



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**La Recesión Económica y El Comportamiento Del Consumidor
Del Distrito de Trujillo 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Mendieta Cruz, Abel Isaias (ORCID: 0000-0001-8752-412X)
Palma Elorreaga, Grecia Alejandra (ORCID: 0000-0003-2569-8356)

ASESOR:

Dr. Guevara Ramírez, José Alexander (ORCID: 0000-0001-7332-0978)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TRUJILLO- PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios, por ser el creador celestial que nos dio fortaleza para continuar cuando estábamos a punto de caer y permitirnos lograr nuestros objetivos.

Y sobre todo a nuestra familia por el aliento y apoyo constante en todo el proceso de realización.

Los Autores

Agradecimiento

A la Universidad, que nos inculcó conocimientos y valores para iniciar una etapa de profesionalismo, para lograr cumplir con nuestras metas.

A los consumidores del distrito de Trujillo quienes nos apoyaron en el transcurso de este proyecto.

Y un agradecimiento especial a nuestro profesor Guevara Ramírez José Alexander, que en todo momento nos guio con sus conocimientos y nos asesoró para lograr terminar este trabajo de investigación.

Los Autores

Índice de Contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de Tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. Introducción	1
II. Marco teórico	5
III. Metodología	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variable y operacionalización	12
3.3. Población (criterios de selección), Muestra, muestreo, unidad de análisis.	14
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos	16
IV. Resultados	17
V. Discusión	22
VI. Conclusiones	28
VII. Recomendaciones	30
Referencias	31
Anexos	38

Índice de Tablas

Tabla 1	Nivel de recesión económica en el Distrito de Trujillo 2020.	17
Tabla 2	Nivel de comportamiento del consumidor en el Distrito de Trujillo 2020.	18
Tabla 3	Correlación entre las dimensiones de la recesión económica y las dimensiones del comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo 2020. ...	19
Tabla 4	Relación entre recesión económica y el comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo 2020.	20
Tabla 5	Correlación entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor del Distrito Trujillo 2020.	21

Resumen

La presente investigación se realizó con el objetivo general de analizar cómo se relaciona la Recesión Económica con el Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020. Se trabajó con un diseño no experimental transversal, correlacional causal, de tipo aplicada con enfoque cuantitativo. La muestra se conformó por 383 consumidores del Distrito de Trujillo 2020, elegidos por muestreo aleatorio simple. Los datos se recolectaron mediante la aplicación del cuestionario de Recesión Económica y Comportamiento del Consumidor los cuales presentan una confiabilidad de 0.904 según la técnica de alfa de Cronbach y un Coeficiente de Validez de 1 según el método Lawshe. Se observó que existe un nivel alto (83%) de recesión económica en los consumidores del Distrito de Trujillo 2020 y en cuanto al comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020 también se encontró un nivel alto (83%). Así mismo, los resultados confirman que existe una relación entre las variables Recesión Económica y Comportamiento del Consumidor, basado en la aplicación del Coeficiente de Correlación de Spearman donde se encontró una correlación directa, de grado considerable-alto y estadísticamente significativa ($p < .05$) de 0.857 entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor, por lo que se aceptó la hipótesis de investigación.

Palabras clave: Recesión Económica, Comportamiento, Consumidores.

Abstract

This research was conducted with the general objective of analyzing how the Economic Recession relates to the Consumer Behavior of the Trujillo 2020 District. We worked with a non-experimental transversal, correlational causal design, of applied type with quantitative approach. The sample was made up of 383 consumers of the District of Trujillo 2020, chosen by simple random sampling. The data were collected through the application of the Economic Recession and Consumer Behavior questionnaire, which presents a reliability of 0.904 according to the Cronbach alpha technique and a validity coefficient of 1 according to the Lawshe method. It was observed that there is a high level (83%) of economic recession in the consumers of the District of Trujillo 2020 and as for the Consumer Behavior of the District of Trujillo 2020 it was also found in a high level (83%). Likewise, the results confirm that there is a relationship between the variables Economic Recession and Consumer Behavior, based on the application of Spearman's Correlation Coefficient, where a direct, high-grade and statistically significant ($p < .05$) correlation of 0.857 was found between Economic Recession and Consumer Behavior, so the null hypothesis was rejected and the research hypothesis was accepted.

Keywords: Economic Recession, Behavior, Consumers.

I. Introducción

La crisis sanitaria que se viene dando a nivel mundial ocasionada por el virus COVID-19, está afectando a la economía de muchos países, debido a que muchos de estos decidieron tomar medidas muy drásticas con el fin de cesar la expansión y transmisión de dicho virus. En este contexto la Organización Mundial de la Salud (OMS) realizó una planificación operacional para reducir la tensión, debido a la alta demanda de establecimientos sanitarios. Para poder dar respuesta a esta amenaza, los países tuvieron que cumplir las exigencias más estrictas en materia de precauciones, especialmente en relación con las prácticas de higiene y con la puesta a disposición de los suministros adecuados, en cuanto a equipo de protección personal. Entre las medidas tomadas por los gobernantes tenemos la de poner en estado de emergencia a su nación (cuarentena), y los países que no tomaron esta medida, las mismas personas optaron por auto aislarse en sus viviendas. Si bien es cierto esto ha permitido frenar en gran medida el avance del virus, sin embargo, también ha traído consigo daños muy graves en la economía, debido a que en un estado de cuarentena se paralizaron la mayoría de las actividades económicas y muchas de las personas que tenían un negocio o un trabajo tuvieron que dejar de generar ingresos. Conforme a los primeros cálculos de la Organización Internacional del Trabajo, mostraba que se vería un incrementado en la cantidad de personas que pierdan el empleo a nivel mundial, el cual iba desde los 5.3 millones en la situación más próspera, hasta los 24.7 millones de trabajadores en la situación más adversa. La pérdida de los empleos conllevó a grandes reducciones de ingresos para los trabajadores, se prevé que las pérdidas mundiales por trabajo están entre 860 y 3 440 millones de dólares. La reducción de ingresos en la población dio lugar a que el consumo tenga una baja considerable por todo el mundo. Al igual como sucedió con la crisis económica registrada en Estados Unidos en 2008.

Para América Latina se pronosticó una caída del 1,8% en la economía las cuales tendrían repercusiones en la subida del desempleo y el incremento de personas en pobreza y pobreza extrema.

Así mismo, se pudo observar que el Perú no quedó exento de lo que está ocurriendo, donde el crecimiento económico para este año, se vio afectado debido al impacto del Covid-19, donde el Poder Ejecutivo proyectó que crecerá un 2%, en lugar de un 4%, como se proyectó inicialmente, como consecuencia de las medidas tomadas por el Gobierno, que ha generado un estancamiento en diversos sectores, principalmente de turismo y manufactura, además las medidas sanitarias que se tuvieron que tomar post cuarentena no permitieron que la economía tenga una recuperación rápida, entre dichas medidas, la primera fue el aislamiento social debido a que el virus es muy contagioso. Por este motivo, muchas de las empresas que se desarrollaban en los sectores económicos más afectados por esta recesión han dejado de operar y esto ha provocado un incremento en el número de personas desempleadas en nuestro país, donde se prevé una pérdida aproximada de 3.5 millones de empleos. Los sectores que se están viendo más afectados son la agricultura, pesca y minería los cuales contemplan el 29.5% de la población económicamente activa (PEA) los cuales tendría una caída del 10% en el empleo, otro sector afectado es el manufacturero el cual contiene el 9% de la PEA el cual tendría una reducción de 15% en el empleo, el sector enseñanza y educación es otro sector afectado con un 20% de pérdida de empleo y definitivamente el más afectado será el sector hoteles y restaurantes el cual se estimó que el empleo reduciría un 60%.

La región la libertad es una de las más afectadas por el Covid-19 en donde se vio un incremento considerable de contagios registrados en especial en la ciudad de Trujillo. Esto llevó a que el gobierno central tome medidas un poco más drásticas en cuanto a medidas de aislamiento social, imponiendo un horario más extenso de cuarentena total. Al igual que en muchas otras regiones se vio un gran incremento en el número de personas desempleadas y una disminución en sus ingresos percibidos, esto es porque una buena parte de la población Trujillana trabajaba en los sectores que hoy en día se están viendo muy afectados como son el sector manufactura, hoteles y restaurantes y el sector construcción, empeorando su situación económica, si bien es cierto que el gobierno ha tratado de amortiguar un poco las consecuencias económicas en la población brindando bonos y otras medidas como el retiro de la CTS y también se evaluó y aprobó retiros de las AFPs, sin embargo estos apoyos no están llegando necesariamente a las personas que

más lo necesitan debido a que muchos de ellos sus ingresos dependen de trabajos informales y del día a día y no cuentan ya sea con CTS o AFP.

Definitivamente estos escenarios están produciendo un cambio drástico en el comportamiento de consumo de la población Trujillana, debido a que los consumidores ya no querrán adquirir los mismos productos y servicios que consumían anteriormente. Se observó que las personas le están dando mayor prioridad a la compra de alimentos de primera necesidad, productos de limpieza y medicinas, dejando un poco de lado los productos de lujo y diversión. Por lo que, en el presente trabajo, se formuló el siguiente problema de investigación, ¿Cómo se relaciona la recesión económica con el comportamiento del consumidor del distrito de Trujillo 2020?

Debido a esto, la presente investigación tiene una justificación práctica debido a que el estudio ayudará a identificar en qué medida afecta la recesión económica actual en el comportamiento de compra de los consumidores del distrito Trujillo y esto ayudará que las empresas puedan adoptar nuevas estrategias con la finalidad de llegar más efectivamente a sus clientes.

Se justifica por tener un valor teórico, por su aporte a futuras investigaciones, como material de consulta y porque se obtendrá información de que tanto llega a afectar una recesión económica en el comportamiento de los consumidores.

Se justifica metodológicamente debido a que en la presente investigación se utilizaran técnicas de investigación como la encuesta para obtener los resultados de cómo está afectando la recesión económica en el comportamiento del consumidor y así dar cumplimiento a los objetivos.

Se justifica por tener relevancia social, debido a los acontecimientos que se vienen dando en la economía nacional y local existe un cierto punto de incertidumbre por parte de las empresas, al no saber cómo actuarán ahora sus consumidores, el presente trabajo brindará resultados que disipará en cierto modo esa incertidumbre dando a conocer si tendrán algún cambio o seguirán con su comportamiento común.

Por tal motivo se tiene como objetivo general de la investigación Analizar cómo se relaciona la Recesión Económica con el Comportamiento del Consumidor del Distrito Trujillo 2020, y como objetivos específicos Identificar el Nivel de Recesión Económica en el Distrito de Trujillo 2020, Identificar el Nivel de

Comportamiento del Consumidor en el Distrito de Trujillo 2020 y Determinar si existe relación entre las dimensiones de la Recesión Económica y las dimensiones del Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020.

Como hipótesis de investigación se planteó que la Recesión económica se relaciona de forma directa con el Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020 y como hipótesis nula que la Recesión económica no se relaciona de forma directa con el Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020.

II. Marco teórico

En el ámbito internacional, Slini et al. (2014) en su artículo de investigación *“The impact of economic recession on domestic energy consumption”*. (Artículo científico) Revista internacional de energía sostenible. Encontraron que una recesión económica lleva a los hogares a tener una cierta tendencia de contracción de su presupuesto para consumo debido a la rebaja de los ingresos percibidos por los habitantes.

Martínez (2016) en su investigación sobre *“Cómo estabilizar el nivel de empleo durante la contracción de la actividad económica. Un debate pendiente en América Latina”*. (Artículo científico). Llegó a la conclusión de al iniciarse una recesión económica se producen tres fenómenos, primero el aumento del desempleo, el aumento del trabajo informal y precario y la caída del salario real medio.

Pérez et al. (2016) en su investigación *“Recesión económica (2006-2012) y cambios en el estado de salud de la población española”*. (Artículo científico). Universidad de Murcia. España. Encontraron que la recesión económica señaló que había conexión inconstante con la salud mental y general de las personas coincidiendo con el incremento de enfermedades por ejemplo ansiedad, reducción del consenso de grupos, caída de la autoestima y se incrementa la costumbre de rutinas no saludables, los cuales eran provocados por una inseguridad económica.

Raiteri (2016) en su trabajo *“El comportamiento del consumidor actual”*. (Tesis de pregrado). Mendoza, Argentina. Llegó a la conclusión de que el estudio y el análisis de la conducta y los procesos mentales en el comportamiento del consumidor, contribuye acrecentando la venta y beneficio en las empresas, adicionalmente encontró que la persona adecua sus opiniones, convicciones, virtudes, conductas y de manera global la forma como vive a la función que la toca o la que quiere actuar.

Harhay et al. (2013) en su artículo de investigación *“Differential impact of the economic recession on alcohol use among White British adults, 2004-2010”*. (Artículo científico). Revista europea de salud pública. Identificaron un impacto diferencial de la recesión de 2008-2009 en el consumo de algunos productos en

especial el alcohol en Inglaterra, viendo reducciones en la frecuencia de consumo en la población en general.

En el ámbito nacional, Lizárraga (2015) en su investigación *“Impacto global producido por la gran crisis económico-financiera 2007-2010”*. (Tesis de doctorado). Lima, Perú. Concluyó que esta crisis económica registrada en 2008 tuvo grandes consecuencias con la pérdida de muchos empleos, así mismo la recuperación de esos empleos se volvió más inestable en los años poscrisis debido a la recesión económica que se desató en nuestro país.

Hinojosa y Quispe (2016) en su investigación *“Comportamiento de compra de los consumidores del Centro Comercial Real Plaza de la ciudad de Cusco-2016”*. (Tesis de Pregrado). Universidad Peruana Austral del Cusco. Cusco, Perú. Se concluyó que el factor del comportamiento que más influye en los consumidores es el social con un 43.2%, ya que sus preferencias se centran en recurrir a este Centro Comercial. Donde queda repartido la posición de los causantes: primero está, el causante social en 43.2%, luego el causante personal en 24%, causante cultural 19.2% y al final causante psicológico 9.6%.

Ccorimanya (2017) investigó sobre *“Calidad de servicio y el comportamiento del consumidor de productos textiles, en la empresa Big Head. Distrito de Santiago de Surco 2017”* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Se llegó a la conclusión de que existe una relación positiva media entre la calidad de servicio y el comportamiento del consumidor, adicionalmente se identificó que los encuestados percibían un nivel alto de comportamiento del consumidor.

Ordoñez (2018) investigó sobre *“Estrategias de marketing y comportamiento del consumidor en la empresa Ajeper S.A., Huachipa, 2018”* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Donde encontraron que el 53.3% de los encuestados percibía el comportamiento de consumidor en un nivel regular y el 33.3% lo percibía en un nivel bueno.

Galarza (2018) investigó sobre *“El marketing relacional y el comportamiento del consumidor de la peluquería spa Mona, Los Olivos 2017-2018”* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Donde llegó a la conclusión que existe una relación positiva moderada entre ambas variables, además se identificó un nivel bajo de marketing relacional con 54.1%, a diferencia del comportamiento del consumidor donde se identificó un nivel alto con el 58.82%

Además, Sumalave (2018) en su investigación *“Factores del comportamiento de compra de los consumidores del supermercado Plaza Vea del centro comercial Real Plaza Cusco-2018”* (Tesis para pregrado). Universidad Andina del Cusco. Cusco, Perú. Tuvieron el propósito de exponer cómo era el comportamiento al momento de comprar de los consumidores de dicho supermercado, para el cual determinaron que tienen un comportamiento medianamente conveniente con 3.41 de puntuación, teniendo causantes sociales, causantes culturales-personales, causantes personales y finalmente causantes psicológicos-personales, con 3.55, 3.48, 3.11 y 3.48 de puntuación respectivamente.

Y finalmente en el ámbito local, Benites (2017), en su investigación *“Incidencia de la apertura Económica sobre el Crecimiento Económico en el Perú, Periodo 1990-2016”*. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú. Se concluye que el crecimiento económico es inelástico a la apertura económica, ya que las variaciones de la apertura económica tienen un efecto relativamente pequeño sobre el crecimiento económico.

Zabaleta (2016) en su investigación *“Influencia del ingreso disponible y las tasas de interés sobre el consumo privado en el Perú, (2000-2014)”*. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú. Se concluye que tiene una influencia positiva el ingreso disponible sobre el consumo en el Perú, así mismo tienen una influencia negativa las tasas de interés sobre el consumo en el Perú en el periodo 2000-2014.

Polo y Angulo (2017), investigaron sobre *“Relación del Ingreso Disponible con el Consumo Privado Según la Teoría Keynesiana. Perú 2003-2016”*. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú. Donde encontraron que incide positivamente el ingreso disponible con respecto al consumo en el Perú, entre los años 2003 al 2016. Existiendo una propensión marginal a consumir de 0.77.

Lachira (2018), en su investigación *“Factores de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra en el Mall Aventura y Real Plaza de la ciudad de Trujillo-2018”*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. Se concluye que el indicador más impactante en el comportamiento del consumidor es el Personal con el 77.6%, ya que sus gustos y decisiones al momento de comprar, se enfocan en su conducta personal en dichos centros

comerciales. Así mismo, seguido de este indicador se encuentra el Social en un 77.1%, después el indicador cultural 76.8% y por último el indicador psicológico siendo un 76.6% de dicha población.

Hualtibamba (2019), en su investigación *“Factores de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra en los mercados de abastos de la ciudad de Trujillo - 2018”*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. Donde se encontró el indicador más incidente en el comportamiento del consumidor, el cual fue el social en un 74.5%, donde se observa que el comportamiento social de los consumidores, se enfoca en sus prioridades que tienen cuando acuden a Mercados de Abastos.

En cuanto a teorías relacionadas, Castro (2016) hace mención que las diversas etapas variantes de subidas y bajadas u oscilaciones en los distintos grados de una actividad económica, se le denomina ciclos económicos, dichas oscilaciones se da ya sea en la producción, empleo, nivel de precios, etc. Los cuales se observan en el producto bruto interno. Además, los atribuye ciertas características como duración, amplitud, recurrencia, forma y concatenación. Igualmente, Bormotov (2009) se refiere a los ciclos económicos como oscilaciones de toda la economía en producción o actividad económica, el cual se puede dar durante varios meses o años. Adicionalmente tanto Castro (2016) como Maldonado (2014) le atribuyen 4 fases a los ciclos económicos, los cuales son: Depresión o fondo el cual es el punto mínimo de un ciclo donde la producción llega a mínimos y el desempleo a puntos más altos, otra fase es la Recuperación o expansión la cual es la fase ascendente del ciclo donde se produce una recuperación de la actividad económica aumentando la inversión, producción y el empleo, la tercera fase viene a ser el auge o cima es donde existe la mayor prosperidad económica y finalmente la fase de recesión es la fase descendente del ciclo en la cual se da una caída significativa de la inversión, empleo y producción. Adicionalmente Castro (2016) dice que la recesión puede darse de dos maneras, de manera suave o abrupta convirtiéndose en este último caso en una crisis.

Adicionalmente, Cuadrado (2015) clasificó al desempleo en cuatro tipos: Desempleo estructural, el cual es el que permanece en el tiempo en algunas regiones o ramas de la actividad como resultado de una inadecuada estructura económica, el otro tipo es el desempleo friccional el cual es provocado por la

evolución tecnológica y los cambios en la demanda llevando a una rotación en el empleo, luego está el desempleo estacional, el cual se ve reflejado por ciertas actividades económicas que su producción se caracteriza sólo por darse en ciertas épocas del año y finalmente está el desempleo cíclico el cual se da en épocas de crisis económicas como recesiones y se muestra en el corto plazo.

Por otro lado, Ponce et al. (2012) plantean que existen factores que influyen en las decisiones de los consumidores, siendo estos: culturales, sociales, personales y psicológicos. En el que, el primero, es aquel donde el ser humano evoluciona, siendo una agrupación de valores, apreciaciones, anhelos y conductas adquiridas por medio de la comunidad, mediante los parientes y otros grupos significativos. El segundo factor, establece que el ser humano se ve influenciado por sus mismos parientes y/o grupos de interés. El tercer factor, hace alusión a las cualidades personales que tiene cada persona como cliente, en el que resaltan indicadores como: los años que tiene, estilo de vida, educación o circunstancia económica que son imprescindibles al momento de escoger una opción al comprar. Los indicadores psicológicos más importantes vienen a ser las actitudes, la percepción, el aprendizaje, la motivación y las creencias, que de alguna manera son de vital importancia en el comportamiento que tiene el consumidor. Así mismo, Schiffman y Wisenblit (2015) hacen mención que el comportamiento se puede ver influenciado por varios factores como la personalidad el cual consiste en las peculiaridades psicológicas íntimas las cuales ocasionan y muestran, al mismo momento, como pensamos y actuamos, haciendo referencia a las cualidades, factores y hábitos específicos que diferencian a una persona de los demás; otro de los factores son los grupos a los cuales una persona se compara como los parientes, grupos de amistades, grupos con los que se suele comprar y comunidades virtuales. De igual manera Solomon (2017) define influencias en el comportamiento del consumidor, están las influencias internas donde identifica la percepción, la motivación, el género, la personalidad, el estilo de vida y los valores; también están las influencias sociales y culturales, donde el autor identifica a los grupos sociales, los ingresos de las personas, clase social, subculturas y culturas.

Adicionalmente, Orbezo (2020) indica que se generará cambios profundos en los patrones de compra y uso de productos y servicios de los consumidores, el cual plantea que se presentarán en 4 grandes mega tendencias: La búsqueda de

seguridad y bienestar, debido a que los consumidores continuarán con miedo a contagiarse, no solo a ellos, sino a sus familiares. Consumo Digital e Híper Conectividad, en el que surgirán nuevas tecnologías para comprar, comunicarse, divertirse, trabajar, estudiar, etc. Consumidores más exigentes, ya que se optarán por productos/servicios libres de riesgo, donde premian a aquellas empresas que consigan demostrar que sus procesos de calidad e inocuidad los protegen tanto a ellos como a sus familiares. Conciencia Social, esto se debe a que los consumidores optarán por aquellas empresas que demuestren un apoyo claro de responsabilidad social ante lo producido por el Covid 19.

Por otro lado, Sachs y Larrain (2013) sostienen que el nivel de consumo se puede ver afectado dependiendo no simplemente de un ingreso actual sino también de un ingreso futuro, así como también por restricciones presupuestarias y gustos particulares de la familia (p. 400).

Le Drian (2020) para proteger la salud y la del entorno frente al coronavirus, es necesario aplicar lo siguiente: Quedarse en casa, lavarse las manos muy a menudo, toser o estornudar en su codo o en un pañuelo desechable, usar pañuelos desechables y tirarlos tras un único uso, prescindir de apretones de manos, abrazos y besos cuando se saluda a los demás, y respetar la distanciamiento social: manteniendo un distanciamiento de un metro con los demás.

En cuanto a enfoques conceptuales, González et al (2014) define a la economía como la ciencia que se dedica a estudiar la manera en que las sociedades emplean unos recursos limitados, con el fin de elaborar bienes y servicios y repartirlos entre los integrantes de una sociedad con el fin de satisfacer sus necesidades las cuales son ilimitadas (p. 15). Al igual Laguna et al. (2015) mencionan que la economía es el estudio de las relaciones sociales que el ser humano fija entre sí para producir la variedad de servicios y bienes necesarios para cubrir sus necesidades.

En cuanto a la variable independiente, Castro (2016) hace mención que la recesión económica es la etapa descendente del ciclo, en el cual se da una rebaja notable de la inversión, empleo, producción y consumo el cual se podría dar de manera suave o abrupta. De la misma manera el Banco Central de Reserva del Perú (s.f.) menciona que una recesión es la etapa en donde se da una caída significativa de la actividad económica de una nación o región y se suele

caracterizar por una disminución de la mayoría de las variables económicas como el consumo, inversión educación y empleo.

Por otro parte, Sachs y Larrain (2013) definen a una inversión como la circulación de la producción de cierto lapso el cual se emplea para sostener o extender la reserva del capital económico.

Por otro parte, Jian (2015) menciona que los consumidores son aquellos que obtienen y utilizan los bienes de mercado, siendo estos productos y servicios que tienen un precio y son suministrados por empresas comerciales.

En cuanto a la variable dependiente, Schiffman y Wisenblit (2015) mencionan que el comportamiento del consumidor se dedica a analizar el acto de los compradores a lo largo de la indagación, adquisición, uso, valoración y descarte de las mercancías y servicios los cuales, según las expectativas que tengan, complacen sus necesidades. A sí mismo, Fariñas et al. (2020) definen el comportamiento de un consumidor como la conducta que muestran los compradores cuando indagan, adquieren, aprovechan, aprecian y excluyen mercancías y servicios los cuales ellos creen, podrán cubrir lo que les hace falta. Además, un comportamiento de un consumidor tiende a centrarse en el modo que las familias y consumidores deciden cómo emplear su riqueza disponible (esfuerzo, efectivo, tiempo) consumiendo mercancías relacionadas al consumo.

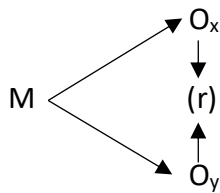
Solomon (2017) Define al comportamiento de un consumidor como el análisis del proceso involucrado cuando las personas o grupos eligen, compran, utilizan o eliminan servicios, mercancías, conocimientos o vivencias con el fin de cubrir lo que les hace falta y lo que anhelan.

III. Metodología

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, debido a que se utilizó los conocimientos actuales, así mismo, se adquirieron nuevos durante el proceso y después de implementar y sistematizar la práctica basada en la investigación (Vargas, 2009). Por otro lado, presenta un enfoque cuantitativo, en el que se utilizó un diseño no experimental transversal debido a que las variables no fueron manipuladas intencionalmente, sino que se observaron y se analizaron, además se recolectó y analizó los datos en un periodo de tiempo específico; así mismo, es correlacional-causal, porque se buscó encontrar una correlación entre las variables (Hernández et al, 2014).

Diagrama simbólico.



Dónde:

M = Muestra de la población de estudio (383 consumidores del distrito de Trujillo).

O_x = Es la medición de la variable Recesión Económica.

r = Coeficiente de correlación entre las dos variables.

O_y = Es la medición de la variable Comportamiento del Consumidor.

3.2. Variable y operacionalización

Variable Independiente: Recesión Económica

- Definición Conceptual: Fase decreciente del ciclo económico, donde se da una disminución notable de la inversión, el empleo, la producción y el consumo y puede darse de forma suave o abrupta (Castro, 2016).
- Definición Operacional: Se utilizó un cuestionario sobre la

Recesión Económica aplicado a los consumidores del Distrito de Trujillo, el cual consta de 9 ítems, cuyas respuestas son cinco de tipo Likert.

- Indicadores: Desempleo, consumo e inversión
- Escala de Medición: Medición Ordinal.

Variable Dependiente: Comportamiento del Consumidor

- Definición Conceptual: Es el estudio del acto de los consumidores a lo largo de la indagación, adquisición, uso, valoración y descarte de los productos y servicios que, según sus expectativas, complacen sus necesidades (Schiffman y Wisenblit, 2015).
- Definición Operacional: Se aplicó, un cuestionario sobre el Comportamiento del Consumidor aplicado a los consumidores del Distrito de Trujillo, el cual consta de 12 ítems, cuyas respuestas son cinco de tipo Likert.
- Indicadores: Ingresos, Estilo de Vida, Influencia Familiar, Influencia de Amigos, Motivación y Percepción.
- Escala de Medición: Medición Ordinal.

3.3. Población (criterios de selección), Muestra, muestreo, unidad de análisis.

- Población: La población de la presente investigación está conformada por todas las personas del distrito de Trujillo-La Libertad el cual según el MINSA (Ministerio de Salud) consta de 322,818 habitantes (Tamayo, 2012).
 - Criterios de Inclusión: Hombres y Mujeres entre 18 y 40 años que vivan dentro del distrito de Trujillo.
 - Criterios de Exclusión: Hombres y Mujeres que hayan perdido su empleo antes del inicio de la cuarentena, personas que no deseen participar en el proceso de investigación o no estén con la capacidad de responder.
- Muestra: Se empleó la fórmula de población finita, de la cual se obtuvo como resultado 383 personas entre 18 y 40 años que vivan en el Distrito de Trujillo. (Tamayo, 2012).
- Muestreo: Se aplicó el muestreo aleatorio simple (Tamayo, 2012).

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Se realizó la recopilación de datos, aplicando como técnica de medición, una encuesta sobre recesión económica y otra para comportamiento del consumidor, la que nos ayudó a medir nuestra variable con sus respectivas dimensiones.

Así mismo, se utilizó como instrumento, dos cuestionarios aplicados a la muestra. Para evaluar la variable independiente, se utilizó un cuestionario de 9 ítems, la cual estuvo compuesta por 3 dimensiones: Desempleo, Consumo e Inversión. De la misma manera para evaluar la variable dependiente, se usó un cuestionario de 12 ítems, la cual estuvo compuesta por 3 dimensiones: factores personales, factores sociales y factores psicológicos.

Para determinar la validez de los instrumentos, se sometieron a juicio de expertos en los cuales participaron 3 asesores especialistas.

Para determinar si los instrumentos son confiables se aplicó una encuesta piloto a 30 consumidores del distrito de Trujillo, donde se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.904, por lo tanto, indica que la prueba es

de confiabilidad muy alta, considerando la consistencia de los datos recogidos y la formulación de preguntas las que tienen un valor viable para el constructo, lo cual indica que los instrumentos son confiables. (Ver anexo 5 y 6)

3.5. Procedimientos

Para recolectar la información, se generaron encuestas para conseguir datos exactos y esenciales para la presente investigación, los cuales fueron aplicados a aquellas personas que vivan dentro del Distrito de Trujillo, donde se usó como medio las encuestas online a través de Facebook mediante el cual se envió el link de Gmail, donde se seleccionó a las personas que solo vivan en el Distrito de Trujillo, aplicando el filtro de Facebook, siendo elegidas aleatoriamente; así mismo, se fue lo más claro y preciso, para la comprensión de dicha muestra. Por consiguiente, se realizó el procesamiento de la información por medio del programa Microsoft Excel, así mismo se utilizó el programa SPSS versión 22 para encontrar la confiabilidad. Las tabulaciones de las encuestas se realizaron a través del ingreso de los puntajes obtenidos en cada pregunta al programa Microsoft Excel.

3.6. Método de análisis de datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó la estadística descriptiva e inferencial, Rendón et al (2016), porque se elaboró la matriz con los puntajes de cada variable y se elaboraron tablas de frecuencia.

La información adquirida para las dos variables fue tabulada en el programa Microsoft para indicar su respectivo nivel, para determinar si los datos tenían una distribución normal o no, se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, además la hipótesis se comprobó ingresando los datos obtenidos de los consumidores del distrito de Trujillo al programa SPSS, donde se verificó y aplicó el estadístico inferencial Coeficiente de Correlación de Spearman, debido a que es una medida no paramétrica de la correlación de rango, la cual fue necesario para determinar la fuerza y dirección entre las dimensiones de las variables “Recesión Económica y Comportamiento del Consumidor”, siendo necesarios en el desarrollo de la presente investigación.

3.7. Aspectos éticos

En el presente trabajo de investigación, se consideró de vital importancia, la colaboración voluntaria y el anonimato de los participantes, por lo que, se tomaron en cuenta los aspectos éticos como: confidencialidad, consentimiento informado y respeto a los derechos de los participantes.

Confidencialidad: Se respetó el anonimato de los participantes involucrados en el desarrollo del trabajo, donde se mantuvo protegida su identidad y así mismo su información brindada.

Consentimiento informado: Los participantes involucrados, supieron con anticipación en qué consistía la encuesta y para qué sería usada la información que nos brindaron, una vez, ellos aceptaron, fueron redirigidos a un link para que llenen la encuesta de manera voluntaria.

Respeto a los derechos del sujeto: A los participantes se les dio un buen trato de parte de los investigadores, donde se respetó sus derechos durante el proceso de la investigación y así mismo si deseaban desistir de su intervención en la investigación, no se les obligaba a que terminen de responder el cuestionario.

IV. Resultados

Objetivo específico 1: Identificar el Nivel de Recesión Económica en el Distrito de Trujillo 2020.

Tabla 1

Nivel de recesión económica en el Distrito de Trujillo 2020.

Variables	Alto		Medio		Bajo		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Recesión económica	319	83	46	12	18	5	383	100
Desempleo	313	82	52	14	18	5	383	100
Consumo	315	82	49	13	19	5	383	100
Inversión	299	78	59	15	25	7	383	100

Nota. Cuestionario sobre Recesión Económica aplicado a consumidores del distrito de Trujillo, 2020.

En la tabla 1 se observa que la variable recesión económica es percibida en un nivel alto según el 83% de los consumidores del distrito de Trujillo, esto indica que los consumidores del distrito de Trujillo si han sido afectados por la recesión económica que sufre nuestro país y esto también se demuestra con la percepción que tienen sobre las dimensiones como el desempleo el cual es percibida en un nivel alto por el 82% de consumidores al igual que la dimensión de consumo y por otro lado el 78% percibe a la dimensión de inversión también en nivel alto.

Objetivo específico 2: Identificar el Nivel de Comportamiento del Consumidor en el Distrito de Trujillo 2020.

Tabla 2

Nivel de comportamiento del consumidor en el Distrito de Trujillo 2020.

Variables	Alto		Medio		Bajo		Total	
	f	%	F	%	f	%	f	%
Comportamiento del consumidor	316	83	50	13	17	4	383	100
Factores personales	316	83	55	14	12	3	383	100
Factores sociales	306	80	57	15	20	5	383	100
Factores psicológicos	310	81	57	15	16	4	383	100

Nota. Cuestionario sobre comportamiento del consumidor aplicado a consumidores del distrito de Trujillo, 2020.

En la tabla 2 se observa que la variable comportamiento del consumidor es percibida en un nivel alto según el 83% de los consumidores del distrito de Trujillo, además se puede observar que las tres dimensiones factores personales, factores sociales y factores psicológicos también son percibidos en nivel alto con 83%, 80% y 81% respectivamente.

Objetivo específico 3: Determinar si existe relación entre las dimensiones de la Recesión Económica y las dimensiones del Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020.

Tabla 3

Correlación entre las dimensiones de la recesión económica y las dimensiones del comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo 2020.

Dimensiones del Comportamiento del Consumidor	Dimensiones de la Recesión Económica								
	Desempleo			Consumo			Inversión		
	Rho de Spearman	<i>P</i>	<i>N</i>	Rho de Spearman	<i>p</i>	<i>N</i>	Rho de Spearman	<i>p</i>	<i>N</i>
Factores Personales	,670*	,000	383	,654*	,000	383	,695*	,000	383
Factores Sociales	,706*	,000	383	,638*	,000	383	,659*	,000	383
Factores Psicológicos	,797*	,000	383	,546*	.000	383	,778*	,000	383

Nota: En la tabla se muestra “P” el cual es el valor de significancia, también se muestra “N” el cual representa el tamaño de la muestra y el asterisco (*) el cual muestra los valores Spearman que tengan una significancia menor a 0.01 ($p < 0.01$).

En la tabla 3 se muestra una correlación directa, de grado considerable - alto y estadísticamente significativa ($p < .05$) entre las dimensiones Factores Personales, Factores Sociales y Factores Psicológicos con las dimensiones Desempleo, Consumo e Inversión, dicha interpretación es porque los Factores Personales, Sociales y Psicológicos de los Consumidores del Distrito de Trujillo, está directamente vinculado a los dimensiones Desempleo, Consumo e Inversión, que compone la Recesión Económica.

Objetivo general: Analizar cómo se relaciona la Recesión Económica con el Comportamiento del Consumidor del Distrito Trujillo 2020.

Tabla 4

Relación entre recesión económica y el comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo 2020.

Variable	Comportamiento del Consumidor		
	Rho de Spearman	P	N
Recesión Económica	,857*	,000	383

Nota: En la tabla se muestra “P” el cual es el valor de significancia, también se muestra “N” el cual representa el tamaño de la muestra y el asterisco (*) el cual muestra los valores Spearman que tengan una significancia menor a 0.01 ($p < 0.01$).

En la Tabla 4, se muestra una correlación directa, de grado alto y estadísticamente significativa entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor, debido a que el valor de Correlación de Spearman es positivo y está entre 0.70 y 0.89 según la tabla de interpretación de correlaciones, dicha interpretación es porque los Factores Personales, Sociales y Psicológicos de los Consumidores del Distrito de Trujillo 2020, está debidamente relacionado con los temas centrales que afectan a la Recesión Económica como: Desempleo, Consumo e Inversión, siendo dichas dimensiones, lo que genera que el comportamiento del consumidor cambie en los últimos años.

Contrastación de la hipótesis de investigación

Hi: La Recesión Económica se relaciona de forma directa con el Comportamiento del Consumidor del Distrito Trujillo 2020.

Tabla 5

Correlación entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor del Distrito Trujillo 2020.

Variable	Comportamiento del Consumidor		
	Rho de Spearman	P	N
Recesión Económica	,857*	,000	383

Nota: En la tabla se muestra "P" el cual es el valor de significancia, también se muestra "N" el cual representa el tamaño de la muestra y el asterisco (*) el cual muestra los valores Spearman que tengan una significancia menor a 0.01 ($p < 0.01$).

En la Tabla 4.5, se muestra una correlación directa, de grado alto y estadísticamente significativa entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor, debido a que el valor de Correlación de Spearman es positivo y está entre 0.70 y 0.89 según la tabla de interpretación de correlaciones.

Además, se tiene un valor ($p < 0.01$), por tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula de investigación de manera altamente significativa.

V. Discusión

La recesión económica es una de las fases que puede llegar a tener la actividad económica como producto de las oscilaciones que esta enfrenta, denominados ciclos económicos y los cuales pueden ser provocados por diferentes factores tal como lo menciona Castro (2016) en su libro Fundamentos de la economía, adicionalmente dicho autor menciona que la recesión económica es definida de acuerdo al grado en que se ve afectado el consumo, la inversión y el empleo en la población. Debido a los acontecimientos suscitados a inicios del año 2020 como es la propagación del virus Covid-19 y las consecuencias que trajo consigo, se declaró que nuestro país se encuentra inmerso en una recesión económica debido al incremento en los niveles de desempleo y la disminución en la inversión y el consumo. Estos acontecimientos mencionados pudieron haber tenido una relación significativa con el comportamiento del consumidor, es por esto que se propuso analizar cómo se relaciona la recesión económica con el comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo 2020.

5.1. En la tabla 1 se observa que la variable recesión económica es percibida en un nivel alto según el 83% de los consumidores del Distrito de Trujillo, adicionalmente las dimensiones desempleo y consumo son percibidas en un nivel alto de acuerdo al 82% de los consumidores y finalmente la dimensión de inversión también es percibida en un nivel alto según el 78% de consumidores. Dichos resultados son corroborados con los de Slini et al. (2014) quienes realizaron una investigación sobre el impacto que causó la recesión económica del 2009 en el consumo de energía doméstica en Grecia, donde encontraron que una recesión económica lleva a los hogares a tener una cierta tendencia de contracción de su presupuesto para consumo debido a la rebaja de los ingresos percibidos por los habitantes. También es importante ratificar con lo mencionado por Martínez (2016) quien en su investigación sobre cómo estabilizar el nivel de empleo durante la contracción de la actividad económica (recesión económica) hace mención que cuando esta fase económica se presenta en la economía siempre se ve incrementado los niveles de desempleo y una caída del salario real de las personas. Además se puede contrarrestar con lo encontrado por Pérez et al. (2016) quienes en su investigación sobre el

impacto de la recesión económica del periodo 2006-2012 en la salud de la población española, encontraron que la recesión económica señaló que había conexión inconstante con la salud mental y general de las personas coincidiendo con el incremento de enfermedades por ejemplo ansiedad, reducción del consenso de grupos, caída de la autoestima y se incrementa la costumbre de rutinas no saludables, los cuales eran provocados por una inseguridad económica. Así mismo se puede reafirmar con lo encontrado por Harhay et al. (2013) quienes investigaron sobre el impacto de la recesión económica sobre el consumo de alcohol entre los adultos británicos, donde identificaron un impacto diferencial de la recesión de 2008-2009 en el consumo de algunos productos en especial el alcohol en Inglaterra, viendo reducciones en la frecuencia de consumo en la población en general. Adicionalmente es de mucha importancia confirmarlo con lo mencionado por Castro (2016) quien indica que la recesión económica es definida de acuerdo al grado en que se ve afectado el consumo, la inversión y el empleo en la población, además nos dice que la recesión puede darse de dos maneras, suave o abrupta, convirtiéndose la última en una crisis. De igual forma se contrarresta con lo mencionado por el Banco Central de Reserva del Perú (s.f.) quien indica que una recesión es la etapa en donde se da una caída significativa de la actividad económica de una nación o región y se suele caracterizar por una disminución de la mayoría de las variables económicas como el consumo, inversión educación y empleo. Conforme a lo encontrado se puede mencionar que la recesión económica es percibida en un nivel alto debido a que ha afectado fuertemente a los consumidores, ya que se ha visto la pérdida de muchos empleos en la región y en todo el país, esto evidentemente ha traído consigo la disminución de su consumo e inversión.

5.2. En la tabla 2 se puede observar que la variable comportamiento del consumidor es percibida en un nivel alto por el 83% de los consumidores del Distrito de Trujillo, seguido por el 13% el cual percibe un nivel medio, también se puede observar que tanto los factores personales, factores sociales y factores psicológicos también son percibidos en un nivel alto con el 83%, 80% y 81% respectivamente. El resultado se ratifica con lo encontrado por Ccorimanya (2017) quien realizó una investigación sobre la calidad de servicio y el

comportamiento del consumidor en el Distrito de Santiago de Surco-Lima, donde encontró que el 48.3% de consumidores reconoce un nivel alto de comportamiento de consumidor, seguido del 40% que reconoce un nivel medio. Así mismo se corrobora con lo encontrado por Galarza (2018) el cual investigó sobre el comportamiento del consumidor de la peluquería spa Mona en Los Olivos-Lima, en su investigación llegó a la conclusión de que el 58.82% de encuestados percibieron el comportamiento del consumidor en un nivel alto, seguido del 34.12% percibiendo un nivel medio. También se contrarresta con lo encontrado por Ordoñez (2018) quien investigó sobre estrategias de marketing y el comportamiento del consumidor en la empresa Ajeper S.A. donde a diferencia de lo encontrado en la presente investigación se encontró que el 53.3% de los encuestados percibían un nivel regular de comportamiento del consumidor y en segundo lugar lo percibían en nivel bueno con el 33.3%. De forma similar se reafirma con lo mencionado por Schiffman y Wisenblit (2015) quienes dicen que el comportamiento del consumidor se dedica a analizar el acto de los compradores a lo largo de la indagación, adquisición, uso, valoración y descarte de las mercancías y servicios los cuales, según las expectativas que tengan, complacen sus necesidades. De igual manera se ratifica con lo mencionado por Fariñas et al. (2020) quienes definen el comportamiento de un consumidor como la conducta que muestran los compradores cuando indagan, adquieren, aprovechan, aprecian y excluyen mercancías y servicios los cuales ellos creen, podrán cubrir lo que les hace falta. Además, un comportamiento de un consumidor tiende a centrarse en el modo que las familias y consumidores deciden cómo emplear su riqueza disponible (esfuerzo, efectivo, tiempo) consumiendo mercancías relacionadas al consumo. Debido a los resultados encontrados se puede inferir de que los factores personales son los que más influyen en la percepción de un nivel alto en el comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo, sin embargo, tanto los factores sociales como psicológicos también tienen incidencia en la determinación del comportamiento de los consumidores del Distrito de Trujillo 2020.

5.3. Así mismo, en la tabla 3 se muestra una correlación directa, de grado considerable - alto y estadísticamente significativa ($p < .05$) entre las

dimensiones Factores Personales, Factores Sociales y Factores Psicológicos con las dimensiones Desempleo, Consumo e Inversión, dicha interpretación es porque los Factores Personales, Sociales y Psicológicos de los Consumidores del Distrito de Trujillo, está directamente vinculado a los dimensiones Desempleo, Consumo e Inversión, que compone la Recesión Económica. Donde la dimensión Factores Personales tiene una correlación con el Desempleo de 0,670; así mismo, dicha dimensión tiene una correlación con el Consumo de 0,654; y con la Inversión tiene una correlación de 0,695. Por otro lado, la dimensión Factores Sociales tiene una correlación con el Desempleo de 0,706; con el Consumo su correlación es de 0,638 y con la Inversión su correlación es de 0,659. Finalmente, la dimensión Factores Psicológicos tiene una correlación con el Desempleo de 0,797; con el Consumo tiene una correlación de 0,546; y con la Inversión tiene una correlación de 0,778. Los resultados son ratificados con los de Lachira (2018), quien concluyó que el indicador más impactante en el comportamiento del consumidor es el Personal con el 77.6%, ya que sus gustos y decisiones al momento de comprar, se enfocan en su conducta personal en dichos centros comerciales, seguido de este indicador se encuentra el Social en un 77.1%, después el indicador cultural 76.8% y por último el indicador psicológico siendo un 76.6% de dicha población. Donde también se contrarresta con lo mencionado por Hinojosa y Quispe (2016), quienes en su investigación concluyeron que el factor del comportamiento que más influye en los consumidores es el social con un 43.2%, ya que sus preferencias se centran en recurrir a este Centro Comercial. Donde queda repartido la posición de los causantes: primero está, el causante social en 43.2%, luego el causante personal en 24%, causante cultural 19.2% y al final causante psicológico 9.6%. Por tanto, de acuerdo a los resultados encontrados cabe destacar que el comportamiento de los consumidores se ve afectado por las distintas dimensiones que pueden afectar en su decisión de compra final, como lo que está sucediendo actualmente con respecto a las dimensiones de la Recesión Económica: Desempleo, Consumo e Inversión; lo que ha ocasionado que las personas adecuen sus opiniones y conductas al momento de adquirir un producto. Donde por el momento consideran la calidad, el higiene y limpieza del producto, así mismo optarán por comprar los

productos de primera necesidad antes que los productos de lujo, diversión o entretenimiento.

5.4. En la Tabla 4, se muestra una correlación directa, de grado alto y estadísticamente significativa ($p < .01$) entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor, debido a que el valor Spearman es positivo y está entre 0.70 y 0.89 según la tabla de interpretación de correlaciones, dicha interpretación es porque los Factores Personales, Sociales y Psicológicos de los Consumidores del Distrito de Trujillo 2020, está debidamente relacionado con los temas centrales que afectan a la Recesión Económica como: Desempleo, Consumo e Inversión, siendo dichas dimensiones, lo que genera que el comportamiento del consumidor cambie en los últimos años. Dichos resultados se corroboran con los de Raiteri (2016), quien concluyó que el estudio y el análisis de la conducta y los procesos mentales en el comportamiento del consumidor, contribuye acrecentando la venta y beneficio en las empresas, adicionalmente encontró que la persona adecua sus opiniones, convicciones, virtudes, conductas y de manera global la forma como vive a la función que la toca o la que quiere actuar. Así mismo, se reafirman con los de Sumalave (2018), quien concluyó que el comportamiento al momento de comprar de los consumidores del supermercado Plaza Vea, tienen un comportamiento medianamente conveniente con 3.41 de puntuación, teniendo causantes sociales, causantes culturales-personales, causantes personales y finalmente causantes psicológicos-personales, con 3.55, 3.48, 3.11 y 3.48 de puntuación respectivamente. Por otro lado, también se contrarrestan con el de Hualtibamba (2019), quien encontró que el indicador más incidente en el comportamiento del consumidor, es el social en un 74.5%, donde se observa que el comportamiento social de los consumidores, se enfoca en sus prioridades que tienen cuando acuden a Mercados de Abastos. Por lo tanto, de acuerdo a lo hallado se puede inferir, que las empresas del Distrito de Trujillo deben tomar en cuentas las nuevas opiniones o comportamientos que adquirirán los consumidores actuales, debido a la pandemia que se viene dando, por lo que sus productos deben ser de calidad y deben cumplir con los protocolos de higiene, ya que los consumidores serán más exigentes, así mismo, deben tener es su stock productos de primera

necesidad o que los consumidores consideren que son necesarios para su salud o alimentación, ya que muchos de ellos se han visto afectados por el desempleo, por lo que optarán por escoger determinados productos en particular.

Por tanto, se concluye el presente apartado considerando que se cumplió la hipótesis de investigación, dado que como ya se discutió en la tabla 4.4. existe una relación significativa entre las variables de estudio.

Asimismo, es importante mencionar que, de acuerdo a los resultados obtenidos, cabe la posibilidad de efectuar recomendaciones a las empresas a nivel local y nacional de Trujillo, en donde deben centrarse en implementar protocolos y medidas de salud e higiene en la elaboración de sus productos y al momento de adquirirlos, debido a que son factores que los consumidores toman en cuenta al momento de adquirir un producto debido a la pandemia que se viene atravesando. Por tal motivo, como se ha podido demostrar, las características que los clientes perciben al adquirir un producto, es un factor determinante para que se animen a comprar los productos que se están ofreciendo.

VI. Conclusiones

6.1. En la presente investigación se llegó a identificar que la variable recesión económica es percibida en un nivel alto por el 83% de los consumidores del distrito de Trujillo 2020, para lo cual se tomó en cuenta el desempleo, el consumo y la inversión de los consumidores, como se puede apreciar en los resultados las tres dimensiones también fueron percibidas en nivel alto con el 82%, 82% y 78% respectivamente, esto nos indica de que los consumidores del distrito de Trujillo percibieron que fueron afectados por la recesión económica que viene sufriendo nuestro país (Tabla 1).

6.2. Se identificó un nivel alto de comportamiento de los consumidores en el distrito de Trujillo 2020 con el 83%, adicionalmente se puede apreciar en los resultados de que tanto factor personal, factores sociales y psicológicos también son percibidos en un nivel alto con el 83%, 80% y 81% respectivamente (Tabla 2).

6.3. Se determinó, una correlación directa, de grado considerable - alto y estadísticamente significativa ($p < .05$) entre las dimensiones de la Recesión Económica con las dimensiones del Comportamiento del Consumidor. Dicha interpretación se debe, a que el comportamiento de los consumidores está debidamente vinculado a cómo las dimensiones de la recesión económica: Desempleo, Consumo e Inversión se comportan actualmente, lo que ocasiona que el comportamiento de los consumidores del Distrito de Trujillo 2020 haya cambiado (Tabla 3).

6.4. Se analizó, una correlación directa, de grado alto y estadísticamente significativa entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor, debido a que el valor Spearman es positivo y está entre 0.70 y 0.89 según la tabla de interpretación de correlaciones, dicha interpretación es porque los Factores Personales, Sociales y Psicológicos de los Consumidores del Distrito de Trujillo 2020, está debidamente relacionado con los temas centrales que afectan a la Recesión Económica como: Desempleo, Consumo e Inversión, siendo dichas

dimensiones, lo que genera que el comportamiento del consumidor cambie en el Distrito de Trujillo 2020 (Tabla 4).

VII. Recomendaciones

7.1. Se les recomienda a las personas emprendedoras de la ciudad de Trujillo buscar nuevas ideas y nuevos emprendimientos para así poder generar empleo para la población Trujillana, así estos puedan tener mejores ingresos y superar con mayor facilidad la recesión económica que viene sufriendo nuestro país.

7.2. Se recomienda que aquellas empresas o negocios que antes no empleaban medios digitales, hagan uso de ellas de manera indispensable por ejemplo Facebook, Instagram, Tik Tok, etc. Debido a que las ventas por internet se van a incrementar, ya que los clientes o consumidores buscarán páginas web seguras o perfil en redes sociales para continuar adquiriendo productos o servicios de manera segura y protegiendo su salud.

7.3. Se recomienda a los consumidores del distrito de Trujillo elaborar un plan de compras en el cual estén detallados solo productos y servicios que verdaderamente estén necesitando como alimentos de primera necesidad, medicinas servicios de energía o agua, para así poder sobre llevar la recesión económica de una mejor manera; evitando el consumo de productos de lujo o diversión.

7.4. Se recomienda que las empresas identifiquen y conozcan las necesidades de sus clientes actuales y potenciales, ya que permitirá que sus negocios puedan satisfacerlas y conservar la relación con ellos. Esto ayudará a que puedan plantear nuevas alternativas para ampliar su línea de productos y/o servicios e insertar el componente innovador que se requiere, de esta manera conservarán sus ventas o aumentarán ante la Crisis Sanitaria que viene afectando al Perú.

Referencias

Banco Central de reserva del Perú. (s.f.). *Recesión económica*. Consultado el 20 de abril de 2020. <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/r.html>

Benites, Y. (2017). *Incidencia de la Apertura Económica sobre el Crecimiento Económico en el Perú, Periodo 1990-2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo. http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10372/beniteslopez_yuri.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bromotov, M. (2009). *Economic cycles: historical evidence, classification and explication*. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/19660/2/MPRA_paper_19660.pdf

Castro, W. (2016). *Fundamentos de economía*. (8a ed.). Editorial Fernandez.

Ccorimanya, R. (2017). *Calidad de servicio y el comportamiento del consumidor de productos textiles, en la empresa Big Head. Distrito de Santiago de Surco 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la universidad Cesar Vallejo. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12294/Ccorimanya_MR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cuadrado, J. (2015). *Política económica*. (5° ed.). Editorial McGraw-Hill. http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codig

o_libro=6320

Galarza, E. (2018). *El marketing relacional y el comportamiento del consumidor de la peluquería spa Mona, Los Olivos 2017-2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32308/Galarza_LEG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González, F., García, M. y Wanden, J. (2014). *Economía política*. [Trabajo de investigación, Universidad de Granada]. Archivo en línea. http://www.ugr.es/~fcojose/Archivos/Economia_Politica.pdf

Harhay, M., Bor, J., Basu, S., Mckee, M., Mindell, J., Shelton, N. y Stuckler, D. (2013). Differential impact of the economic recession on alcohol use among white British adults 2004-2010. *European Journal of public health*, 24(3), 410-415. <https://academic.oup.com/eurpub/article/24/3/410/475353#86370217>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a ed.). Editorial McGrawHill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hualtibamba, D. (2019). *Factores de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra en los mercados de abastos de la ciudad de Trujillo - 2018*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31337>

Jian, J. (2015). *Consumer economic Wellbeing*. [International series on consumer science]. https://doi.org/10.1007/978-1-4939-2821-7_1

Jordán, J., Ballesteros, L., Guerrero, C. y Pérez, C. (2018). Determinantes en el comportamiento del consumidor que influyen en las decisiones gerenciales publicitarias en el sector comercial de la provincia de Tungurahua. *Revista Dominio de las ciencias*, 4(4), 98-113. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/DialnetDeterminantesEnElComportamientoDelConsumidorQueInf-6657249%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/DialnetDeterminantesEnElComportamientoDelConsumidorQueInf-6657249%20(1).pdf)

Lachira, S. (2019). *Factores de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra en el Mall Aventura y Real Plaza de la ciudad de Trujillo-2018*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31414>

Laguna, H., Riella, R., Giometti, B., Melazzi, G., Picos, G., Geymonat, J., Oyantcabal, G., Marrero, M. y Narbondo, I. (2015). *Economía política*. [Trabajo de investigación, Universidad de la república Uruguay]. Archivo en línea. <http://pim.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/sites/14/2018/09/economia-politica.pdf>

Le Drian, J. (2020). COVID-19 - Información, recomendaciones y medidas sanitarias. *En Francia Diplomacia*. Consultado el 25 de abril de 2020.

<https://www.diplomatie.gouv.fr/es/venir-a-francia/entrar-a-francia/covid-19-informaciones-para-ciudadanos-extranjeros-en-francia/article/covid-19-informacion-recomendaciones-y-medidas-sanitarias>

Lizárraga, L. (2015). *Impacto global producido por la gran recesión económico-financiera 2007-2010*. [Tesis de doctorado, Universidad de San Martín de Porres]. <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1842>

Maldonado, L. (2014). *Los ciclos económicos y sus crisis*. [Trabajo de investigación, Universidad Pontificia Comillas- ICADE]. Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas-ICADE. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1124/retrieve>

Martínez, D. (2016). Cómo estabilizar el nivel de empleo durante la contracción de la actividad económica. Un debate pendiente en América Latina. *Revista de economía*, 39(77), 253-263. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/15034-Article%20Text-59579-2-10-20160810.pdf>

Orbezo, M. (2020, abril 21). Cuatro comportamientos del consumidor que cambiarán luego del Covid-19. *Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/cuatro-comportamientos-del-consumidor-que-cambiaran-luego-del-covid-19-noticia/?ref=gesr>

Pérez, S., Gascón, J., De la Cruz, E., Sánchez, J., Parra, P. y Monteagudo, O. (2016). *Recesión económica (2016-2012) y cambios en el estado de salud de la*

población española. *Revista de salud pública de México*, 58(1), 41-48.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342016000100010&lang=es

Polo, M., Angulo, R. (2017). *Relación del Ingreso Disponible con el Consumo Privado Según la Teoría Keynesiana. Perú 2003-2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio de la Universidad Privada Antenor Orrego.
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3485/1/RE_ECON_MELIZA.POLO_ROSA.ANGULO_INGRESO.DISPONIBLE_DATOS.PDF

Ponce, J., Besanilla, T. y Rodríguez, H. (2012). *Factores que influyen en el comportamiento del consumidor*. [Trabajo de investigación, Universidad autónoma de Tamaulipas]. Repositorio de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. <https://www.eumed.net/ce/2012/dhi.html/06/dhi.zip>

Quispe, A., Hinojosa, E. (2016). *Comportamiento de compra de los consumidores del Centro Comercial Real Plaza de la ciudad de Cusco-2016*. [Tesis de doctorado, Universidad Peruana Austral del Cusco]. Archivo en línea.
<https://www.yumpu.com/es/document/read/62018242/comportamiento-del-consumidor>

Raiteri, M. (2016). *Comportamiento del consumidor actual*. [Tesis de pregrado, Universidad nacional de Cuyo]. Repositorio de la Universidad nacional de Cuyo.
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf

Rendón, M., Villasís, M. Miranda, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>

Sachs, J. y Larrain, F. (2013). *Macroeconomía en la economía global*. (3a ed.). Editorial Pearson.
http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=4998

Schiffman, L. y Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del consumidor*. (11a ed.). Editorial Pearson.
http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6201

Slini, T. y Giama, E. (2015). El impacto de la recesión económica en el consumo de energía doméstica. *International Journal of Sustainable Energy*, 34(3-4), 259-270. DOI: 10.1080 / 14786451.2014.882335

Solomon, M. (2017). *Comportamiento del consumidor*. (11ª ed.). Editorial Pearson.
http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_Escritorio_Visualizar?cod_primaria=1000193&libro=6872

Sumulave, G. y León, M. (2018). *Factores del comportamiento de compra de los consumidores del supermercado Plaza vea del centro comercial Real Plaza Cusco-2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio

de la Universidad Andina del Cusco.

<http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/2284>

Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación científica*. (4a ed.). Editorial Limusa S.A. <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>

Vargas, Z. (2009). *Investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. Revista educación, 33(1), 155-165. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Zabaleta, M. (2016). *Influencia del ingreso disponible y las tasas de interés sobre el consumo privado en el Perú, 2000-2014*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo. http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2231/zavaletacontreras_marcos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anexos

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	NIVEL DE MEDICIÓN
RECESIÓN ECONÓMICA	Una recesión económica es la fase decreciente del ciclo económico, donde se da una disminución notable de la inversión, el empleo, la producción y el consumo y puede darse de forma suave o abrupta (Castro, 2016).	Se utilizó un cuestionario sobre la recesión económica aplicado a los consumidores del Distrito de Trujillo, el cual consta de 9 ítems, cuyas respuestas son cinco de tipo Likert.	Desempleo	Desempleo	Ordinal
			Consumo	Consumo	
			Inversión	Inversión	
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	El comportamiento del consumidor es el estudio del acto de los consumidores a lo largo de la indagación, adquisición, uso, valoración y descarte de los productos y servicios que, según sus expectativas, complacen sus necesidades (Schiffman y Wisenblit, 2015).	Se utilizó un cuestionario sobre el comportamiento del consumidor aplicado a los consumidores del Distrito de Trujillo, el cual consta de 12 ítems, cuyas respuestas son cinco de tipo Likert.	Factores personales	Ingresos	Ordinal
				Estilo de vida	
			Factores sociales	Influencia familiar	
				Influencia de amigos	
			Factores psicológicos	Motivación	
				Percepción	

Anexo 2: Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVEL DE MEDICIÓN
La recesión económica y el comportamiento del consumidor del distrito de Trujillo 2020.	¿Cómo se relaciona la recesión económica con el comportamiento del consumidor del distrito de Trujillo 2020?	<p>General: Analizar cómo se relaciona la Recesión Económica con el Comportamiento del Consumidor del Distrito Trujillo 2020.</p> <p>Específicos: Identificar la Recesión Económica en el Distrito de Trujillo 2020. Identificar el Comportamiento del Consumidor en el Distrito de Trujillo 2020. Determinar si existe relación significativa entre la Recesión Económica y el Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020.</p>	<p>Hi: La recesión económica afecta de manera negativa en el comportamiento del consumidor del Distrito Trujillo 2020.</p> <p>Ho: La recesión económica no afecta de manera negativa en el comportamiento del consumidor del Distrito de Trujillo 2020.</p>	RECESIÓN ECONÓMICA	Una recesión económica es la fase decreciente del ciclo económico, donde se da una disminución notable de la inversión, el empleo, la producción y el consumo y puede darse de forma suave o abrupta (Castro, 2016).	Se utiliza un cuestionario sobre la recesión económica aplicado a los consumidores del Distrito de Trujillo, el cual consta de 7 ítems, cuyas respuestas son cinco de tipo Likert.	Desempleo	Desempleo	1,2	Ordinal
							Consumo	Consumo	3,4	
							Inversión	Inversión	5,6,7	
				COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	El comportamiento del consumidor es el estudio del acto de los consumidores a lo largo de la indagación, adquisición, uso, valoración y descarte de los productos y servicios que, según sus expectativas, complacen sus necesidades (Schiffman y Wisenblit, 2015).	Se utiliza un cuestionario sobre el comportamiento del consumidor aplicado a los consumidores del Distrito de Trujillo, el cual consta de 12 ítems, cuyas respuestas son cinco de tipo Likert.	Factores personales	Ingresos	8,9	Ordinal
							Factores personales	Estilo de vida	10,11	
							Factores sociales	Influencia familiar	12,13	
Influencia de amigos	14,15									
Factores psicológicos	Motivación	16,17								
	Percepción	18,19								

Anexo 3: Procedimiento para encontrar la muestra

$$n = \frac{z^2 * N * (p * q)}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 125550 * (0.5)(0.5)}{0.05^2 * (125550 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383$$

Anexo 4: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE RECESIÓN ECONÓMICA

Estimado colaborador (a):

Somos estudiantes de la Universidad César Vallejo de Trujillo, el presente cuestionario forma parte de una investigación académica, cuya finalidad es analizar la relación entre Recesión Económica y Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020, para saber qué tan factible será el proyecto a emprender. La información es confidencial y reservada. Por lo que anticipo mi reconocimiento.

DATOS GENERALES:

Edad:

Fecha:/...../2020

Sírvase a leer las siguientes expresiones y responder de manera veraz, marcando con una "X" la respuesta que considere conveniente para usted, el cuestionario cuenta con un total de 7 ítems, los cuales son mostrados a continuación.

Donde:

- TD: Totalmente en Desacuerdo
- D: En Desacuerdo
- I: Indiferente
- A: De Acuerdo
- TA: Totalmente de Acuerdo

	ÍTEMS	OPCIONES DE RESPUESTA				
		TD	D	I	A	TA
	DESEMPLEO					
1	¿Al encontrarse desempleado considera que es consecuencia de la crisis sanitaria que viene afrontando el país?					
2	¿Al encontrarse desempleado considera que cambiaría los hábitos de consumo?					
	CONSUMO					
3	¿Con respecto a años anteriores considera que su consumo ha disminuido?					
4	¿Al realizar una compra considera que prioriza los productos de primera necesidad?					
	INVERSIÓN					
5	¿El dinero que tiene actualmente considera que no es suficiente para realizar todas sus compras?					
6	¿En relación al gasto que realiza en sus compras considera que es mayor con respecto a años anteriores?					
7	¿En su situación económica actual considera que no le es suficiente para cubrir todos sus gastos?					

CUESTIONARIO SOBRE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Estimado colaborador (a):

Somos estudiantes de la Universidad César Vallejo de Trujillo, el presente cuestionario forma parte de una investigación académica, cuya finalidad es analizar la relación entre Recesión Económica y Comportamiento del Consumidor del Distrito de Trujillo 2020, para saber qué tan factible será el proyecto a emprender. La información es confidencial y reservada. Por lo que anticipo mi reconocimiento.

DATOS GENERALES:

Edad:

Fecha:/...../2020

Sírvase a leer las siguientes expresiones y responder de manera veraz, marcando con una "X" la respuesta que considere conveniente para usted, el cuestionario cuenta con un total de 12 ítems, los cuales son mostrados a continuación.

Donde:

- TD: Totalmente en Desacuerdo
- D: En Desacuerdo
- I: Indiferente
- A: De Acuerdo
- TA: Totalmente de Acuerdo

ÍTEMS		OPCIONES DE RESPUESTA				
		TD	D	I	A	TA
FACTORES PERSONALES						
8	¿Se han visto afectados sus ingresos debido a la situación económica del país?					
9	¿Actualmente, prioriza compras que vayan de acuerdo a su situación económica?					
10	¿Su estilo de vida que solía mantener se ha visto afectada por la situación económica del país?					
11	¿Depende del nivel de ingresos que tenga para poder mantener su estilo de vida?					
FACTORES SOCIALES						
12	¿Usted toma en cuenta los gustos y opiniones de las personas que lo rodean para adquirir algún producto?					
13	¿Considera la opinión de algún familiar al momento de comprar algún producto?					
14	¿Necesita la compañía de algún amigo para asistir a comprar en algún lugar?					
15	¿Toma en cuenta la opinión de amigos para poder comprar o consumir algún producto?					

	FACTORES PSICOLÓGICOS	TD	D	I	A	TA
16	¿Actualmente, no realiza sus compras por motivación propia?					
17	¿Actualmente, no se siente motivado para realizar alguna compra?					
18	¿Actualmente, usted compraría a aquellas empresas que brindan productos de calidad?					
19	¿Para que pueda realizar sus compras percibe que actualmente las empresas están brindando una buena atención?					

Leyenda:

M: Malo

R: Regular

B: Bueno

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

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 21/06/2020	18172951		989757850
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

Leyenda:

M: Malo R: Regular B: Bueno

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

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 20 / 07 / 2020	80396738		949685050
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

	Personalidad	Actualmente, usted compraría a aquellas empresas que brindan productos de calidad.			x			x			x			x			x			x			x			x
		Para que pueda realizar sus compras percibe que actualmente las empresas están brindando una buena atención.			x			x			x			x			x			x			x			x

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

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

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:


Trujillo 20 / 07 / 2020	80396738		949685050
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

Leyenda:

M: Malo R: Regular B: Bueno

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

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 22 /06 /2020	40557024		950465832
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

Anexo 6: Resumen de procesamiento de casos para la confiabilidad de los instrumentos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		30	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
,904	19

Anexo 7: Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Recesión Económica	,505	19	,000	,445	19	,000
Comportamiento del Consumidor	,376	19	,000	,633	19	,000

Anexo 8: Base de datos

DATO	RECESIÓN ECONÓMICA												TOTAL V1		
	DESEMPLEO			CONSUMO				INVERSIÓN							
	Pregunta 1	Pregunta 2	TOTAL		Pregunta 3	Pregunta 4	TOTAL		Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	TOTAL			
1	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	33	ALTO
2	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	4	4	13	ALTO	29	ALTO
3	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	4	4	11	MEDIO	23	MEDIO
4	3	3	6	MEDIO	3	4	7	MEDIO	4	3	4	11	MEDIO	24	MEDIO
5	3	3	6	MEDIO	3	4	7	MEDIO	3	4	5	12	ALTO	25	MEDIO
6	3	3	6	MEDIO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	28	ALTO
7	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	5	5	4	14	ALTO	31	ALTO
8	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	5	4	14	ALTO	30	ALTO
9	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
10	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
11	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
12	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	3	3	10	MEDIO	29	ALTO
13	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
14	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
15	2	2	4	BAJO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	19	MEDIO
16	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
17	5	4	9	ALTO	3	4	7	MEDIO	3	3	4	10	MEDIO	26	ALTO
18	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
19	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
20	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
21	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
22	4	5	9	ALTO	4	4	8	ALTO	5	5	5	15	ALTO	32	ALTO
23	3	4	7	MEDIO	3	4	7	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	23	MEDIO
24	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	5	5	4	14	ALTO	31	ALTO
25	4	5	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	5	14	ALTO	32	ALTO
26	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
27	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
28	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
29	3	3	6	MEDIO	3	2	5	MEDIO	2	2	3	7	BAJO	18	MEDIO
30	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
31	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
32	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
33	2	2	4	BAJO	1	2	3	BAJO	1	2	2	5	BAJO	12	BAJO
34	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	4	13	ALTO	33	ALTO
35	5	4	9	ALTO	3	4	7	MEDIO	3	3	4	10	MEDIO	26	ALTO
36	3	4	7	MEDIO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
37	3	4	7	MEDIO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	27	ALTO
38	3	4	7	MEDIO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
39	3	4	7	MEDIO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	26	ALTO
40	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
41	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
42	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
43	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	3	3	10	MEDIO	29	ALTO
44	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
45	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
46	2	2	4	BAJO	1	1	2	BAJO	1	1	2	4	BAJO	10	BAJO
47	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
48	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
49	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
50	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
51	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
52	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	28	ALTO
53	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	27	ALTO
54	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
55	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
56	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
57	4	3	7	MEDIO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	31	ALTO
58	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
59	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
60	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
61	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
62	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
63	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
64	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
65	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	21	MEDIO
66	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	5	4	12	ALTO	28	ALTO
67	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
68	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
69	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
70	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO

71	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
72	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
73	3	3	6	MEDIO	4	3	7	MEDIO	4	3	3	10	MEDIO	23	MEDIO
74	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
75	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
76	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
77	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	5	14	ALTO	31	ALTO
78	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	5	14	ALTO	30	ALTO
79	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
80	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
81	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
82	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
83	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	4	4	13	ALTO	29	ALTO
84	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
85	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
86	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
87	3	4	7	MEDIO	4	3	7	MEDIO	4	3	3	10	MEDIO	24	MEDIO
88	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
89	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
90	2	2	4	BAJO	2	2	4	BAJO	2	1	2	5	BAJO	13	BAJO
91	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	5	4	14	ALTO	30	ALTO
92	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
93	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
94	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
95	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
96	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
97	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
98	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
99	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
100	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
101	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
102	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
103	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
104	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
105	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
106	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
107	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
108	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
109	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
110	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
111	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
112	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
113	2	2	4	BAJO	2	2	4	BAJO	2	2	2	6	BAJO	14	BAJO
114	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	33	ALTO
115	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	27	ALTO
116	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
117	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
118	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
119	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
120	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
121	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
122	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
123	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
124	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
125	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
126	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
127	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
128	2	2	4	BAJO	1	1	2	BAJO	2	2	2	6	BAJO	12	BAJO
129	3	4	7	MEDIO	3	3	6	MEDIO	4	4	3	11	MEDIO	24	MEDIO
130	4	3	7	MEDIO	3	4	7	MEDIO	3	3	4	10	MEDIO	24	MEDIO
131	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
132	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
133	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
134	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	4	4	13	ALTO	29	ALTO
135	1	2	3	BAJO	2	2	4	BAJO	2	2	2	6	BAJO	13	BAJO
136	3	4	7	MEDIO	3	4	7	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	23	MEDIO
137	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
138	4	5	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	5	14	ALTO	32	ALTO
139	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
140	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO

141	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
142	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
143	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
144	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	21	MEDIO
145	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	33	ALTO
146	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
147	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
148	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
149	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	4	5	12	ALTO	24	MEDIO
150	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
151	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
152	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
153	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
154	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
155	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
156	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
157	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
158	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
159	2	2	4	BAJO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	19	MEDIO
160	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
161	5	4	9	ALTO	3	4	7	MEDIO	3	3	4	10	MEDIO	26	ALTO
162	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
163	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
164	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	4	4	13	ALTO	29	ALTO
165	4	5	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
166	3	4	7	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	22	MEDIO
167	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
168	4	5	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	5	14	ALTO	32	ALTO
169	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
170	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
171	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	3	3	10	MEDIO	29	ALTO
172	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
173	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
174	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	21	MEDIO
175	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	33	ALTO
176	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	4	4	13	ALTO	29	ALTO
177	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
178	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
179	4	3	7	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	4	3	10	MEDIO	23	MEDIO
180	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
181	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
182	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
183	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
184	2	2	4	BAJO	2	1	3	BAJO	1	1	2	4	BAJO	11	BAJO
185	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
186	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
187	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
188	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
189	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	21	MEDIO
190	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	4	13	ALTO	33	ALTO
191	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
192	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
193	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
194	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	5	13	ALTO	33	ALTO
195	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	27	ALTO
196	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
197	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
198	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
199	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
200	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
201	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
202	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
203	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
204	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
205	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
206	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
207	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
208	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	2	2	3	7	BAJO	19	MEDIO
209	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	4	13	ALTO	33	ALTO
210	5	4	9	ALTO	5	4	9	ALTO	5	5	4	14	ALTO	32	ALTO

211	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
212	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
213	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
214	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	4	4	13	ALTO	29	ALTO
215	4	5	9	ALTO	4	4	8	ALTO	5	5	5	15	ALTO	32	ALTO
216	3	4	7	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	22	MEDIO
217	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
218	4	5	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	5	14	ALTO	32	ALTO
219	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
220	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
221	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
222	3	3	6	MEDIO	3	2	5	MEDIO	2	2	3	7	BAJO	18	MEDIO
223	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
224	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
225	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
226	2	2	4	BAJO	3	3	6	MEDIO	2	3	2	7	BAJO	17	MEDIO
227	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	4	13	ALTO	33	ALTO
228	5	4	9	ALTO	3	4	7	MEDIO	2	3	2	7	BAJO	23	MEDIO
229	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
230	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
231	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
232	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	27	ALTO
233	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
234	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
235	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
236	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	3	3	10	MEDIO	29	ALTO
237	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
238	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	30	ALTO
239	2	2	4	BAJO	3	3	6	MEDIO	2	2	3	7	BAJO	17	MEDIO
240	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	27	ALTO
241	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
242	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
243	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
244	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
245	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	5	5	4	14	ALTO	31	ALTO
246	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
247	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
248	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
249	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
250	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
251	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	5	5	4	14	ALTO	30	ALTO
252	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
253	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
254	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
255	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	5	5	14	ALTO	33	ALTO
256	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
257	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	32	ALTO
258	2	2	4	BAJO	3	3	6	MEDIO	2	3	2	7	BAJO	17	MEDIO
259	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	27	ALTO
260	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
261	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
262	3	3	6	MEDIO	3	4	7	MEDIO	3	2	3	8	MEDIO	21	MEDIO
263	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
264	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
265	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
266	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
267	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
268	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
269	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	5	5	4	14	ALTO	33	ALTO
270	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	5	14	ALTO	31	ALTO
271	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
272	2	2	4	BAJO	3	3	6	MEDIO	2	2	3	7	BAJO	17	MEDIO
273	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	3	4	4	11	MEDIO	27	ALTO
274	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	5	4	4	13	ALTO	33	ALTO
275	5	5	10	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	32	ALTO
276	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
277	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
278	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
279	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
280	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
281	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
282	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
283	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	5	5	4	14	ALTO	33	ALTO
284	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
285	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
286	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
287	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
288	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
289	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
290	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO

291	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
292	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	3	3	10	MEDIO	29	ALTO
293	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
294	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	30	ALTO
295	2	2	4	BAJO	1	1	2	BAJO	3	3	3	9	MEDIO	15	BAJO
296	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
297	5	4	9	ALTO	3	4	7	MEDIO	3	3	4	10	MEDIO	26	ALTO
298	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
299	5	4	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
300	4	4	8	ALTO	3	3	6	MEDIO	3	4	4	11	MEDIO	25	MEDIO
301	4	4	8	ALTO	3	3	6	MEDIO	3	4	4	11	MEDIO	25	MEDIO
302	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	4	4	11	MEDIO	23	MEDIO
303	3	4	7	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	4	4	11	MEDIO	24	MEDIO
304	3	4	7	MEDIO	3	4	7	MEDIO	4	3	4	11	MEDIO	25	MEDIO
305	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
306	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	4	3	3	10	MEDIO	22	MEDIO
307	3	4	7	MEDIO	2	3	5	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	21	MEDIO
308	3	3	6	MEDIO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	28	ALTO
309	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
310	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
311	3	2	5	MEDIO	2	3	5	MEDIO	4	3	3	10	MEDIO	20	MEDIO
312	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
313	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
314	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
315	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
316	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	2	3	2	7	BAJO	19	MEDIO
317	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
318	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
319	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
320	3	2	5	MEDIO	3	3	6	MEDIO	4	3	3	10	MEDIO	21	MEDIO
321	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
322	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
323	1	1	2	BAJO	3	3	6	MEDIO	3	2	3	8	MEDIO	16	BAJO
324	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
325	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
326	4	5	9	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
327	3	4	7	MEDIO	2	2	4	BAJO	3	3	3	9	MEDIO	20	MEDIO
328	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
329	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
330	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
331	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
332	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
333	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
334	3	3	6	MEDIO	1	2	3	BAJO	1	2	1	4	BAJO	13	BAJO
335	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	3	9	MEDIO	21	MEDIO
336	3	3	6	MEDIO	3	3	6	MEDIO	3	3	4	10	MEDIO	22	MEDIO
337	3	3	6	MEDIO	1	2	3	BAJO	1	2	1	4	BAJO	13	BAJO
338	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
339	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO
340	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
341	3	4	7	MEDIO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
342	3	4	7	MEDIO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	27	ALTO
343	3	4	7	MEDIO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	29	ALTO
344	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
345	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
346	4	5	9	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	31	ALTO
347	5	5	10	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	5	12	ALTO	30	ALTO
348	5	5	10	ALTO	4	5	9	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	30	ALTO
349	3	3	6	MEDIO	1	1	2	BAJO	2	2	1	5	BAJO	13	BAJO
350	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	4	12	ALTO	29	ALTO

351	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
352	4	5	9	ALTO	4	4	8	ALTO	3	3	2	8	MEDIO	25	MEDIO
353	3	3	6	MEDIO	2	1	3	BAJO	2	1	2	5	BAJO	14	BAJO
354	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	28	ALTO
355	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
356	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
357	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	5	4	13	ALTO	29	ALTO
358	3	4	7	MEDIO	2	2	4	BAJO	2	3	2	7	BAJO	18	MEDIO
359	3	4	7	MEDIO	3	3	6	MEDIO	4	4	5	13	ALTO	26	ALTO
360	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
361	3	3	6	MEDIO	1	1	2	BAJO	2	1	2	5	BAJO	13	BAJO
362	2	2	4	BAJO	1	1	2	BAJO	3	3	3	9	MEDIO	15	BAJO
363	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
364	4	4	8	ALTO	3	2	5	MEDIO	4	4	4	12	ALTO	25	MEDIO
365	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	28	ALTO
366	4	4	8	ALTO	4	4	8	ALTO	4	3	4	11	MEDIO	27	ALTO
367	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
368	4	4	8	ALTO	5	4	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	30	ALTO
369	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
370	3	3	6	MEDIO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	28	ALTO
371	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
372	4	3	7	MEDIO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	28	ALTO
373	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
374	3	4	7	MEDIO	2	2	4	BAJO	2	1	2	5	BAJO	16	BAJO
375	4	4	8	ALTO	3	3	6	MEDIO	4	3	4	11	MEDIO	25	MEDIO
376	5	4	9	ALTO	4	5	9	ALTO	4	4	5	13	ALTO	31	ALTO
377	4	4	8	ALTO	2	2	4	BAJO	4	4	5	13	ALTO	25	MEDIO
378	5	5	10	ALTO	5	5	10	ALTO	4	4	4	12	ALTO	32	ALTO
379	4	2	2	BAJO	3	3	6	MEDIO	2	2	3	7	BAJO	15	BAJO
380	2	2	4	BAJO	1	2	3	BAJO	2	2	2	6	BAJO	13	BAJO
381	4	5	9	ALTO	5	4	9	ALTO	3	4	5	12	ALTO	30	ALTO
382	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO
383	4	4	8	ALTO	4	5	9	ALTO	4	5	4	13	ALTO	30	ALTO

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR																			
FACTORES PERSONALES					FACTORES SOCIALES					FACTORES PSICOLÓGICOS					TOTAL V2				
Pregunta	Pregunta	Pregunta	Pregunta 1	TOTAL	Pregunta	Pregunta	Pregunta	Pregunta 1	TOTAL	Pregunta	Pregunta	Pregunta	Pregunta 1	TOTAL	TOTAL V2				
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	5	5	4	5	19	ALTO	51	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
4	4	3	3	14	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	3	3	4	14	MEDIO	41	MEDIO
4	4	3	3	14	MEDIO	4	3	3	4	14	MEDIO	4	4	3	3	14	MEDIO	42	MEDIO
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	44	MEDIO
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO
3	4	4	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	51	ALTO
3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	3	14	MEDIO	45	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	45	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	3	4	4	5	16	ALTO	47	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	2	2	9	BAJO	3	3	3	3	12	MEDIO	31	MEDIO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	46	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	3	4	2	13	MEDIO	46	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	48	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	46	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	48	ALTO
4	3	3	3	13	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	40	MEDIO
4	5	5	4	18	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	49	ALTO
4	5	4	5	18	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	49	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	5	3	17	ALTO	5	4	5	5	19	ALTO	53	ALTO
4	5	5	5	19	ALTO	5	4	4	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO
3	2	4	3	12	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	3	2	12	MEDIO	37	MEDIO
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	49	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	53	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	2	2	1	1	6	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	25	BAJO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	50	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	52	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	3	4	2	13	MEDIO	50	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	52	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	50	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	54	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	54	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	53	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	2	2	3	2	9	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	28	BAJO
4	4	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	4	5	4	5	18	ALTO	53	ALTO
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO
4	4	5	5	18	ALTO	4	3	4	4	15	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	48	ALTO
4	5	5	4	18	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	49	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	19	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	49	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	49	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	49	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	4	3	3	3	13	MEDIO	38	MEDIO
4	4	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	53	ALTO
5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO

3	4	4	5	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	48	ALTO
3	4	4	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	48	ALTO
4	3	3	4	14	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	40	MEDIO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
3	4	4	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	51	ALTO
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	54	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	54	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO
4	5	5	5	19	ALTO	5	4	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	52	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO
4	4	3	3	14	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	42	MEDIO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	3	4	4	5	16	ALTO	47	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	2	2	9	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	28	BAJO
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	49	ALTO
5	5	5	4	19	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	52	ALTO
3	4	4	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	49	ALTO
3	4	4	4	15	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	49	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
3	4	4	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	49	ALTO
3	4	4	4	15	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	49	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	48	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	51	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	51	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	2	2	9	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	28	BAJO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	3	3	4	3	13	MEDIO	48	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	52	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	54	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	50	ALTO
5	5	5	4	19	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	53	ALTO
3	4	4	5	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	50	ALTO
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO
4	5	4	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	52	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	52	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	2	2	9	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	28	BAJO
4	4	4	4	16	ALTO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	43	MEDIO
4	4	3	3	14	MEDIO	2	4	2	4	12	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	40	MEDIO
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	5	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	3	4	2	13	MEDIO	45	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	48	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	46	ALTO
3	2	2	2	9	BAJO	2	2	2	3	9	BAJO	3	2	2	2	9	BAJO	27	BAJO
4	3	3	3	13	MEDIO	3	4	4	3	14	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	41	MEDIO
4	5	5	4	18	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	51	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	48	ALTO
3	5	3	5	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	48	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	50	ALTO
3	3	2	2	10	MEDIO	4	4	5	4	17	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	44	MEDIO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	3	3	4	3	13	MEDIO	46	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	48	ALTO

4	5	4	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
5	4	4	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	5	4	5	5	19	ALTO	54	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	44	MEDIO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	47	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	46	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	49	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	49	ALTO	
3	3	2	2	10	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	38	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	46	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	5	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	3	4	4	2	13	MEDIO	45	ALTO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	46	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	48	ALTO	
4	3	4	4	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	45	ALTO	
4	5	5	4	18	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	52	ALTO	
4	3	4	3	14	MEDIO	5	4	3	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	46	ALTO	
4	3	4	3	14	MEDIO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	47	ALTO	
4	3	4	3	14	MEDIO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	43	MEDIO	
4	3	4	3	14	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	42	MEDIO	
4	3	4	3	14	MEDIO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	46	ALTO	
4	3	4	3	14	MEDIO	3	4	4	3	14	MEDIO	3	4	4	5	16	ALTO	44	MEDIO	
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	3	3	11	MEDIO	5	4	5	5	19	ALTO	40	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	5	5	4	18	ALTO	3	3	4	3	13	MEDIO	47	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	5	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	5	5	4	18	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO	
4	4	3	3	14	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	41	MEDIO	
5	5	5	4	19	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	53	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	50	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
2	3	2	2	9	BAJO	2	2	3	2	9	BAJO	2	2	3	2	9	BAJO	27	BAJO	
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO	
4	4	3	3	14	MEDIO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	3	4	4	15	ALTO	41	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	45	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	5	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	3	4	2	13	MEDIO	45	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	3	4	3	13	MEDIO	45	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO	
4	4	3	3	14	MEDIO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	47	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	5	4	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	46	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	46	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	53	ALTO	
3	3	2	2	10	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	5	3	4	5	17	ALTO	40	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	5	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	3	4	2	13	MEDIO	45	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	47	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	45	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	47	ALTO	
4	4	3	3	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	43	MEDIO	

4	5	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	5	4	3	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	49	ALTO	
4	5	4	5	18	ALTO	3	3	3	3	12	MEDIO	3	4	5	3	15	ALTO	45	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	5	3	17	ALTO	5	4	5	5	19	ALTO	53	ALTO	
4	5	5	5	19	ALTO	5	4	4	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO	
3	2	4	3	12	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	3	2	12	MEDIO	37	MEDIO	
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	49	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	3	4	4	5	16	ALTO	47	ALTO	
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	3	3	11	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	34	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	5	5	5	19	ALTO	53	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	5	5	5	19	ALTO	54	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	48	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
3	4	3	4	14	MEDIO	3	3	3	3	4	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	42	MEDIO
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO	
4	5	4	5	18	ALTO	5	4	4	5	18	ALTO	5	5	4	5	19	ALTO	55	ALTO	
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	3	3	11	MEDIO	2	3	2	2	9	BAJO	30	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	5	4	5	5	19	ALTO	4	5	4	5	18	ALTO	54	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	47	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	47	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	4	5	18	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	51	ALTO	
3	3	2	2	10	MEDIO	2	3	3	3	11	MEDIO	4	3	4	4	15	ALTO	36	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO	
3	3	4	3	13	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	40	MEDIO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	47	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	46	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	47	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	49	ALTO	
3	3	2	2	10	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	2	3	2	2	9	BAJO	32	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	47	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	5	18	ALTO	52	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	47	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	5	5	5	19	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	50	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	49	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	49	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	5	5	5	19	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	50	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	49	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	50	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	4	4	17	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	50	ALTO	
2	2	2	2	8	BAJO	1	2	2	2	7	BAJO	2	2	2	2	8	BAJO	23	BAJO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	4	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	48	ALTO	

4	4	4	4	16	ALTO	5	4	5	4	18	ALTO	4	5	4	5	18	ALTO	52	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	5	4	16	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	52	ALTO	
3	3	3	3	12	MEDIO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	5	3	16	ALTO	40	MEDIO	
3	3	3	3	12	MEDIO	3	4	4	3	14	MEDIO	3	4	4	3	14	MEDIO	40	MEDIO	
3	3	3	3	12	MEDIO	2	2	1	1	6	BAJO	4	4	4	4	16	ALTO	34	MEDIO	
3	3	3	3	12	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	39	MEDIO	
4	4	3	3	14	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	42	MEDIO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	3	3	3	13	MEDIO	3	4	4	4	15	ALTO	44	MEDIO	
3	4	4	4	15	ALTO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	4	4	16	ALTO	43	MEDIO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
4	3	3	3	13	MEDIO	1	1	1	1	4	BAJO	4	4	4	3	15	ALTO	32	MEDIO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	48	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	4	5	17	ALTO	4	3	4	3	14	MEDIO	48	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	4	4	4	5	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	5	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	48	ALTO	
3	3	4	4	14	MEDIO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	4	4	16	ALTO	42	MEDIO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
3	3	3	3	12	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	40	MEDIO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	48	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	4	4	5	18	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	51	ALTO	
1	1	2	2	6	BAJO	2	2	2	2	8	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	23	BAJO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	4	5	18	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	50	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	4	5	18	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	54	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	4	4	5	18	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
3	3	3	3	12	MEDIO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	39	MEDIO	
4	5	5	4	18	ALTO	3	3	3	4	13	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	5	5	5	19	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	50	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	4	5	5	5	19	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	50	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
1	2	2	1	6	BAJO	1	1	2	2	6	BAJO	4	4	4	3	15	ALTO	27	BAJO	
3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	3	3	14	MEDIO	4	4	3	3	14	MEDIO	40	MEDIO	
3	4	4	3	14	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	3	4	3	3	13	MEDIO	40	MEDIO	
2	2	1	1	6	BAJO	2	2	1	1	6	BAJO	4	3	4	3	14	MEDIO	26	BAJO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	51	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	54	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	54	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	51	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	53	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	5	5	5	5	20	ALTO	3	4	4	5	16	ALTO	53	ALTO	
2	2	1	1	6	BAJO	2	2	1	1	6	BAJO	2	3	2	2	9	BAJO	21	BAJO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	49	ALTO	
4	4	4	4	16	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	3	4	4	3	14	MEDIO	47	ALTO	
3	4	3	4	14	MEDIO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	39	MEDIO	
2	2	1	1	6	BAJO	2	2	2	2	8	BAJO	2	2	1	1	6	BAJO	20	BAJO	
4	3	3	4	14	MEDIO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	48	ALTO	
3	4	4	4	15	ALTO	4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	48	ALTO	
3	3	3	2	11	MEDIO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	44	MEDIO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
2	1	2	1	6	BAJO	1	1	2	2	6	BAJO	4	4	4	3	15	ALTO	27	BAJO	
2	2	2	2	8	BAJO	2	1	1	2	6	BAJO	2	2	1	1	6	BAJO	20	BAJO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	44	MEDIO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
3	4	4	3	14	MEDIO	4	3	3	3	13	MEDIO	3	4	4	4	15	ALTO	42	MEDIO	
3	3	4	4	14	MEDIO	3	3	3	3	12	MEDIO	4	4	4	4	16	ALTO	42	MEDIO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
3	5	3	5	16	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	3	15	ALTO	46	ALTO	
3	4	4	5	16	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	47	ALTO	
4	4	4	5	17	ALTO	3	4	3	3	13	MEDIO	4	3	4	3	14	MEDIO	44	MEDIO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
2	3	2	3	10	MEDIO	4	3	4	4	15	ALTO	3	4	4	4	15	ALTO	40	MEDIO	
3	3	4	4	14	MEDIO	3	4	4	4	15	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	45	ALTO	
4	5	4	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	4	4	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
4	4	5	4	17	ALTO	4	4	5	3	16	ALTO	4	4	5	4	17	ALTO	50	ALTO	
3	5	4	4	16	ALTO	3	4	3	4	14	MEDIO	4	4	4	3	15	ALTO	45	ALTO	
1	2	2	2	7	BAJO	2	2	2	1	7	BAJO	2	2	2	3	9	BAJO	23	BAJO	
1	2	2	2	7	BAJO	1	1	1	1	4	BAJO	1	1	2	1	5	BAJO	16	BAJO	
4	4	4	5	17	ALTO	4	4	3	4	15	ALTO	4	3	4	4	15	ALTO	47	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	
5	5	5	4	19	ALTO	3	5	5	4	17	ALTO	3	4	5	3	15	ALTO	51	ALTO	