luz Velinda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Bocanegra Orbegoso, Mirella Yuvicsa	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Bocanegra Vda De Silva, Teresa	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Briceño Acosta, Martina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Briceño Acosta, Silvia Soledad	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Briceño Carranza, Carmela Rocio	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Briones Ruiz De Morales, Lourdes Ja	Bodega	Rango10	Si es parte de la población de estudio
Bulnes Rivera, Marco Antonio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Burgos Alcalde, Cesar Melzar	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Burgos Anziburo, Victor Arturo	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Bustamante Moncada De Gutierrez, Ha	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Bustos Calderon, Yelica Magali	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Caballero Capa De Cosavalente, Merc	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Caballero Cordero, Bernardo Jose	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Caballero Perez, Maria Beatriz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabanillas Narro, Sofia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabel Rodriguez, Natalia Stefania	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabellos Briones De Cerquin, Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabellos Corcino, Julio Cesar	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Cabellos Rodriguez, Sixtina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabrera De Del Castillo, Eresvita E	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabrera Delgado, Medali	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Cabrera Loyola, Diana Mily	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Cabrera Martos, Gisella Veronica	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cabrera Villena, Yessenia Sugely	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Caipo Gil, Luis Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Calderon Fernandez, Felipa Santos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Calderon Lavado, Paola Katherine Es	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Calderon Nieves, Celestina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Calderon Requejo, Mardoqueo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Calderon Rodriguez, Maritza Isabel	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Calderon Salvador, Angelica	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Calla Quevedo, Vilma Liliana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Camacho Ignacio, Ruben	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Camarena Caro, Wilson Nery	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Campos Alvarado, Severina Edelmira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Campos Benites, Raisa Flora	Particular	Rango4	No es parte de la población de estudio
Campos Rojas De Aguirre, Constanza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Campos Suxe, Jerry Anderson	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Capristan Jones, Christian Lucio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carbajal Espinoza, Juana Olga	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carbajal Torres, Maria Antonieta	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carbajal Torres, Maria Maribel	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Carbajal Viera, Luis Alberto	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Cardenas Durand, Luis Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cardenas Urbina, Mirtian Lourdes	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Carmen Chira, Giovanni	Bodega	Rango15	Si es parte de la población de estudio
Carpio Cisneros, Rocio Elizabeth	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Carranza Angulo, Rosa America	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Carranza Cabrera, Celinda Ofelina	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Carranza Ellen De Sangay, Luz Del C	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Carranza Juarez, Julia Agripina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carranza Perez, Valentina Marleny	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Carranza Ramos, Nelida	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Carranza Reyes, Santos Elvia	Minimercado	Rango3	No es parte de la población de estudio
Carranza Rivera, Amparo Donatilde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carranza Rodriguez, Adelina	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Carranza Vasquez, Maria Luz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carril Alfaro, Rosa Elena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Carrion De Barbaran, Maria Mercedes	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Casamayor Mudarra, Maria Nelly	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Casana Flores De Guerra, Gloria Mar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Casanova Pretell De Cardenas, Olimp	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Casas De Osorio, Rosa Delfina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cassana Torres, Renee Gerardo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castaneda De Tapia, Alicia Martha	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castañeda Toribio, Juan Carlos	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Castañeda Villalobos, Flor Liliana	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Castañeda Villanueva, Mercy Elizabe	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Alfaro, Kelly Yohani	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Castillo, Angelina Roseny	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Castillo Cerna, Dominga Clotilde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo De Matute, Elsa Matutina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Durand De Sam, Rosa Marina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Guzman, Gabriela Lizbeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Linares, Juan Carlos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Ortiz, Rosa Elena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Pando, Maria Leonila	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Pino, Cynthia Nathali	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castillo Vega, Gilmer Wilson	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Castillo Vera, Luz Estefany	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Castillo Villarial, Luzgardo Nicola	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castrejon Soto, Nora Rosa	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Castro Aranguri, Juana Mirtha	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Castro Haro, Ruben	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Castro Pelaes, Margarita Isolina	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Castro Vargas, Jeny Gladys	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Cavero Romero, David	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Cayetano Chavarri, Yane Marilu	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Celis Rodriguez, Jose Antonio	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Centurion Briceño De Chavez, Violet	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cercado Chavez, Fiorela	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Cerna Aranguri, Nilda Zoraida	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cerna Briceño, Eduardo Alfredo	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Cerna Flores, Monica Nohemi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cerna Gavidia, Fany Marisol	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cerna Mudarra De Iparraguirre, Glor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cerna Roque, Carmen Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cerna Vasquez, Aldo Rainer	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cesias Alvarez, Raul Enrique	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chacon Contreras, Maria Salome	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chacon Evangelista, Hilario	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chacon Evangelista, Maria Olga	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chacon Leiva, Veronica Noemi	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Chacon Vera, Santana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chamorro Contiguriz, Guillermo Pabl	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Chanduvi Esparza, Nanci Cecilia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Chaupe Cruz, Susana Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chavarrea Plasencia, Carlos Milder	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Chavarry Ibañez, Eni Esmeralda	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Chavarry Infante, Alberto Luis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chavez Chacon, Baseliza	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Chavez Garcia, Juliana Estela	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Chavez Lopez, Kelly Haydee	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Chavez Mariños De Castañeda, Odila	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chavez Rasco, Segundo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Chavez Rimas, Paula Margarita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chavez Untol, Luzdina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chero De Oloya, Asuncion	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Chimbor Olivares, Esther	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Chinchay Huaman, Aurelia	Particular	Rango7	No es parte de la población de estudio
Chirinos Becerra, Carlos Eduardo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chu De Olcese, Juana Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chuctaya Soncco, Maricela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Chun Orbegoso, Dalit	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Chuquimango Flores, Alan Rodolfo	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio

Cis Peru Inversiones E.I.R.L.	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ciudad Benites, Jorge	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Ciudad La Torre, Alfonso Daniel	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Cochachin Villanueva, Yenica Inela	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Collantes De Echeverria, Maria Elen	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Collantes Lopez, Miriam Carolina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Comercial Chasqui Peru E.I.R.L.	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Comercial Dany S.A.C.	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Comercial La Predilecta S.A.C.	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Comercial Marite Empresa De Respons	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Comercial Proveeduría Yesica S.R.L.	Minimercado	Rango4	No es parte de la población de estudio
Comercial Vero Y Hermanos E.I.R.L.	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Comercializadora Y Distribuidora De	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Comercializadora Y Distribuidora Ve	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Contreras Gonzales, Lesli Pamela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Contreras Mendez, Jorge Luis	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Contreras Mendoza, Walter Julio	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Contreras Rios, Nelly Yovanni	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Corcho Libre S.R.L.	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Cordova Gonzalez, Jose Elmer	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cordova Gutierrez, Norma Emperatriz	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Cordova Pintado, Gloria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cordova Vasquez, Santos Almeri	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Coronado Rivadeneira, Luisa Micaela	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Cortijo Rodriguez, Elbia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cortijo Zavaleta, Esther Salome	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cotrina Gutierrez, Sonia Rosalda	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Cotrina Quispe, Alberto	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Crisanto Caceda, Meryann Milagros	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Crisologo Montenegro De Quispe, Fu	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cruz Aguilar, Oswaldo Junnior	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Cruz Armas, Luz Yolanda	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Cruz Capcha, Antonia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cruz De Ramirez, Adriana Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cruz Horna, Cesar Odilon	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Cruz Requena, Maria Julia	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Cruz Rodriguez, Santos Benjamin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cruz Siguenza, Maricxa Noemi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cruzado Gamarra, Rocsana Maribel	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Cruzado Ortiz, Octavio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cruzado Perez, Maruja	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Cruzado Reyes, Rosa Iris	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cubas Baltodano, Leonor Del Pilar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cubas Vasquez, Nora Conzuelo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Cuenca Ventura, Tula	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Cueva Carranza, Heriberto Alfredo	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Cuevas Carbajal, Maria Julia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Custodio Caceres, Rafael	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Davila Cruzado De Asmat, Francisca	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Davila Veintemilla, Rosa Violeta	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Daza Diaz, Jefferson	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Daza Yupanqui, Maria Merita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
De La Cruz Garcia, Eleodoro Marcelli	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
De La Cruz Lujan, Segundo Andres	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
De La Cruz Medina, Celmira Perpetua	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
De La Cruz Rodriguez, Simona Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
De Paz Dominguez, Fulgencia Alejand	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
De Paz Dominguez, Luz Jacinta	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Delgado Briceño, Yolanda Gladys	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Delgado Evangelista, Flor Maribel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Delgado Haro, Sebastiana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Deza Gamarra, Magna	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Deza Reyes, Lucy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Deza Rojas, Hardy Vidal	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz De Garcia, Nora Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz Garcia, Victoria Lizeth	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Diaz Horna, Carmen Lidia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz Leon, Amaro Hiroito	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz Leyva, Nildo Rubi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz Mendoza, Elder Ronald	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz Piminchumo, Leonor Soledad	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diaz Sarmiento, Felipe	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Diestra De Solorzano, Olga Martina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Dilas Tomay, Marta	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Dionicio Alva, Duany	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Dismaco S.A.C.	Licorería	Rango2	No es parte de la población de estudio
Distribuidora Kahory Kafram E.I.R.L	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Distribuidora Payest Soc.Resp.Ltda.	Licorería	Rango13	No es parte de la población de estudio
Distribuidora Yerika S.R.L	Bodega	Rango13	Si es parte de la población de estudio
Dominguez Amoros, Luz Angelica	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Dominguez Colchado, Eulogio	Bodega	Rango13	Si es parte de la población de estudio
Dominguez Lujan, Jose Mariano	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Dominguez Malqui, Jeiner Marcelino	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Dominguez Mestanza, Maria Selma	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Dominguez Villanueva, Jose Luis	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Durand Acevedo, Lupo Alejandro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Edaguz Representaciones & Servicios	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
El Rocio S.A.	Particular	Rango4	No es parte de la población de estudio
Ellen Ogños, Eduardo Alfredo	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Enriquez Hernandez, Liliana Alicia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Escobar Calderon, Haydee Yesenia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Escobedo Castañeda, Elvis Adolfo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Escobedo De Saldaña, Amanda Edit	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Escobedo Rodriguez, Sabina Eugenia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Espejo Yupanqui, Rosario Amparo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Espino Chavez, Marisol Flavina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Espinola Castro, Griceria	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Espinola Leyva, Maximina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Espinola Salazar, Enrique Segundo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Espinoza Aching, Gina Dinora	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Espinoza Cerna, Rufino Ramiro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Espinoza Guevara, Cristobal Baldome	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Espinoza Miguel, Maribel Agustina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Espir Altamirano, Jorge	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Esquivel Ruiz, Fidel Fernando	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Eustaquio Perez, Maria Maximina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Eustaquio Reyes, Brigida Marina	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Fernandez Asuncion, Teofilo Alejand	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Cabrera, Dency	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Fernandez De La Cruz, Elena Yanet	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Fernandez De La Cruz, Gilberto Oswa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Garcia, Juan Manuel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Lujan, Ivonn Libeth	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Marreros, Ysabel	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Paredes, Felicita	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Portocarrero, Victor Eras	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Santos, Elsa Betzabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Valdivia, Norma Marisol	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Fernandez Vera, Teodomira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ferrel Bardales, Miriam Teotista	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ferrer Cruz De Peralta, Esther	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ferrer Ramos, Benilda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Figueroa Ruiz, Roxana Mabel	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Figueroa Velasquez, Gladis Esmelda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Alvarado De Zuñiga, Maria Ju	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Aquino, Edith Elva	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Chavez, Edwar Yhens	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Crisostomo, Leidy Yazumi	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Flores Cruz, Rosa Gaudiosa	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Flores Gallardo, Diego Anderson	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Flores Hilario, Eufemio Santos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Leonardo, Marcela	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Flores Marquez, Danila Odila	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Marquina, Adriana Cristina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Mendez, Gregoria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Flores Morillas Vda De Loayza, Mari	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Neciosup, Datty Alexandra	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Flores Pajuelo, Luis Arturo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Paredes De De La Cruz, Julia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Peña, Paulina Maribel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Flores Quispe, Concepcion	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Flores Rios, Esperanza Genoveva	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Rodriguez, Victor Humberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Valladares, Victor Humberto	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Flores Vargas, Miguel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Flores Vargas, Victor Celacio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Florian De Obando, Magna	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Florian Reyna, Gloria Elizabeth	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Florian Villanueva, Anitha Maximina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Franco , Aida Mercedes	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Frias Vda De Rojas, Primitiva Yolan	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gaitan Agreda, Fernando Eliazar	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Gamarra De Fernandez, Isabel Alicia	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gamboa Acevedo, Jose Antonio	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gamboa Arevalo, Edward Gianfranco	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gamboa Carranza, Gregorio Bernardo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Gamboa Pelaez, Linder Honorio	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gamboa Valeriano, Julia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garay De Rafael, Auria Francisca	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garay Fernandez, Rosabel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Garcia Aguirre, Yohana Evelyn	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Alvarado, Segundo Miguel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Becerra, Maria Adelelma	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Garcia Cruz, Seferino	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Espinola, Vilma Nery	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Gamboa, Maria Dorliza	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Garcia Gonzales, Javier Elider	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Garcia Gutierrez, Maria Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Haro, Dora	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Meza, Lucy Jovany	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Garcia Morales, Gladys Esther	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Garcia Mozo, Arleny Eliza	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Garcia Prado, Melades	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Rodriguez, Genaro Roger	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Rodriguez, Lorenza	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Garcia Rodriguez, Rocio Janett	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Garcia Ruiz, Rocio Del Pilar	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Garcia Sanchez, Maria Elena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Villarreal, Carmen Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Garcia Zavala, Norma Mary	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio

Garcia Zavaleta, Cristian Orlando	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Garnica Hurtado, Carlos Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gastañeduy Medina, Iris Violeta	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gavidia Cabanillas, Marco Antonio	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gavidia Mendocilla, Gladys Aurora	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Geronimo Hernandez, Pedro Jesus	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Geronimo Marquez, Giordano Andre	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Geronimo Reyes, Eusebia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gil Paredes, Francisco Nemecio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Giraldo Velasquez, Hector Guillermo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gomez De Bello, Susana Matilde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gomez Lazaro, Flor Marlene	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gomez Muñoz De Ortiz, Rosa Ysabel	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Aguilar, Jakeline Elizabet	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Avila, Ana Maria	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Avila, Jhon Anthony	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Gonzales Honorio, Maria Olga	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gonzales Jara, Nimrod	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Nieto, Doris Chabuca	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Pereda, Jose Toribio	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Rodriguez, Jonny Adin	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Sare, Carmela Ines	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Valdez, Rocio Marisol	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gonzales Valencia, Lupita Karla	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gonzalez Gutierrez, Rosa Gladis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gonzalez Huanes, Diana Jaclyn	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gonzalez Marcelo, Lourdes Anita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gonzalez Ramos, Santos Antero	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Gonzalez Rodriguez, Norma Edith	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gonzalez Vilchez, Jacqueline Armida	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Graos Vargas, Catalina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Grupo Moreno E.I.R.L	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Guevara Garcia, Iris	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guevara Gomez, Luis Efren	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guevara Guarniz, Felicia Margarita	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Guevara Mercedes, Elva Maria	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Guevara Ninaquispe, Paulina Elvira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guevara Ninaquispe, Pedro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guevara Reyes, Pedro Andres	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guevara Zavaleta, Aileen Joanna	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Guga Trading Company S.A.C.	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gutierrez Aguilar, Lucia Marcela	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez De Aguirre, Romelia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez De Flores, Luz Hesther	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez De Rodriguez, Carmen Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Gutierrez Gonzales, Amelia Luperfin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Gutierrez, Silvia Liliana	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gutierrez Guzman, Karla Elizabeth	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Lazaro, Flor Maria	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Ramirez, Augusto Juvenal	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Rosales, Rosa Aurea	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Santillan, Jose Luis	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Gutierrez Suyon, Ana Claudia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Ticona, Valentin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Valdez, Graciela Isabel	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Gutierrez Zavaleta, Alicia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guzman Alvarez, Norma Luz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guzman Carbajal, Fabrizio Noel	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Guzman Castañeda, Maria Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Guzman Cueva, Luis Carlos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Haro Alcantara, Katerin Estefani	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Haro Basilio, Jaime Arturo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Haro Guevara, Nely Jakelin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Haro Toribio, Martha Margarita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Heredia Garcia, Olga Miriam	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Hermenegildo Alvarado, Idermi Areli	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Hernandez Diestra, Daniela Wendy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Hernandez Quezada, Ana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Herrera Castañeda, Rosa Dalina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Herrera De Zuñiga, Nilda Cipriana	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Herrera Flores, Carlos Enrique	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Hilario Cordova, Miriam Florisa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Hilario Flores, Rosa Maria	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Hilario Gonzales, Carmen Raquel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Hilario Reyes, Vilma Plantila	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Hipolito Anticona, Wilder Jovany	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Holguin De Agreda, Margarita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Horna Quispe, Elizabeth Mercedes	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Horna Salinas, Orlando Coutinho	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Horna Sebastian, Margarita	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Hoyos Facundo, Gian Marco	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Huacacolqui Ramirez, Julissa Margot	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Huacchillo Guerrero, Brunilda	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Huaila Sota, Dora Beatriz	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Huaman Bacon, Jorge Luis	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Huaman Oyarce, Maria Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Huaman Rojas, Maria Arminda	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Huaman Vda De Marreros, Juana Glori	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Huaman Villanueva, Teresa Jesus	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Huamanchay Portal De Gomez, Elena C	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Huamanchumo Arroyo, Jorge Humberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Huamanchumo Leyton, Betsy Marilyn	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Huamanchumo Rojas, Melina Marianela	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Huaripata Saenz, Maria Yolanda	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Hurtado Gutierrez, Henry Ruben	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Hws Proyectos Y Prototipos E.I.R.L	Licorería	Rango3	No es parte de la población de estudio
Ibañez Villalva, Feliciano	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Idrogo Idrogo, Edinson	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Idrogo Villanueva, Mercedes Veronic	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Inca Mecola, Martha Gladis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Infantes Ruiz, Aristides Viter	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Inoñan Veliz, Rogelia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Agro-Ferreteras Elder E	Bodega	Rango13	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Feja E.I.R.L.	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Generales Herlan S.A.C	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Sabor Trujillano S.A.C.	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Ton S Place E.I.R.L.	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Xing Long S.A.C.	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Y Distribuciones Cas &	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Inversiones Y Multiservicios Chicam	Particular	Rango5	No es parte de la población de estudio
Inversiones Y Servicios Crisemy S.A	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Iparraguirre Epiquen, Ida	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Iparraguirre Marcelo, Walter David	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Iparraguirre Reyes, Maria Carlita	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Izquierdo De Ocas, Maria Orfelinda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Izquierdo Muñoz, Victor	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Izquierdo Rodriguez, Yanina Teresa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Jacobo De Vasquez, Felicita Alejand	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Jacobo Polo, Lisset Solangel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Jacobo Rodriguez, Pretel Ever	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Jacobo Sullon, Karla Lizsi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Jacobo Villanueva, Colber Felipe	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Jara Castillo, Romelia Amabel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Jara Cruz, Victor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Jara Garcia, Shely Jennyfer	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Jara Sanchez, Teodora Celinda	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Jave Sacramento, Victoria Noemi	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Jesus Velasquez, Oscar Ivan	Minimercado	Rango4	No es parte de la población de estudio
Jimenez Linares, Maria Elezabeth	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Jimenez Sanchez, Milciades	Bodega	Rango10	Si es parte de la población de estudio
Juarez Acosta, Maria Teodora	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Juarez Burgos, Olinda	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Juarez Cedano, Anita Olinda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Julca Cruz, Dora Estela	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Julca Lozada, Floricela	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
La Rosa Pinedo, Luz Astenia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lacherre Sagastegui, Glenys Mirella	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Larraondo Evangelista, Devora Eliza	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Lau Elorreaga, Lidia Ines	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lavado Meza, Nancy Luzmila	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Lavado Pizan, Edwin Ronaldo	Bodega	Rango10	Si es parte de la población de estudio
Lavado Saavedra, Juana	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Layza Gonzales, Angela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lazaro Ibañez, Zacarias	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lazaro Rodriguez, Elvis Samuel	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Lazaro Ruiz, Natividad	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Lazaro Solano, Benilda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ledesma Gamarra, Christian Paolo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ledesma Mendez, Gonzalo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Leiva Almeri, Celinda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Leiva De Orbegoso, Nora	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Leiva Pajares, Evelyn Noemi	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Leon Diaz, Eduar Luzgardo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Leon Diaz, Zoila Alejandrina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Leon Guerra Vda De Reyes, Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Leon Morales, Exilda Shyuveli	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Leon Saenz, Gilmer Bartolome	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lescano Perez, Jose Segundo	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Leyton De Huamanchumo, Luisa	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Leyva Salazar, Roxana Elizabeth	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Leyva Tafur, Rosa Ericka	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Lezama Paredes, Haydee Edith	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lezama Quiroz, Luisa Jeovina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Lezly Marleny, Vega Villanueva	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Licoreria Tabaco Y Ron E.I.R.L	Licorería	Rango2	No es parte de la población de estudio
Licoreria Tabaco Y Ron E.I.R.L.	Licorería	Rango3	No es parte de la población de estudio
Licoreria Tabaco Y Ron E.I.R.L. - L	Licorería	Rango7	No es parte de la población de estudio
Licoreria Tequila & Sal S.A.C.	Licorería	Rango3	No es parte de la población de estudio
Linares Callirgos, Hugo Junior	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Linares Castillo, Yolanda Violeta	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Linares Cobba, Juana Zoila	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Linares Garcia, Rosa Aurora	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Linares Neira, Marleny Antonieta	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Linares Perez, Eudocia Felicita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Linares Rojas, Solano	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Liñan Guzman, Sonia Maritza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Liñan Nieves, Santos Maria	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Liza De Narvaez, Marciana Edelmira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Lizarraga Blas, Juanita	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Lizarraga Lazaro, Porfirio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lizarraga Machuca, Handerson Brayan	Bodega	Rango13	Si es parte de la población de estudio
Lizarzaburu Muñoz, Maria Del Pilar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Llajaruna Ampuero De Asmad, Lilly S	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Llajaruna Reyes De Valdivia, Martha	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Llamoga Colorado, Genciano	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Llanos Barboza, Hormecinda	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Llanos Zelada, Maria Yolanda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Llapo Geronimo, Norma Flor	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Llaro Garcia, Andrea Albina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Llontop Camacho, Jose Armando	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Llontop Camacho, Vicente Roman	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Llontop Mendez, Julio Apolinar	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Loayza Mollehuarca, Teresa	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Lopez Burgos, Panfila Efigenia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Lopez Cabos, Segunda Natividad	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Lopez Cruz, Jenny Mariela	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Lopez Cruzado, Sheyla Lysette	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Lopez De Venegas, Emerita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lopez Jara, Geronimo Orlando	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Lopez Meza, Yesenia Patricia	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Lopez Miguel, Marcelo Ivan	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lopez Miranda, Milton	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Lopez Villajulca, Wilson Eduardo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Loyola Blas, Jorge Luis	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Loyola Rodriguez, Carola Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Loyola Roque, Agripina Consuelo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lozada Cabel, Angel Pedro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lozano Novoa, Cristhian Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lucho Gomez, Edson Josemar	Bodega	Rango11	Si es parte de la población de estudio
Luis Evangelista, Elena Rocio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lujan Castillo, Pabla	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Lujan De Gutierrez, Martha G	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lujan Jaramillo, Limna Elena	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Lujan Luis, Lesli Jhosely	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Lujan Sanchez, Carlos Alberto	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Luyo Chumpitaz, Carmen Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Machaca Quispe, Valentin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Machado Ferradas, Tatiana Del Carne	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Malaver Vega, Maria Haydee	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Maldonado Vasquez, Gerenarda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mallqui Caipo, Nelida	Minimercado	Rango2	No es parte de la población de estudio
Malpica Morales, Doris Gladis	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Mantilla Sosa De Rodriguez, Karen P	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio

Marchena Figueroa, Natalia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Marchena Jimenez, Carolina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mariños De Valderrama, Juana Elena	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Marquina De Rodriguez, Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Marquina Garagatti, Ayrton Milqui	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Martinez Alcalde, Nicolas	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Martinez Chunga, Manuel Alonso	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Martinez Mora, Jorge Antonio	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Martinez Valdiviezo, Manuel Raul	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mattos Muñoz, Martha	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Medina Agreda, Neyda Magali	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Medina Bobadilla, Carlos Alberto	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Medina Jara, Beatriz	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Medina Luis, Martha Monica	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Medina Montoya, Cesar Medrano	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Medina Paredes, Ana Victoria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Medrano Valle, Elard Elain	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mega Inversiones Robles E.I.R.L.	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Mendez Alayo, Yovany Mabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mendez Benites, Carlos Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mendez Castillo, Nilton Santos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mendez Vargas, Haminton Alejandro	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Mendez Ybañez, Yessica Merly	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mendocilla De La Cruz, Teofilo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mendoza Arteaga, Marck Antony	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Mendoza Cruz, Betty Berenice	Particular	Rango4	No es parte de la población de estudio
Mendoza Medina, Consuelo Haydee	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Mendoza Meregildo, Jennifer Lucero	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Mendoza Pretel, Luz Amandy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mendoza Saldaña, Claide Esther	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Mendoza Vega, Elizabeth	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Mengole Moreno, Yulit Medali	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Mercado Boyd, Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Meza Bautista, Elianita	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Meza Sigvas De Juarez, Maria Magdal	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Milquiades De Paredes, Luz	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Minano Flores, Gladys Raquel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Minchola Mendoza, Sabina Del Rocio	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Minchola Rios, Arleni Nila	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mini Market El Lirio S.R.L.	Minimercado	Rango3	No es parte de la población de estudio
Miñano Oliva, Leonor	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Miñano Tapia, Maryori Jackelyn	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Miranda Anticona, Hilda Marina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Miranda Gutierrez, Emelita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mondragon Cotrina, Estefany Esmeral	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio

Monsalve Farias, Ysolina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Montero Chiroque, Jose De La Rosa	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Montero Sifuentes, Sugrey Del Milagr	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Montoya Ramirez, Hilde Jamber	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Monzon Flores, Betty Rocio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Monzon Salavarría, Alejandro Ricard	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Monzon Vargas, Maria Del Carmen	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Morales Betancourt De Beltran, Frec	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Morales Zavaleta, Semiramiz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Moran Durand, Rodolfo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Moreno Chavez, Luciano Dario	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Moreno Cuzco, Francisca	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Moreno De Torres, Maria Elvia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Moreno Jesus, Amada Deodata	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Moreno Ruiz, Charito Noemi	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Moreno Torres, Claudia Franshesca	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Moreno Yparraguirre, Julia Jimena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Mori Marin, Josmell Alejandro	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Mostacero Carrera, Hermes Alindor	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Moya Varas, Maria Ursula	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Muncibay Rojas, Gladys Marlene	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Muñoz Aguilera, Giancarlo Junior	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Muñoz Cabrera, Ruth Gisella	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Muñoz Julca, Marilu Ysabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Muñoz Vargas, Jose Joaquin	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Muñoz Zarate, Noemina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Murga Ruiz, Erika	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Murga Salvatierra, Maximo Agustin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Murga Vasquez, Jesus	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Murillo Moreno, Lidia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Narcizo De Ruiz, Francisca	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Natividad Martinez, Wiman	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Navarrete Pereda, Luis Alfonso	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Nazario Reyes, Margarita Del Pilar	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Neciosupp Rodriguez, Pedro Victor	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Negocios Y Servicios Generales Luch	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Neira Calderon, Dennis Michel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Neira Zevallos, Juana Nancy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
New Bigot S S.R.L.	Particular	Rango7	No es parte de la población de estudio
New Kaizen E.I.R.L	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Neyra Risco, July Zarelita	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Nicolas Lopez, Antonio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Nieves Calderon, Elder Noemi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Nieves Rubio, Blanca Roxana	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Nieves Valeriano, Angelica Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Ninahuanca Alanya, Marsella Mary	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Novoa Rabanal, Maria Helsi	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Nuñez Garcia, Delia Noemi	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ñique Aguilar, Anita Estefania	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Obeso De Orbegoso, Maria Felicia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ochoa Vera, Faviola Carmen	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Olano Maguina, Maria Encarnacion	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Oliva Alva, Haydee Iris	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Oliva Vasquez, Sandra Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Olortegui Cordova, Rosa Mardeli	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Orbegoso Lazaro, Maria Ysabel	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Orbegoso Valdez, Lidia Arminda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Orbezo Gutierrez, Julio Cesar	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ordinola Ramirez, Nathy Alejandra	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Orellano Gonzales, Patricia Elizabe	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Oribe Sanchez, Chower Bustamante	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ortecho Valderrama, Marcia Lesly	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Oruna Saavedra, Jesus Manuela	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Otiniano Rodriguez, Jhony Ivan	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Otiniano Sandoval, Hernan Kennedy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Otiniano Zavaleta, Cristoval	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Pacheco Lozada, Jonny Henry	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Palma Jimenez, Isidoro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Palmer Zuloeta De Kanno, Ana Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Palomino Cruz, Santos Emilia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Palomino Rojas, Carmen Rosa	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Panaifo Picota, Shirle	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Panduro Alegria, Birginia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Panduro Diaz, Amiel	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Paredes Castillo, Enrique Javier	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Paredes Chavez, Jhosimar Antony	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Paredes De Vasquez, Natividad	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Paredes Guevara, Mirtha Teresa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Paredes Quiroz, Hilda Maria	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Paredes Rafael, Josvin Wil Alexande	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Paredes Rodriguez, Katherin	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Paredes Ruiz, Flora Biviana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Parimango Anticona, Carolina Ysabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pascual Reyes, Carmela Justiniana	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Pastor De Uriol, Irma Ysabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pastor Quispe, Brayan Pheiton	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Patricio Mantilla De Cruz, Marina E	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Paz Calderon, Benturo Pelayes	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Pecho Quezada, William Eduardo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pelaez Chavez, Secundina Yanira	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Pelaez Sanchez, Teofila	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Peña Acosta, Sonia Mercedes	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Peña Facundo, Katherine Ersebeth	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Pereda Altamirano, Andres Victor	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Pereda Cueva, Bertila Beata	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Centurion De Agustin, Lisbeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez De Briceno, Susana Agapita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez De Huaman, Paula Agripina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Garcia, Sara Hortencia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Goicochea, Rosario Elizabeth	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Perez Lizarraga, Maria Angelica	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Perez Loyaga, Ana Maria	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Pèrez Rebaza, Segundo Virgilio	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Perez Reyes, Maria Luciana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Reyna, Blanca Sonia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Rodriguez, Juana Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Rojas, Yovanna Marianela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Valdez, Fernando	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perez Vasquez, Doris Yobana	Minimercado	Rango4	No es parte de la población de estudio
Perez Vereau, Maria Lujeria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Perleche Bances, Cristina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pesantes Alayo, Luz Angelica	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pesantes Bacilio, Carmen Livia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pesantes Lujan, Viviana Iris	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pesantes Reyna, Maria Clementa	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Pflucker Sandoval, Elsa Consuelo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pichon Calderon, Pedro Marcial	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pily Mol E.I.R.L.	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Pina De Huertas, Clara	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pinillos Avalos, Juan Jose	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Piña Pinchi De Silva, Lane	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Pizarro Huaman, Dayruz Andrea	Minimercado	Rango2	No es parte de la población de estudio
Plasencia Lopez De Vasquez, Rocio D	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Plasencia Navarro, Irma Mery	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Plasencia Siccha, Lidia Elizabeht	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Poicon Hurtado, Gina Carola	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Polo Acevedo, Angelita Marcelina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Polo Barreto, Virginia Elena	Particular	Rango5	No es parte de la población de estudio
Polo Castillo, Erminia	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Polo Flores, Carlos Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Polo Flores, Carlos Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Polo Gonzales, Santos Hilario	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Polo Jimenez, Santos Severina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Polo Leyva, Guadalupe Del Rosario	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Poma Mogollon, Franklin Jose	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio

Ponce Arqueros, Segundo Rufino	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ponte Trujillo, Dioselin Caterin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Portilla Alcalde, Esperanza N	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Porturas Saavedra, Teofilo Apolinar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Potosi Villarreal, Pilar Vanessa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Pozo Pacheco, Jose Olmedo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Pretell Azabache, Eduin Edgardo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Prieto Rodriguez, Maruja Maria	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Puerta Ñauparin, Cristobal	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Quesquen Cortez, Miriam Daniela	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Quevedo Pelaez, Carmen Natali	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Quezada Campos, Agustina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Quezada Mallqui, Alicia Melina	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Quiroz Garcia, Marco Antonio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Quispe Lacerna, Olga Lidia	Bodega	Rango12	Si es parte de la población de estudio
Quispe Malpica, Yajaira Odalis	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Quispe Marquina, Maria Enemecia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Quispe Obregon, Melchor Melanio	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Quispe Ventura, Juana Manuela	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Quito Cruz, Carlos Miguel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Quito Perez, Luis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rabanal Vda De Tomas, Olinda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rafael Alvarez, Gaby Gissela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rafael Jara, Carlos Manuel	Licorería	Rango8	No es parte de la población de estudio
Ramirez Aguilar, Julio	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ramirez Leyva, Alejandrina Ayde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramirez Paredes, Francisco Javier	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramirez Pariaquiche De Monzon, Fl	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramirez Ramirez, Marleni	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramirez Vergara, Humberto Julio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramos Asociados Srl	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Ramos Layza, Fredesminda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramos Serin, Heliodoro	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramos Vega, Ana Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ramos Zamora, Carmen Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rasco Rudas, Juan Rafael	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ravelo Leturia, Amaro	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Raymundo Gutierrez, Iris Consuelo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reategui Arevalo, Mayra Estefania	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rebaza Gavidia, Lissette Magaly	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Regalado Diaz, Maria Santos	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rengifo Ruiz, Rosina Raquel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Revilla Correa, Eva Raquel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Ayala, Karina Leticia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Chavez, Maria Virginia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio

Reyes Linch, Maria Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Lozano, Juana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Mendoza, Jenny Maribel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Pizarro, Alfredo Raul	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Ramos, Antolina Teofila	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Reyes Rodriguez, Fidencia Irene	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Ruiz, Reimiria	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Reyes Segura, Yulisa Esther	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Reyes Urquiaga, Elsa Corina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Reyes Valderrama, Hernan Alexander	Bodega	Rango8	Si es parte de la población de estudio
Reyna Cabada, Pedro Temistocles	Particular	Rango5	No es parte de la población de estudio
Reyna Romero, Mery Fernanda	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Rios De Arenas, Juana Marina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rios De Escobar, Georgina Josefina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rios Gonzalez, Juana Teresa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rios Gutierrez, Rosa Alejandrina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rios Ñiquin, Luz Veronica	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rios Ruiz, Severina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rios Saavedra, Ruty Marleni	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rios Sanchez, Jose Ananias	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Risco Bocanegra, Maria Asuncion	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rivas Castillo, Maria Asuncion	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rivas Piña, Rosa Elisabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rivera Alayo, Linda Mireli	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rivera Jara, Kelly Ivonne	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rivera Lizarraga, Gloria Luz	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Rivera Lizarraga, Maritza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rivera Valdiviezo, Fernando	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Robles Rivera, Lily Tatiana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Avila, Rosa Isabel	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Azañero, Angela Raquel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Carpio, Rocio Kathleen	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Rodriguez Chavez, Carmela Marleny	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez De Chaupe, Lucy Emilia	Bodega	Rango10	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez De La Cruz, Silvia Zulay	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez De Moreno, Nerida Beatriz	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Echevarria, Rosa Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Espejo, Anita Kelly	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Fernandez, Luis Miguel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Gamboa, Juana Flor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Marcos, Santiago Edilbert	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Marquina, Eden Maribel	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Morales, Elizabeth	Particular	Rango5	No es parte de la población de estudio
Rodriguez Moreno, Maria Ysabel	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Muñoz, Elmer Carlos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Rodriguez Reyes, Zoila Albina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Ricardo, Ever Ivan	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Rodriguez, Alfonso Rafael	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Romero, Luz Angelica	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez San Martin, Rosmery	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Torres De Villanueva, Pau	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Torres, Rosa Elvira	Particular	Rango4	No es parte de la población de estudio
Rodriguez Valencia De Zavaleta, Edi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Vargas, Julio Tito	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Vargas, Nori Elvith	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Vasquez, Armando Edmundo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Vasquez, William	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rodriguez Villegas, Oswaldo	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Rodriguez Zavaleta, Maximina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rojas Paredes, Judith Roxana	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Rojas Peña, Dionilda Diana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Römer Tejeda, Jhony Eduard	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Romero Calderon, Rud Kelida	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Romero Chavez, Maria Elsa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Romero Chimbor, Olga Ermiza	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Romero De Rabanal, Orfelina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Romero Garcia, Segunda	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Romero Mendieta, Felix Andres	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Romero Yupanqui, Janett Merari	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Rondo Carranza, Aide Rocio	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Rondo Iparraguirre, Maria Carmela	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Rondo Rodriguez, Carmen Rosa	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Rosario Gonzalez, Martha Sonia	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Rosario Hilario, Celzo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rosario Sanchez, Jose Luis	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rosas Mantilla, Emerita Esperanza	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rosas Palacios, Esteban	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Rubio Castro, Roxana Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rubio De La Cruz, Maria Ines	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Rubio Lezama, Juana Yldegarda	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Rubio Obeso De Reyes, Carmen Elizab	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rubio Rodriguez, Flor Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rubio Rodriguez, Maria Felicita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rubio Rosas, Gladis Marita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rubio Ruiz, Lidia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Rubio Valderrama, Jackelin Elizabet	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Amaya, Victor Felix	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Diaz, Yolanda Maximina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Fabian, Alejandrino Felix	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio

Ruiz Jara De Senmache, Maritza Nati	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Lazaro, Luz Dalila	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Merino, Francisca Herenia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Quiroz, Maria Beatriz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Torres, Maria Magdalena	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Valiente, Rosa Maritza	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ruiz Vasquez, Marina Celestina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saavedra Zavaleta De Jacobo, Gladys	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sabana Garcia, Jose Martin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saboya Tuanama, Carolina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Sabroso Grandez, Laura Del Carmen	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saenz Loje, Nila Erodita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saenz Pascual, Milagros Luz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sagastegui Guarniz, Wilmer Octavio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salas Quezada, Gloria Azucena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salas Salas, Anibal	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salazar Gonzales, Glenda Josselin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salazar Herrera, Pool Stalin	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Salazar Ramirez, Carmen Lina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salazar Razuri, Rosa Elia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salazar Ruiz, Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salazar Tantalean, Ysabel Gloria	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Salcedo Merino, Milagritos Del Carm	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saldana Munoz, Sofia Esperanza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saldana Ruiz, Ramiro Alcibiades	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saldaña Perez, Guadalupe	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Saldaña Vasquez, Sofia De Los Angel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salinas Chavez De Urquiaga, Milagro	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Salirrosas Astopilco, Cintia Violet	Particular	Rango6	No es parte de la población de estudio
Salirrosas Monzon, Isabel Leonor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salirrosas Saldaña, Luis Alberto	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salvador Lujan, Esperanza Matilde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salvador Rodriguez, Simona Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Salvatierra Llamamango, Segundo Leo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Salvatierra Narro, Ana Melva	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Samana Quiroz, Rosa Nelida	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sampen Pita, Mario Alfonso	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Angulo, Yrma Pilar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Barbaran De Alvarez, Hilda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Campos, Ismael	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Chimbor, Luisa	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Crusado, Maria Ysabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez De Andrade, Graciela Felici	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez De Cabeza, Carmen Nancy	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez De Diaz, Blanca Flor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Sanchez Garcia, Ana Ciliana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Garcia, Lady Rossi	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Lazaro, Miguel Angel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Merina, Victoria Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Muñoz, Jackson Stewart	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Paredes, Jean Pierre	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Rebaza, Jacinto Leoncio	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Sarachaga De Mendoza, Giova	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Sarachaga, Gloria Noemi	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Tantaquispe, Adela Marcela	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Varas, Santos Esther	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Vargas, Carmen Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Vargas, Cesar Octavio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Vargas, Teofilo	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sanchez Varillas, Segundo Otoniel	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Sandoval Basilio, Rosa Elena	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Sandoval Santisteban, Yolanda	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Sandoval Vargas, Felipa Flor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sangay Silva, Isidro Antonio	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Santiago Fabian, Pedro Roberto	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Santiago Sandoval, Marisol Noelia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Santillan Chavez, Nimia Esbilda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Santos Mozo, Doris Giovana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saona Rodriguez, Teresa Jesus	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sare Naves De Rojas, Narciza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sare Tandypan, Dionicio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sarmiento Chavez, Mariela	Particular	Rango6	No es parte de la población de estudio
Saucedo Alcantara, Manuela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Saucedo Vargas, Santos Gregorio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sebastian Arroyo, Luzmilca	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Segura Alayo, Estebeliana Emperita	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Segura Quispe, Juan Francisco	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Serrano De Pallaroso, Senovia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Serrano Urrutia, Rosa Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Servicios Generales Distribuidora G	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Sevillano De De Los Santos, Lila Yn	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Shica Gavino, Daria Fagusta	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Shiguiyama Diaz, Jose Luis	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Shupingahua Tuanama, Maria Nisida	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Siccha Ahon, Luz Teresa	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Siccha Cuba, Elena	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Sifuentes Gutierrez, Felipa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Silva Cappa, Milena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Silva Chuquitucto, Raquel Elizabeth	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Silva Flores, Alejandrina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Sipiran Valera, Cecilio Rafael	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Sivestre Guevara, Dicsia Yamilet	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Solano Mariños De Carranza, Clement	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Solano Medina, Leonor	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Solano Paredes, Judith Jovanna	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Soles Galicia, Adriana Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Solis Fernandez, Rosa Elena	Particular	Rango4	No es parte de la población de estudio
Soplin Vda. De Lau, Delfina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Soregui Casanova, Joaquin	Licorería	Rango1	No es parte de la población de estudio
Soto Juarez, Sharon Esther	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Soto Yopez, Julio Cesar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
South American Companies E.I.R.L.	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Suarez Mantilla, Jose Jaime	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Sucesion Velasquez Rosario, Santos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Tafur Zapata, Nery Rafaela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Tapia Pilco, Maria Sebastiana	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Tapia Rojas, Maria Santos	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Tejada Toribio, Nelida	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Terrones Gariza, Elena Gisela	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Terrones Jambo, Celestino	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Terrones Leon, Marilu	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Thamt S.A.C.	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ticlia Rubio, Eliseo Richard	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Ticlla Tantajulca, Saul	Minimercado	Rango4	No es parte de la población de estudio
Tirado Ruiz, Cruz Agustin	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Toledo Mendoza, Maria Elena	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Tolentino Ruiz, Elena	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Toño S Inversiones E.I.R.L.	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Torres Acuña, Felicitas Amalia	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Torres Castillo, Lilia Bertha	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Torres Izquierdo, Leticia Judith	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Torres Polo, Geronel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Touzet Hoyos, Katya Janet	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Troncos Robledo, Nancy Yaquelin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Trujillo Chero, Lizet Mileyde	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ubillus Salas, Nancy Journeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ulloa Rubio, Segundo Walter	Bodega	Rango9	Si es parte de la población de estudio
Untol Caman, Lizbeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Urbano De Hipolito, Carmela	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Urbina Horna, Janeth Asuncion	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Urcia Paredes, Fiorella Ivonne	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Uriol Cerquin De Novoa, Susana Jac	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Uriol Llapo, Kely Leydi	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Urtecho Llaro, Juana Ericka	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valderrama De Gracia, Rosario Eliza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Valderrama Luna, Felix Alberto	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Valderrama Rodriguez De Neciosup, C	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valdez Chirinos, Carmen Reinalda	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Valdivia De Casana, Elvira Felician	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Valdivieso Hilario, Tomasa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valencia Tumbajulca, Beatriz Aparic	Particular	Rango5	No es parte de la población de estudio
Valerio Flores, Yoshi Akeni	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Valle Quezada, Modesta Rita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valle Vargas, Wiliam	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valverde Cueva, Rosa Maria	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valverde De Blas, Leopoldina Adrian	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valverde Rodriguez, Rosa Belgica	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Valverde Salvador, Dany Lorena	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Valverde Sare, Felix Ebelio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Valverde Sotelo, Juana Emilia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Varas Piña De Avalos, Digna Emerita	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Varas Saldaña, Giovana Marisol	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Varela Alvarado, Jhene Yojany	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Varela Silva, Alberto Lucio	Particular	Rango6	No es parte de la población de estudio
Vargas De Gonzalez, Irma	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vargas Isla, Ronald	Licorería	Rango3	No es parte de la población de estudio
Vargas Portales, Liliana Yaquilini	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vargas Ramirez, Monica Ruth	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Vasquez Aguilar De De La Cruz, Maen	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vasquez Aguilar, Jose Luis	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Vasquez Corro, Santos Severina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Vasquez De Gamboa, Blanca	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vasquez De Moran, Marcelina	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Vasquez De Villanueva, Petronila Es	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Vasquez Fermin, Consuelo Ysabel	Particular	Rango2	No es parte de la población de estudio
Vasquez Lynch, Sonia Rossana	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vasquez Marquez, Sofia Stefanie	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vasquez Silvestre, Yasmin Beatriz	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Vasquez Soria, Alejandrina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vasquez Vasquez, Vanessa Patricia	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Vega Carranza, Jose Benjamin	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vega Rubio, Bartolo	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Vejarano De Romero, Beatriz Dolores	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Velasquez Alva, Carla Vanessa	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Velasquez Chavez De Esquivel, Ursul	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Velasquez Cipra, Ros Ingrida	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Velasquez Contreras, Deysi Janet	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Velasquez Merino, Juan Lazaro	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Velasquez Rodriguez, Justo Ronald	Particular	Rango6	No es parte de la población de estudio
Velasquez Villalobos, Mirian Yanet	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio

Venegas Mendez, Roxana Catalina	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Veneros Mejia, Johann Howard Bill	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ventura Alfaro, Flor	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ventura Llaro, Lucinda Midumina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ventura Marquina, Maria Catalina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ventura Pelaez, Mercedes	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Ventura Polo, Hosber Alberto	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Vera Cueva, Rosa Del Pilar	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Vera Paredes, Yaneth Margarita	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Verde Guevara, Ana Marixa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Verde Reyes, Deysi Gicela	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Vergara Vasquez, Jose Antonio	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Vergaray Sanchez, Mily Janett	Licorería	Rango3	No es parte de la población de estudio
Vernardo Reyes, Maribel Agustina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Victorio Aquino, Simon	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vidal Rodriguez, Doris Vionilde	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Vilca De Tisnado, Bertha Graciela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vilca Flores, Walter	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vilca Huaman, Edgar	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villa Chafloque, Marlon Jesus	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villacorta Diaz, Lucy Janeth	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Villacorta Pajares, Wilmer Estuardo	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Villacorta Salinas De Lever, Fany E	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Villajulca Carbajal, Thelma Veronic	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villajulca Vigo, Manuela	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villalobos Guarniz, Lender Ivan	Bodega	Rango6	Si es parte de la población de estudio
Villanueva Chavarry, Jose Manuel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villanueva Hilario, Cynthia Yesenia	Particular	Rango6	No es parte de la población de estudio
Villanueva Peña, Carol Claudina	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Villanueva Rabines, Luis Alberto	Particular	Rango3	No es parte de la población de estudio
Villar Cabrera, Augusto	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Villar Hualtibamba, Esther Elena	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Villavicencio Cabrera, Maritza Eliz	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villegas De Cabrera, Carmen	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villena Baltodano, Fredy Segundo	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Villena Campos, Antony	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Villena De Garcia, Lidia	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vimape S.A.C.	Minimercado	Rango1	No es parte de la población de estudio
Vital Caballero, Augusto Jesus	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Vizconde Castañeda, Maria	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Watson Miranda, Olinda Deisy	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Ybañez Haro, Rosa Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Yepez Tiinch, Alida	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Ynfantes Ysla, Edith Marina	Licorería	Rango3	No es parte de la población de estudio
Yparraguirre Vargas, Maria Corina	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio

Yupanqui Aliaga, Clariza	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Yzaguirre Sabino, Reynalda	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zabaleta Quispe, Josep	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zaldivar Martinez, Nancy Paola	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zamora Acuña, Marylin Elizabeth	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zamora Cieza, Jhon Paul	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zamora Rodriguez, Segundo Hermogene	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zapata Mariños, Erica Guadalupe	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Zarate Rondo, Edgar Leandro	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio
Zarzoza Toledo, Reyna	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Agustin, Robert Alex	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Aredo, Santos Pepe	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Burgos, Erica Aguedita	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Castañeda, Dina Mabel	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Castillo, Claudio	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Flores, Luis Gerardo	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Gonzales, Rayerlin	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Lopez, Jairo Manuel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Mariños, Teresa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Montoya, Marina Isabel	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Morillas De Guevara, Rosa	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Romero, Leocadio	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Salvador, Yepssi Yajaira	Bodega	Rango4	Si es parte de la población de estudio
Zavaleta Vasquez, Madeleine	Bodega	Rango3	Si es parte de la población de estudio
Zevallos Castro, Rosa Marilu	Particular	Rango1	No es parte de la población de estudio
Zuloaga Silva, Maria Kelly	Bodega	Rango1	Si es parte de la población de estudio
Zumaran Escobedo, Jesus N	Bodega	Rango2	Si es parte de la población de estudio
Zumaran Rosado, Maria Luisa	Bodega	Rango7	Si es parte de la población de estudio
Zurita Reaño, Alejandra Maria Estef	Bodega	Rango5	Si es parte de la población de estudio

Anexo 8: Evidencias de los Socios adheridos al programa



Socio 1: Diaz de Garcia, Nora Elizabeth



Socio 2: Zabaleta Quispe, Joseph

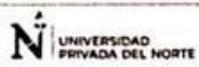


Socio 3: Muñoz Aguilera, Giancarlo



Socio 4: Florián Centurión, Esperanza

## Anexo 7. Autorización de información de empresa

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA** 

Yo Luis Enrique Ayala identificado con DNI 70766259, en mi calidad de Supervisor de Ventas del área comercial de la empresa Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston con R.U.C N° 20100113610 ubicada en la ciudad de Trujillo.

### OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita, Estrella Vásquez Arango identificado con DNI N° 76427769, egresado de la carrera profesional de Administración y Marketing para que utilice la siguiente información de la empresa:

Data numérica del histórico de ventas de los clientes adheridos al programa de trademaking Socio Backus con la finalidad de que pueda desarrollar su Título Profesional.

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

- Ficha RUC
- \*Vigencia de Poder (Para informes de suficiencia profesional)
- Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

\* Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia – Covit19, se debe de omitir la "Vigencia de Poder" requerido para los informes de Suficiencia Profesional.

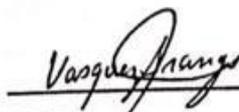
Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- Mencionar el nombre de la empresa.



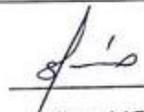
Firma y sello del Representante  
Legal  
DNI: 70766259

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado  
DNI: 76427769

Validación de expertos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS				
<b>Título de la investigación:</b>	Comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional y su influencia en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.			
<b>Línea de investigación:</b>	Desarrollo sostenible y gestión empresarial			
<b>Sublínea:</b>	Gestión de mypes y pymes			
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Comportamiento de compra y eficacia del programa			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de los criterios tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<b>Sugerencias:</b>				
Nombre completo: <u>Meywano Sanchez Casana</u>		 Firma del Experto		
DNI: <u>19212110</u>				
Profesión: <u>Ciencias de la Comunicación</u>				
Grado: <u>MBA</u>				

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS				
Título de la investigación:		Comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional y su influencia en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020		
Línea de investigación:		Desarrollo sostenible y gestión empresarial		
Sublínea:		Gestión de mypes y pymes		
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Comportamiento de compra y eficacia del programa		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de los criterios tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Nombre completo: <u>Luis Enrique Ayala Foguinales</u>		 Firma del Experto		
DNI: <u>90766259</u>				
Profesión: <u>Psicólogo</u>				
Grado: <u>MBA</u>				

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Guale, Raúl, & Villacrés Beltrán, Fabián (2017). La interacción personal y su efecto en la decisión de compra. Retos. Revista de ciencias de la administración y economía, 7(13),137-151.[fecha de consulta 10 de septiembre de 2020]. Issn: 1390-6291. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5045/504551272006>
- Álvarez, I. & Charmel, K. (2001). The rapid rise of supermarkets in Costa Rica: impact on horticultural markets. Development policy review, 20(4), 473-48.
- Areiza (2001). Presente y futuro del canal tradicional en la ciudad de Cali. Estudios gerenciales,(81),21-26.[fecha de consulta 8 de septiembre de 2020]. Issn: 0123-5923. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=212/21208102>
- Arellano, R. (2000). Marketing: Enfoque América Latina. México D.F.: McGraw-Hill.
- Arellano, R. (2017). Arellano. Recuperado de <https://www.arellano.pe/consumo-masivo/>
- Bolton, r. N., kannan, p. K. Y bramlett, m. D. (2000). Implications of loyalty program membership and service experiences for customer retention and value. Journal of the academy of marketing science, 28(1), 95-108.
- Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/grupo-ajecompra-marcas-vida-don-isaac-kola-peru-cola-233932> 110 Gestión. (28 de junio de 2018). Fundes: ¿Cuán rentable es tener una bodega en Perú?. Diario Gestión.
- R
- Domínguez y Hermo (2008). Métricas del marketing. España. Esic Editorial
- Escalante (2020). "La relación entre los programas de fidelización y la lealtad hacia los supermercados en hombres y mujeres de 25 a 35 años de Lima Metropolitana". (Tesis de Bachiller). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
- Fernández Ríos, m. Y sánchez, J., (1997) eficacia organizacional. Madrid.
- Garay (2018). Impacto de los programas de fidelización por puntos en la lealtad de los clientes (Tesis Postgrado). Universidad de Piura.
- Gestión. (18 de mayo de 2018). Grupo Aje compra marcas Vida, Don Isaac Kola y Perú Cola.
- Gestión. (8 de marzo de 2017). ¿Las bodegas de barrio podrían desaparecer?. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/bodegas-barrio-desaparecer->
- Gutiérrez y San José (2017). "Los programas de fidelización online: un estudio desde la perspectiva del *engagement* marketing y las comunidades de marca" (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid, España

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. 6a ed. México d.f.: mcgraw-hill.
- Iparraguirre (2012). Propuesta de metodología de un proceso de transferencia tecnológica de la universidad a la empresa. Pontifica Universidad Católica del Perú.
- Kim, b. D., Shi, m. Y srinivasan, k. (2001). Reward programs and tacit collusion. Marketing science, 20(2), 99-120.
- Kotler, p., & armstrong, g. (2017). Fundamentos del marketing. 13a ed. México d.f.: pearson educación.
- Lambin, j. J. (2009). Dirección de marketing: gestión estratégica y operativa de mercado. 2a ed. México d.f.: mcgraw-hill.
- Londoño (2015). Impacto de los programas de fidelización y la calidad de la relación sobre la lealtad al establecimiento minorista (Tesis Doctoral). Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.
- Memoria Anual 2016: Arca Continental Lindley (2016). Arca Continental Lindley. Recuperado de <https://www.arcacontinentallindley.pe/pdf-web/2016-memoria-arca-continentallindley.pdf>
- Muñoz, Mauricio, & Fernández, José, & Sánchez, Francisca (2019). Comportamiento de compra racional e impulsiva de los jóvenes estudiantes en los centros comerciales.
- Revista academia & negocios, 5(1),61-70.[fecha de consulta 9 de septiembre de 2020].  
Issn: 0719-6245. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5608/560860148005>
- Perú-Retail. (12 de junio de 2017). "El 92% de consumidores peruanos prefieren retailers con programas de fidelización". Recuperado de <https://www.peru-retail.com/92-consumidores-peruanos-prefieren-retailers-con-programas-fidelizacion/>
- Perú-Retail. (13 de febrero de 2018). Pepsi, fundes y CBC Perú presentan mi tienda segura. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/peru-pepsi-fundes-y-cbc-peru-presentan-mi-tienda-segura/>
- Perú-Retail.(21 de octubre de 2020). Programas de fidelización crecieron 16% en España. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/programas-de-fidelizacion-crecieron-16-en-espana/0p8>
- Rust, R. T., lemon, k. N. Y zeithaml, v. A. (2004). Return on marketing: using customer equity to focus marketing strategy. Journal of marketing, 68(1), 109-127.
- Sarabia, Solano y Soto (2019). "Influencia del Marketing Mix en la decisión de compra de los bodegueros del distrito de Miraflores respecto a dos categorías de bebidas" (Tesis Postgrado). Universidad Pontificia Católica del Perú.

Título: "Comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional y su influencia en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020"

Problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Población
¿Cómo influye el comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020?	<p><b>H0:</b> No influye el comportamiento de compra de los clientes en la eficacia del programa de fidelidad 'Socios Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.</p> <p><b>H1:</b> Influye el comportamiento de compra de los clientes en la eficacia del programa de fidelidad 'Socios Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.</p>	<p>General: Determinar la influencia del comportamiento de compra de los clientes del canal tradicional en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus' en el sector consumo masivo de la Provincia Trujillo, 2020.</p> <p>Específicos: -Analizar las acciones de compra de los clientes adheridos al programa de fidelidad 'Socio Backus' en el año 2020. -Comparar el comportamiento de compra y su tendencia antes y durante el programa de fidelidad 'Socio Backus'. - Determinar la influencia del</p>	<p>Variable 1: <b>Eficacia programa de fidelidad</b></p> <p>Variable 2: <b>Comportamiento de compra</b></p>	<p>Diseño de la investigación: Descriptiva – No experimental</p> <p>Enfoque metodológico: Cuantitativo</p>	<p>la Población: El universo de estudio es 1,232 Socios Backus del canal tradicional.</p>

comportamiento de compra en la eficacia del programa de fidelidad 'Socio Backus'.

Fuente: Elaboración propia

### Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
<b>Eficacia del Programa de fidelidad</b>	(Fernández, Ríos y Sánchez, 1997), definen la eficacia como la capacidad que tiene una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno	La eficacia del programa de fidelidad se analizará mediante un análisis estadístico de data recopilada y se medirá con indicadores, que contemplarán el logro de resultados, acciones realizadas y	Cumplimiento	Nivel de eficacia	(Resultado alcanzado / Resultado previsto) * 100
				Crecimiento	(Compras actuales – Compras <i>Last Year</i> ) / Compras <i>Last Year</i>
				Alcance coberturas	Puntos de venta que tienen el producto / Total puntos de venta

cumplimiento de metas  
comerciales.

Comportamiento de compra	(Howard y Jagdish, 2002), definen el comportamiento de compra en cómo los consumidores comparan los diferentes productos en orden a elegir uno que corresponda a sus deseos.	Para medir el comportamiento de compra se analizará la data recopilada, para medir con indicadores las acciones de compra, así como los factores de decisión de compra, la preferencia de marca y categoría.	Acciones de compra	Penetración <i>Family Brand</i>  Penetración <i>Category Brand</i>  Reconocimiento de la marca  Penetración por subcanal	(N° socios que compraron la marca / N° total socios)  (N° socios que compraron el producto en la categoría / N° total socios)  (Unidades vendidas de la marca / unidades vendidas de la categoría)  (N° de skus que se compran a través de ese subcanal / Total skus vendidos en el canal)
--------------------------	--	--	--------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia