

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN



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

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y LA MOTIVACIÓN
DE LOS ESTUDIANTES EN LAS CLASES VIRTUALES DE LA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN - HUACHO 2021**

PRESENTADO POR

Br. GABRIELA ALEJANDRA SUAREZ MIURA

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

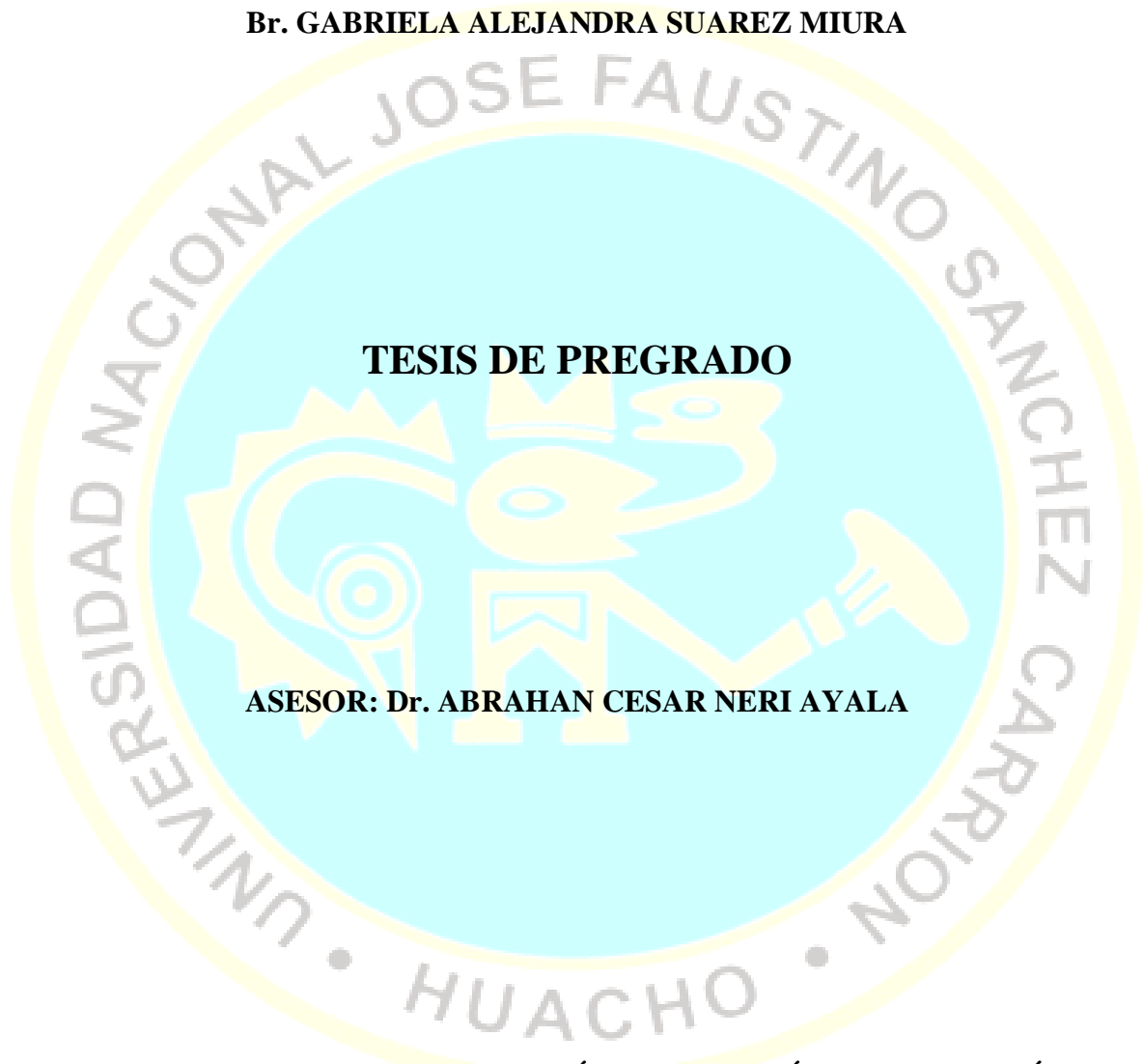
ASESOR

Dr. ABRAHAN CESAR NERI AYALA

HUACHO – 2022

**CALIDAD DE SERVICIO Y LA MOTIVACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS
CLASES VIRTUALES DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN - HUACHO 2021**

Br. GABRIELA ALEJANDRA SUAREZ MIURA



TESIS DE PREGRADO

ASESOR: Dr. ABRAHAN CESAR NERI AYALA

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
HUACHO – PERÚ**

2022

DEDICATORIA

A mis padres quienes me han brindado su apoyo y amor incondicional a lo largo de toda mi vida, especialmente, su apoyo en todas mis decisiones, unas más dementes que otras, siendo estas en algunas ocasiones triunfos y en otros fracasos, y, aun así, me motivan a seguir adelante e intentarlo una vez más.

Gabriela Suárez Miura

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, gracias infinitas a mis padres, Judy y Gustavo, y a mi hermano Angel, por haberme dado fuerza, apoyo y valor para culminar esta etapa de mi vida. Agradezco también, la confianza y el apoyo brindado por parte de mis tías: Carmen y Milagros, que sin duda alguna, en el trayecto de mi vida me han demostrado su cariño y aprecio a mi persona. A mis Abuelos: Justo, Edith y Renee, quienes siempre estaban a mi lado, corrigiendo mis faltas y, sobre todo, celebrando mis triunfos. A mi abuelo Angel que siempre guía mis pasos y lo llevo en mi corazón, presente a diario.

Gabriela Suárez Miura

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN.....	ix
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del problema	2
1.2.1 Problema general.....	2
1.2.2 Problemas específicos	2
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación de la investigación	3
1.5 Delimitaciones del estudio.....	4
1.6 Viabilidad del estudio	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.1 Investigaciones internacionales.....	6
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	8
2.2 Bases teóricas.....	9
2.3 Bases filosóficas.....	14
2.4 Definición de términos básicos.....	15
2.5 Hipótesis de investigación	17
2.5.1 Hipótesis general	17
2.5.2 Hipótesis específicas	17
2.6 Operacionalización de las variables.....	18

CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	20
3.1 Diseño metodológico	20
3.2 Población y muestra.....	21
3.2.1 Población.....	21
3.2.2 Muestra.....	21
3.3 Técnicas de recolección de datos	22
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información.....	23
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	26
4.1 Análisis de resultados	26
4.2 Contratación de hipótesis	50
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN.....	60
5.1 Discusión.....	60
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
6.1 Conclusiones.....	62
6.2 Recomendaciones	63
REFERENCIAS.....	65
7.1 Fuentes documentales	65
7.2 Fuentes bibliográficas	65
7.3 Fuentes hemerográficas	67
7.4 Fuentes electrónicas.....	67
ANEXOS.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Sexo del encuestado	26
Tabla 2	Edad del encuestado	27
Tabla 3	Estado civil del encuestado	28
Tabla 4	Ingresos del encuestado.....	29
Tabla 5	Calidad de servicio	30
Tabla 6	Empatía.....	31
Tabla 7	Confiabilidad.....	32
Tabla 8	Aseguramiento.....	33
Tabla 9	Tangible.....	34
Tabla 10	Motivación.....	35
Tabla 11	Necesidades físicas o fisiológicas	36
Tabla 12	Seguridad.....	37
Tabla 13	Afiliación.....	38
Tabla 14	Reconocimiento.....	39
Tabla 15	Autorrealización	40
Tabla 16	Calidad de servicio vs motivación.....	41
Tabla 17	Sexo del encuestado vs Motivación	42
Tabla 18	Edad del encuestado vs Motivación	43
Tabla 19	Estado civil del encuestado vs Motivación	44
Tabla 20	Empatía vs Motivación.....	45
Tabla 21	Confiabilidad vs Motivación	46
Tabla 22	Aseguramiento vs Motivación.....	47
Tabla 23	Tangible vs Motivación.....	48
Tabla 24	Resultado de supuesto de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	49
Tabla 25	Correlacional entre Calidad de servicio y Motivación	50
Tabla 26	Correlacional entre Empatía y Motivación.....	52
Tabla 27	Correlacional entre Confiabilidad y Motivación	54
Tabla 28	Correlacional entre Aseguramiento y Motivación	56
Tabla 29	Correlacional entre Tangible y Motivación.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sexo del encuestado	26
Figura 2. Edad del encuestado.....	27
Figura 3. Estado civil del encuestado	28
Figura 4. Ingresos mensuales del encuestado.....	29
Figura 5. Calidad de servicio.....	30
Figura 6. Empatía	31
Figura 7. Confiabilidad.....	32
Figura 8. Aseguramiento	33
Figura 9. Tangible.....	34
Figura 10. Motivación	35
Figura 11. Necesidades físicas o fisiológicas	36
Figura 12. Seguridad.....	37
Figura 13. Afiliación.....	38
Figura 14. Reconocimiento.....	39
Figura 15. Autorrealización.....	40
Figura 16. Calidad de servicio vs Motivación.....	41
Figura 17. Sexo del encuestado vs Motivación	42
Figura 18. Edad del encuestado vs Motivación.....	43
Figura 19. Estado civil del encuestado vs Motivación.....	44
Figura 20. Empatía vs Motivación	45
Figura 21. Confiabilidad vs Motivación.....	46
Figura 22. Aseguramiento vs Motivación	47
Figura 23. Tangible vs Motivación.....	48
Figura 24. Correlación entre calidad de servicio y motivación.....	51
Figura 25. Correlación entre empatía y motivación	53
Figura 26. Correlación entre confiabilidad y motivación.....	55
Figura 27. Correlación entre aseguramiento y motivación.....	57
Figura 28. Correlación entre tangible y motivación.....	59

RESUMEN

El siguiente estudio se denomina “Calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021”, que tiene como propósito evidenciar el nivel de asociación entre la calidad de servicio y la motivación en las clases virtuales de los estudiantes de la escuela de Administración. La tesis es cualitativa a un nivel correlacional y de diseño no experimental. Además, se tuvo una población de 600 alumnos de la escuela de Administración. Consecuentemente, para obtener la data, se tomó en cuenta las dimensiones e indicadores de las variables en cuestión aplicando un cuestionario de 29 ítems. La muestra fue de 234 alumnos de dicha escuela, seleccionados de manera aleatoria.

El instrumento se validó con 3 expertos de quienes se obtuvo el resultado de 0,84. Asimismo, se validó la confiabilidad del mismo utilizando el alfa de CronBach que nos indicó 0,740.

Por último, el nivel de significancia entre las variables nos dio como resultado 0,00. Por consiguiente, la calidad de servicio tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración, Huacho 2021. Además, el coeficiente de Rho de Spearman nos da como resultado 0,748, lo cual evidencia una correlación positiva-moderada, de lo que se deduce que, los docentes de la institución están motivando de una manera adecuada a los alumnos que estudian la carrera de administración

Palabras claves: calidad de servicio, motivación.

ABSTRACT

The following study is called "Quality of service and the motivation of the students in the virtual classes of the administration school of the José Faustino Sánchez Carrión National University - Huacho 2021", whose purpose is to demonstrate the level of association between the quality of service and motivation in the virtual classes of the students of the School of Administration. The thesis is qualitative at a correlational level and non-experimental design. In addition, there was a population of 600 students from the School of Administration. Consequently, to obtain the data, the dimensions and indicators of the variables in question were taken into account by applying a 29-item questionnaire. The sample consisted of 234 students from said school, selected randomly.

The instrument was validated with 3 experts from whom the result of 0.84 was obtained. Likewise, the reliability was validated using the CronBach alpha that allows us 0.740.

Finally, the level of significance between the variables gave us a result of 0.00. Therefore, the quality of service has a significant relationship with the motivation of the Administration students in the virtual classes, Huacho 2021. In addition, the Spearman's Rho coefficient gives us a result of 0.748, which shows a confirmation positive -moderate, from which it can be deduced that the teachers of the institution are adequately motivating the students who study the administration career

Keywords: Quality service and motivation.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Calidad de servicio y la Motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021”, tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2021.

Ahora bien, la motivación es un factor determinante para que los colaboradores puedan reeditar con una excelente calidad de servicio. En este estudio se presenta las distintas acepciones de calidad de servicio y sus dimensiones, tales como: empatía, confiabilidad, aseguramiento y lo tangible con aportes de diversos autores. Del mismo modo, explicamos la motivación, teniendo en cuenta las necesidades básicas o fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización por parte de los estudiantes de la escuela de Administración. Asimismo, es necesario resaltar que, en esta presente investigación, se siguieron los siguientes lineamientos:

Capítulo I, se presenta la realidad problemática, formulación del problema y los objetivos de la investigación, siendo ellos, general y específico. En el capítulo II, se establecen los antecedentes de la investigación, definición de conceptos y se postula las hipótesis general y específica. Capítulo III, aquí se detalla el diseño metodológico, el enfoque y tipo de la investigación, población y muestra, así como también, se indica y explica la técnica de recolección de datos y procesamiento de la información. En el capítulo IV, se muestra los resultados de la encuesta mediante tablas y figuras con sus respectivas interpretaciones. Seguidamente del capítulo V, en donde se encuentra la discusión, conclusión y recomendaciones de la presente investigación. Y por último, el capítulo VI, contiene las referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Actualmente, se viven momentos difíciles a nivel mundial, tales así que, estamos enfrentando nuevos retos a los que quizás, no estábamos preparados o simplemente, no pensamos que llegarían tan pronto. Sin duda alguna, uno de los aspectos en los que más ha afectado a la gran mayoría de países subdesarrollados a causa del Covid-19, es la educación, después de la salud y la economía.

Nuestro país no fue la excepción, estábamos tan acostumbrados a asistir a clases presenciales y, por ende, muchos docentes, también se encontraban muy compenetrados dictando clases dentro de un salón y con alumnos intercambiando ideas o realizando actividades.

Por su parte, Barrios (2020) en el diario El Peruano nos informa que, la educación remota existe formalmente hace más de 10 décadas, y en muchos de los países del primer mundo, con el fin de asegurar la accesibilidad a la educación, se basan de la tecnología vigente, después de experimentar con medios como la televisión y la radio. En la actualidad, con los sucesos acontecidos que devengaron de la propagación del virus COVID-19, muchos países a nivel mundial, han optado por impartir las clases virtuales, asegurando que, la vida debe continuar, ambientada a nuevos contextos, a fin de conservar los planes familiares, desarrollo personal y profesional, y no llegar a un estancamiento social.

En efecto, si ya era todo un desafío ofrecer una adecuada calidad de servicio por parte de las instituciones educativas en general, ahora con mayor razón se debe hacer hincapié en ello, hacer que los estudiantes se sientan satisfechos de esta nueva modalidad de educación a distancia, y que sean ellos mismos quienes generen una buena propaganda de su centro educativo acerca de la calidad de servicio que se les brinda en estos tiempos de pandemia.

Asimismo, es importante recordar que, la calidad está inmersa dentro de los servicios, esto, ligada a lo percibido, a lo subjetivo y se expresa como el juicio del usuario sobre la excelencia de un producto.

Ahora bien, no es una novedad que, ofrecer una buena calidad de servicio por parte de una empresa y/o institución, influye de manera positiva, generando motivación, interés y satisfacción en las personas que lo perciben, y, sobre todo, genera fidelidad con el servicio que se les ofrece. En este aspecto, Gómez (2013) en la página web ACV El confidencial, hace referencia a la motivación como un estado emocional que permite dirigir y mantener la conducta del sujeto hacia objetivos concretos; es el estímulo que mueve a un ser humano a ejecutar acciones predispuestas y perdurar en dichas acciones. Además, de ser el impulso y la fuerza que guía las acciones, pues da origen a lo que llamamos comportamiento.

En la presente investigación, se mencionará a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, la cual es una de las de las más grandes a nivel Lima provincias, caracterizada por su gran número de alumnos, y docentes que asisten y laboran en ella, y también, por el número pronunciado de carreras profesionales con las que cuenta. Sin embargo, en la escuela de Administración, no todos los estudiantes perciben que el servicio brindado sea el adecuado, ya que no toda la plana docente domina los medios digitales y la metodología para enseñar a distancia. Además, se menciona también que, se encuentran con docentes que no cabe duda, son muy buenos dentro del área que desarrollan, pero lamentablemente, para algunos de ellos, la edad es un factor determinante, la cual no les permite disertar de manera amena y/o dinámica el curso, generando en los alumnos desinterés, desmotivación y aburrimiento.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la empatía y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?
- ¿Cuál es la relación entre la confiabilidad y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?

- ¿Cuál es la relación entre el aseguramiento y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?
- ¿Cuál es la relación entre lo tangible y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la empatía y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.
- Determinar la relación entre la confiabilidad y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.
- Determinar la relación entre el aseguramiento y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.
- Determinar la relación entre lo tangible y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

Se propone encontrar explicaciones a situaciones internas (desinterés, desmotivación y aburrimiento, entre otros, por parte de los estudiantes) y del entorno (profesores poco capacitados con una metodología de enseñanza ortodoxa), que impiden brindar un servicio educativo de calidad en la escuela de Administración de la UNJFSC. Además,

es necesario resaltar que, son los docentes quienes, con su desempeño, dan prestigio a la Universidad.

1.4.2 Justificación práctica

Investigamos este contexto debido a una brecha de calidad educativa a distancia por parte de los docentes que es menester el mejorar, y buscar que ello, genere motivación en los alumnos de la escuela de Administración de la UNJFSC.

1.4.3 Justificación social

El desarrollo y presentación de esta investigación buscará el beneficio de la comunidad de estudiantes de la escuela de Administración presente y futuras. Asimismo, será de ayuda a los docentes, para que éstos mejoren sus metodologías de enseñanza, con la finalidad que causen motivación e interés en los alumnos.

1.5 Delimitaciones del estudio

1.5.1 Delimitación espacial

El estudio se realizó en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, ubicada en la Av. Mercedes Indacochea N° 609, distrito de Huacho, provincia de Huaura, departamento de Lima.

1.5.2 Delimitación temporal

El horizonte temporal de 4 meses, desde el 8 de marzo hasta el 02 de julio del año 2021. Cabe resaltar, que fue necesario empatizar con la población de estudio para recopilar con mayor facilidad los datos requeridos y, asimismo, recibir sus recomendaciones.

1.5.3 Delimitación teórica

El desarrollo e interpretación de las variables, así como el resultado de las mismas, se ceñirá estrictamente a los estándares de calidad la American Psychological Association (APA), según formatos vigente de rigurosa exigencia cualitativa.

1.5.4 Delimitación Social:

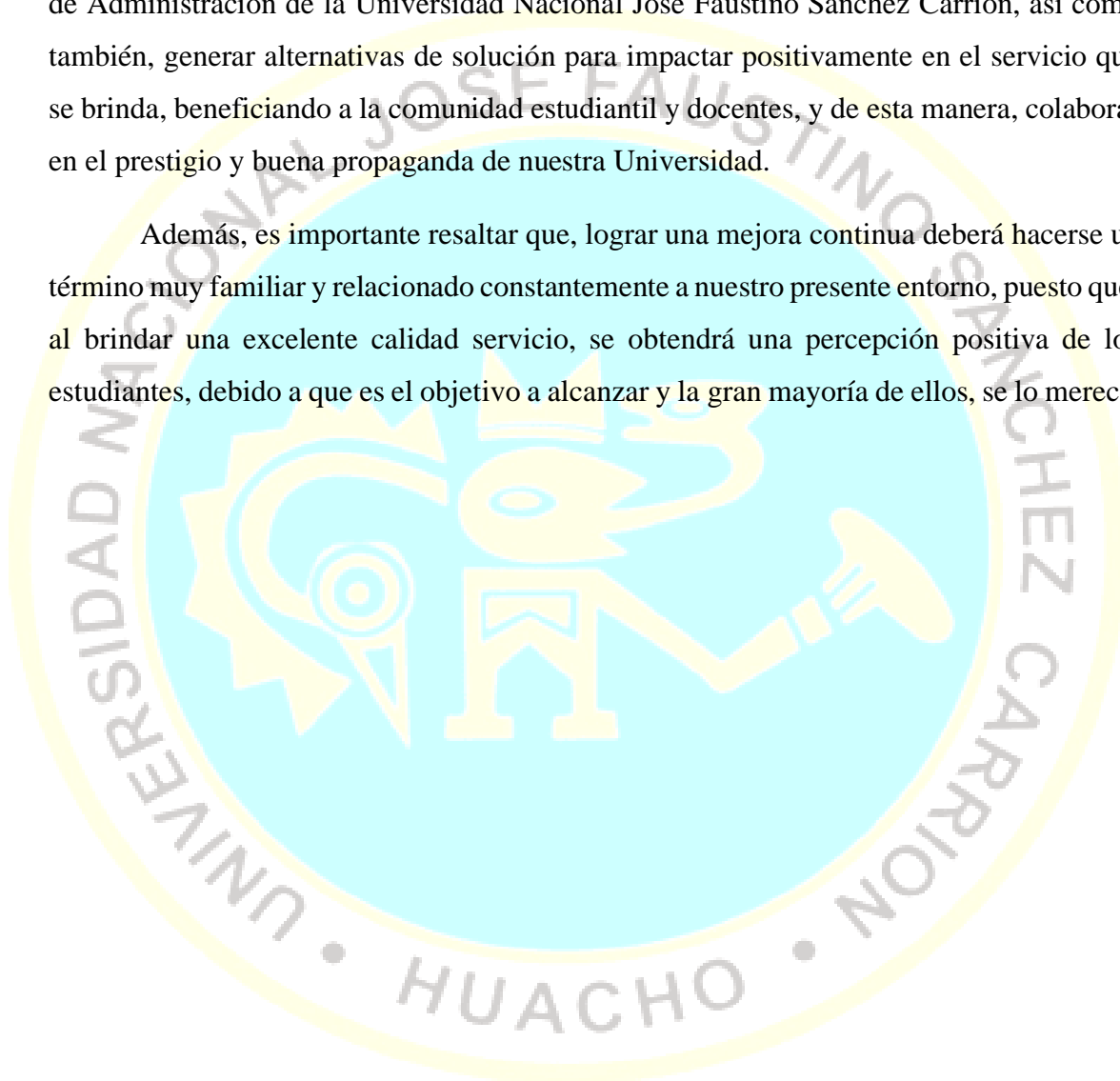
La investigación se llevó a cabo en la UNJFSC en mención y, principalmente, se tomó en cuenta la percepción de los alumnos de la escuela de Administración de dicha institución.

1.6 Viabilidad del estudio

Emplearemos la encuesta a través del cuestionario como técnica para recopilar los datos y se interpretarán en el software SPSS V.26 y para la representación en gráficos se usará tanto SPSS V.26 y Power Point.

Con respecto al tema de estudio, se tiene por finalidad conocer la relación entre la Calidad de Servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, así como también, generar alternativas de solución para impactar positivamente en el servicio que se brinda, beneficiando a la comunidad estudiantil y docentes, y de esta manera, colaborar en el prestigio y buena propaganda de nuestra Universidad.

Además, es importante resaltar que, lograr una mejora continua deberá hacerse un término muy familiar y relacionado constantemente a nuestro presente entorno, puesto que, al brindar una excelente calidad servicio, se obtendrá una percepción positiva de los estudiantes, debido a que es el objetivo a alcanzar y la gran mayoría de ellos, se lo merece.



CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

López (2018), realiza una tesis de maestría llamada *“Calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”*, avalado por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tiene como propósito de hallar el grado de asociación entre la variable Calidad de servicio y la variable Satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La investigación tiene un enfoque mixto y es descriptiva en su nivel. Se empleó la encuesta como técnica a través del cuestionario, siendo aplicada a 365 comensales. Los resultados de la tesis demuestran que sí existe relación entre ambas variables de manera positiva y directamente proporcional, puesto que, si la primera aumenta, la segunda también y viceversa.

Cadena (2019). Autor de la tesis denominada *“La motivación y su relación con el desempeño laboral en la empresa Envatub S. A de la provincia de Pichincha”*, respaldada por la Pontífica Universidad de Ecuador, tiene como propósito principal, analizar el grado de asociación de las variables motivacion y desempeño laboral en la empresa Envatub S.A. de la provincia de Pichincha. La tesis es cuantitativa y no experimental en su diseño y el nivel es descriptivo correlacional. La muestra la conformaron 50 trabajadores de la empresa. Por último, las conclusiones del estudio demuestran que sí existe una relacion entre las variables.

Sum (2015) presenta su investigación llamada *“Motivación y desempeño laboral”*, apoyada por la Universidad Rafael Landívar, que tiene como finalidad, determinar si la motivacion impacta significativamente en el desempeño laboral de los trabajadores del área administrativa de la empresa de alimentos de la zona 1 de la ciudad de Quetzaltenango. La investigacion es descriptiva en su nivel y tuvo como muestra a 34 colaboradores administrativos. La información se recopiló a través de una prueba de psicometría para determinar el nivel de motivación de los colaboradores; y por medio de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario con una escala de liker para medir el grado de desempeño laboral. Como resultado del estudio, se demuestra que sí existe una relación entre las variables.

Olvera (2013). Nos presenta la investigación titulada “*Estudio de la motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani Obras y Proyectos*”, avalada por la Universidad de Guayaquil, tiene de propósito, establecer los factores motivacionales que influyen en el desempeño de los colaboradores del área comercial de la compañía en mención. Esta investigación presenta un enfoque mixto, no experimental y a un nivel correlacional. La muestra la integran 38 colaboradores. La técnica utilizada fue la encuesta a través de un cuestionario. Finalmente, las conclusiones demuestran que el trabajo en equipo, el salario y la seguridad e higiene, son los factores motivacionales extrínsecos que más impactan en los colaboradores; mientras que, el factor intrínseco que más impactó en los colaboradores fue el reconocimiento.

Lagos (2015). Nos presenta la la investigación llamada “*La motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional en empresas Copelec*”, respaldada por la Universidad del Bío – Bío que tiene de propósito determinar las posibles circunstancias positivas o negativas que pudiera atravesar un colaborador. La investigación es cualitativa, el diseño es no experimental y tuvo como muestra a 75 trabajadores. Las técnicas a emplear fueron la observación directa, las entrevistas de profundidad y la encuesta a través de cuestionarios con preguntas abiertas. Algunas de las conclusiones que nos presenta el investigador son:

- Adecuada organización: Es fundamental fijar las posiciones dentro de la empresa y determinar sus respectivas labores con grupos de trabajo eficaces, es decir, organizar actividades, trabajos, colaboradores, instaurando objetivos que motiven a los trabajadores a conseguirlos, y así mismo, buscar y lograr que todos ellos, comprendan su papel y valor en la organización.
- Integración de los colaboradores: El talento humano es fundamental para todas las empresas, es por lo que, se debe desarrollar en dos ámbitos: debe procurarse el contar con el personal más apto para realizar las labores y también, el desarrollo de los mismos dentro de la organización. Además, es primordial que los colaboradores tengan a su alcance la tecnología, herramientas y conocimiento para desenvolverse eficazmente de la mano con salarios adecuados. Asimismo, es importante fijar una metodología de trabajo en equipo, motivándolos a su

participación continua; puesto que, de lo contrario causará que estos se sientan excluidos.

- Promoción de un adecuado clima laboral: Si el clima laboral dentro de una institución y/o empresa es positivo, éste alienta a los colaboradores perfeccionar su desempeño laboral e incluso, a crecer más allá de las expectativas del trabajo, contribuyendo a su vez, a un mejor rendimiento de la organización.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Medina (2017). Nos presenta la tesis de maestría denominada “*Calidad de servicio administrativo y el Nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, periodo 2015*”, que tiene como propósito, establecer cómo se relacionan la Calidad del servicio administrativo y el Nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a la UNJFSC, en el año 2015. El enfoque es cualitativo y de nivel correlacional. Además, 366 personas conforman la muestra, a quienes se les aplicó la encuesta como técnica, y la herramienta, el cuestionario. Concluyendo que, ambas variables, se relacionan de manera positiva y moderada.

Cubas (2016). Nos presenta la tesis de licenciatura titulada “*La motivación y su influencia en el rendimiento laboral del personal en la I.E ADEU Deportivo SAC - Chiclayo*”, avalada por la Universidad Señor de Sipán, tiene como fin, investigar de qué manera la motivación influye en el desempeño laboral del personal en la institución educativa en mención. La tesis es de nivel correlacional y el diseño es no experimental. Así mismo, tuvo como muestra a 16 empleados de la institución en mención. Por último, el autor concluye que, existe una relación débil positiva entre el nivel de motivación y el rendimiento de los colaboradores que laboran la institución ADEU Deportivo S.A.C.

Gonzales (2017). Nos presenta la tesis de licenciatura denominada “*Calidad de Servicio y Satisfacción de los estudiantes usuarios con la atención administrativa en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, UNA – PUNO 2017*”, apoyada por la Universidad Nacional del Altiplano, tiene como propósito principal, determinar el grado de asociación entre la calidad de atención y la satisfacción de los estudiantes usuarios de los servicios administrativos de la Facultad Ciencias Contables y Administrativas. El enfoque de la investigación es cuantitativo, descriptivo-correlacional y no experimental, teniendo como muestra a 157 estudiantes de dicha

universidad. Los datos obtenidos por medio de una encuesta, concluyen que, ambas variables se relacionan de manera directamente proporcional.

Risco (2020). En su reciente investigación de maestría titulada “*Motivación del personal y calidad del servicio al usuario en el Municipio de la Provincia de Tumbes, 2019*”, avalada por la Universidad Cesar Vallejo, tuvo como propósito establecer cómo se relacionan la motivación del personal y la calidad del servicio al usuario del Municipio de la Provincia de Tumbes en el año 2019. La tesis es descriptiva-correlacional y de diseño no experimental. Asimismo, consideró una muestra de un total de 61 colaboradores municipales de la comuna en mención. La conclusión de la investigación es que existe una relación entre ambas variables.

Gil (2019). En su tesis de licenciatura denominada “*La motivación y su relación con la calidad de servicio que brindan los colaboradores de la red de salud – Utcubamba, 2017*”, aprobada por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez Mendoza, tiene como fin primordial, definir el nivel de motivación en relación con la calidad del servicio que brindan los colaboradores de la Red de Salud – Utcubamba, en el año 2017. La tesis es descriptiva a un nivel correlacional y presenta un diseño no experimental. Además, tiene como muestra a 157 colaboradores. Por último, el autor concluye que, se brinda un servicio regular a los clientes de la red de salud Utcubamba, ya que los colaboradores no se encuentran debidamente motivados.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Calidad de servicio

a) Definiciones

Existen diversas definiciones acerca de Calidad de Servicio, y es necesario mencionar que, algunos autores definen Calidad y Servicio de manera independiente. Por un lado, para Crosby, citado por Duque (2005), calidad es la concordancia con lo requerido; esto último debe estar expresamente establecido para evitar inconvenientes. Asimismo, aquello debe ser evaluado constantemente para precisar la conformidad con lo ya requerido. No existiría la calidad, al no encontrarse concordancia.

Imai en el año 1998, hace referencia a la calidad, no simplemente como el resultado de un producto o servicio, sino, además, al proceso en sí mismo. Es

necesario mencionar que, la calidad se presenta en todo el transcurso de las tareas de la organización, desde la adquisición de los insumos, pasando por la venta, hasta el mantenimiento de los servicios o productos.

Asimismo, tenemos diversas definiciones, como la de Drucker en 1990 que, nos dice que la calidad se define por lo que un consumidor pueda pagar, según el beneficio experimentado, y mas no por el contenido del mismo.

Por otro lado, Kotler (1997), nos habla de servicio y manifiesta que, este es cualquier labor o trabajo que un individuo y/o organización ofrece, siendo mayormente abstracto. Pues, cabe resaltar que, su elaboración no necesariamente esta relacionada con un producto físico.

Ahora bien, teniendo la definición específica y clara acerca de Calidad y Servicio, mencionaremos algunas definiciones de autores sobre Calidad de Servicio, como término compuesto:

Considerado como un instrumento competitivo que exige la colaboración de todos para dar un seguimiento de evaluación y mejoramiento continuo, así como también, el hecho de contar con una cultura organizativa. Todo ello, nos permitirá fidelizar a los consumidores y mejorar nuestra competitividad. (Hernández, Chumaceiro, & Atencio, 2009, pp 458 – 472)

Por su parte, Gronroos (1994), sostiene que, la evaluación de la calidad de servicio recibida, recae sobre la opinión paralela de lo que se obtiene con lo que se esperaba.

También, Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985), se refiere a la “dirección y divergencia que existe entre la percepción del consumidor y sus expectativas, pues, ello, regirá el comportamiento futuro de los clientes que puede ser de lealtad o rechazo” (pp.41-50).

De forma similar, Pizzo en el año 2012 comenta que, la calidad de servicio es una de las buenas prácticas empleadas por una empresa y/o institución para comprender los requerimientos y perspectivas de sus consumidores, y brindarles, un servicio oportuno, asequible, adaptable, y sobre todo, confiable, incluso, en circunstancias imprevistas, para que los clientes se sientan entendidos y servidos con dedicación.

Deducimos, relacionando ambas definiciones con la presente investigación, podemos agregar que, las instituciones educativas, mediante el desempeño académico de los docentes, deberían satisfacer las necesidades de los estudiantes que se perciben como clientes primarios, y teniendo en cuenta a su vez, a los padres de familia y la comunidad que actúan como clientes secundarios y terciarios, respectivamente.

b) Dimensiones

1. Empatía

En el año 2000 Morgade nos comenta que, la empatía es el motor de una acción eficaz, así como del adecuado uso de la inteligencia emocional con los demás según la situación que se atravesase o contexto en el que un individuo se encuentre.

Mestre & Samper (1997) manifiesta que, “el nivel más alto o más bajo de una experiencia afectiva que los individuos tienen frente a una situación concreta, depende únicamente de la empatía situacional o de estado” (p.193).

“Permite introducirse en el mundo de los demás sin la necesidad de sistematizar o de llegar a conclusiones deductivas, pues, se trata de un mecanismo (inconsciente) y de simulación motriz” (Lopez, Aran, & Richaud 2014, p. 40).

2. Confiabilidad

El concepto de confiabilidad abarca muchos aspectos, en el campo laboral, Castillo en el año 2010, define este término como la destreza de ejecutar el servicio ofrecido, tal cual se ha estipulado.

También, se considera el efectuar el servicio de un modo oportuno y fiable; Es decir, confiabilidad es que la empresa y/o organización ejecute sus ofrecimientos sobre despacho, provisión del servicio, reparación de perjuicios y la determinación de precios (Parasuraman, Zeithaml, & Berry 2009).

Por su parte, Pacheco (2016) resalta que, la confiabilidad se expresa como la facultad que posee un producto o servicio de aprovisionar distintas fases de rendimiento cumplido, sin que se generen defectos o errores durante su uso.

En términos cualitativos, aquello responde al éxito o ausencia de rendimiento, pues, la falta de confiabilidad debilita el valor o la utilidad de un bien o servicio.

3. Aseguramiento

Se emplea el término aseguramiento en la mayoría de contextos. Entonces, para la ISO 9001:2005, el aseguramiento es contextualizado en la gestión de la calidad, suscitando un patrón que decreta una serie de condiciones al sistema de calidad, apartando los procesos y labores que se ejecutan en la empresa y/o institución.

Por su parte, Quiroa (2020) se refiere que, el aseguramiento de la calidad (de manera general) se puede concepcionar como la agrupación de acciones que toman las organizaciones con el fin de dar a los usuarios, bienes y servicios con el nivel de calidad esperada.

4. Tangible

En este sentido, se toma en cuenta el aspecto físico, ya sea de instalaciones, el equipo a utilizar, el personal, infraestructura e instrumentos de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas.

Ahora bien, es habitual que, en las organizaciones se muestren elementos tangibles con el objetivo de mejorar la imagen de la compañía. Sin embargo, las instituciones que no les dan importancia a dichos elementos dentro de sus estrategias de negocios, pueden dirigir sus esfuerzos a mejorar la calidad del servicio (Zeithaml & Bitner, 2001).

2.2.2 Motivación

a) Definiciones

Según Chiavenato & Villamizar (1979) la interacción entre un individuo y su entorno y contexto que lo rodea es el resultado de lo que se define como motivación.

Mientras que, para Dalton, Hoyle & Watts (2007) es el estímulo emocional que hace actuar a las personas frente a una circunstancia, las direcciona y además, define el comportamiento de las mismas por un tiempo determinado.

Maslow (1945) por su parte, planteó cinco principales necesidades humanas, y claro que, todas no pueden ser satisfechas en la misma intensidad. Fundamentó además que, cada individuo se ubica un ordenamiento particular de estas. Pues, aquellas son una jerarquía de necesidades que van desde las primarias a las secundarias, ubicadas en una pirámide.

Asimismo, cabe resaltar que, la motivación incluye diversos factores que, en algunos casos, aquello es lo que hace que las personas funcionen.

Sin lugar a dudas, la motivación se encuentra inherente en casi todo momento y en cualquier contexto, tales así que, ésta puede definir el comportamiento y conducta de un individuo. Por esa razón, en muchas ocasiones, la motivación se considera como el motor del aprendizaje, siendo aquello indispensable en el desarrollo del proceso. De hecho, para Ospina (2006), la motivación es uno de los aspectos más resaltantes para un adecuado aprendizaje, puesto que, si aquella no existe, los estudiantes difícilmente aprenden.

b) Dimensiones

1) Necesidades básicas o fisiológicas

Estas están relacionadas con la alimentación, sed, aire, sueño, sexo y otras necesidades relacionadas al cuidado del mismo individuo como el hecho de permanecer bajo una temperatura agradable para sentirse cómodo. Pues, básicamente estas necesidades ubicadas en el primer lugar y base de la pirámide, están relacionadas a la sobrevivencia básica que un ser humano requiere.

2) Seguridad

Estas se ubican en segundo lugar de la pirámide y abarcan lo económico, laboral, material y, además, se muestran como contraria al daño físico y emocional. Puesto que, todo lo anterior mencionado, le permite a un ser humano sentirse a salvo en su entorno.

3) Afiliación

Estas están ligadas al sentido de pertenencia, aceptación frente a los demás y de involucrarse emocionalmente. Se ubican en el tercer rango de jerarquía, de

las cuales podemos mencionar concretamente: el afecto, la aceptación y la amistad.

4) Reconocimiento

Denominado también status, considerando factores internos de estimación al respeto a uno mismo, independencia personal, obtención de logros, y reconocimiento y atención por parte de los que lo rodean, estos dos últimos son considerados factores externos. Pues, todo lo anterior mencionado, se ubica en el cuarto lugar de la pirámide.

5) Autorrealización

Es el quinto y más alto rango dentro de la pirámide que, dicho sea de paso, se puede llegar a este nivel, solo si todas las demás necesidades han sido suficientemente alcanzadas. Aquí, se representa el impulso que tiene una persona de poder ser y hacer todo lo que desee, comprendiendo el desarrollo personal, realización del propio potencial y la autorrealización, entendido de otro modo, explotar al máximo el talento que se posee. Este nivel se puede ver reflejado también en el impulso a la competencia.

2.3 Bases filosóficas

a) Calidad de servicio

Este concepto está inmerso en la gran mayoría de actividades que un ser humano realiza, y en consecuente, existen innumerables autores que la han definido y conceptualizado de manera distinta, siendo estos: Crosby, Stewart, Ishikawa, Taguchi, entre otros. Por lo que, en este estudio resaltaremos a los autores de Un modelo conceptual de la calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura (A conceptual model of service quality and Its implications for future research) Parasuraman, Zeithaml & Berry. Parasuraman, A. profesor de la escuela de negocios de la Universidad de Miami, y conocido mayormente por plantear el modelo SERVQUAL en colaboración de coautores, dicho modelo, plantea entender los elementos que definen las percepciones de los mercados y ello, signifique la diferencia entre las compañías, partiendo desde su atención al cliente. Zeithaml, Valerie A. notable en el área de marketing de servicios y calidad de servicio, así como también plantea, aporta y apoya el modelo SERVQUAL. Por su parte, Berry, Leonard L. reconocido profesor de Marketing en la Universidad de

Texas A&M, quien además acuñó el término “Marketing Relacional”, que resalta la necesidad de las organizaciones de conservar (en lugar de solo ganar) clientes.

b) Motivación

No es novedad que, la motivación es un tema de estudio relevante y en consecuencia, es un término debatido por distintos autores como lo son: Mc Clelland, Herzberg, McGregor, entre otros. En el presente trabajo, nos apoyamos en la definición y descripción que nos plantea Abraham Maslow con su pirámide de jerarquía de las necesidades humanas.

Abraham Harold Maslow de nacionalidad estadounidense y reconocido a nivel mundial, es uno de los creadores y exponentes de la psicología humanista, corriente que habla y detalla de la existencia de la humanidad basada en la salud mental.

Asimismo, es necesario mencionar que, la investigación y desarrollo teórico más conocido del autor en mención es la pirámide de las necesidades, modelo que establece un rango de necesidades humanas, en donde satisfacer las necesidades de primer nivel, da lugar y crea interés en llegar a satisfacer las necesidades más altas, hasta llegar a la cúspide de la pirámide. Pues, un principio resaltante de esta teoría, es que, las necesidades que nacen con el individuo, son las que se ubican en la parte baja y más ancha de la pirámide, mientras que, el resto, surgen una vez que aquellas necesidades (de primer nivel) ya han sido satisfechas. Ahora bien, según Maslow, se originará una alteración en la conducta de un individuo, si las necesidades no son satisfechas según el orden en que él las establece.

2.4 Definición de términos básicos

1) Calidad

Según Kotler & Armstrong (2013) se relaciona con el valor y la satisfacción del usuario.

De modo similar, se puede acotar que, el concepto de calidad, debería significar cero defectos, implicar mejora continua, y una detallada atención en el consumidor, ya que, cada cliente está en la capacidad de definir “calidad” según el contexto y momento en el que atraviesa.

En adicción, calidad se refiere al conjunto de propiedades que posee una cosa u objeto que le permite ser valorada y distinguida de lo demás. Usualmente, es un término que aplica de modo abstracto, puesto que, también puede emplearse al referirse a un servicio percibido.

2) Servicio

Se considera el producto de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. En este sentido, los servicios se refieren a un hecho o un esfuerzo que, en su mayoría, se obtiene en forma abstracta, tácita (Lamb, Hair , & McDaniel, 2002, p.344).

3) Motivación

Reflejado y expresado en el comportamiento de un ser vivo que anima a un individuo a conseguir sus objetivos, metas, un propósito o simplemente, a cumplir una tarea. La motivación puede darse frente a una persona, cosa o acción, dependiendo el contexto.

4) Expectativa

Es la antelación de una actividad o resultado próximo (Escoriza, 1985 citado por Sánchez, 2015). Esta se da ante cualquier contexto que nosotros consideremos importante, y a su vez, esta puede ser ligada a un pensamiento positivo (satisfacción) o negativo (decepción).

5) Percepción

Se entiende como el primer impacto que se recibe por parte de una cosa, persona, acción o servicio. Esta se mayormente se transmite por medio de impresiones y consecuentemente, generan sentimientos negativos o positivos en un individuo.

6) Educación remota

Este término abarca una enseñanza enteramente virtual, aplicada por los países desarrollados como parte de su educación cotidiana, y por parte de los países subdesarrollados, aplicada en tiempos de crisis.

7) Metodología de enseñanza

Abarca esencialmente a los hábitos, costumbres y modelos que sigue una persona (en su mayoría docentes) para compartir sus conocimientos frente a otros individuos. Esta puede ir variando, pues, todo va a depender de la persona que así lo quiera y claro, esta puede mejorar o simplemente, convertirse monótono.

8) Satisfacción

Pizam & Ellis en el año 1999, mencionan que es trascendental que el usuario se sienta satisfecho en términos de calidad del producto o servicio, ya que, esto influirá en su decision de volver a experimental el servicio.

Por su parte, Lovelock et al. (2010), afirma que, la satisfacción es un término que va cambiando, y no se circunscribe solo a una ocasión, debido a que, en algunas circunstancias y de manera tácita, la satisfacción y/o insatisfacción de un individuo(s), genera la formación de la calidad del servicio.

Por otro lado, Morales & Hernández (2004) resaltan que:

Existe una marcada diferencia respecto a la construcción de expectativas y los juicios de satisfacción. El primero indicará la calidad del servicio sin la necesidad de que un consumidor haya vivido una experiencia (respecto al servicio), de modo que, las expectativas pueden ser creadas por comunicaciones de la misma empresa o experiencias de otros individuos; mientras que la segunda, requiere necesariamente de la experiencia del consumidor, para poder opinar o brindar un juicio acerca de la calidad del servicio (ya recibido).

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La calidad de servicio tiene una relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

2.5.2 Hipótesis específicas

- La empatía tiene una relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.
- La confiabilidad tiene una relación con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.
- El aseguramiento tiene relación con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021
- La tangibilidad tiene relación con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	NIVEL DE MEDICIÓN
VARIABLE 1 CALIDAD DE SERVICIO	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985), definen “calidad de servicio a la dirección y grado de discrepancia entre la percepción del cliente y sus expectativas, en términos de las dimensiones de la calidad de servicio que pueden afectar el comportamiento futuro de los consumidores” (pp.41-50).	Empatía	- Coherencia - Estímulo a la participación - Atención	1-3	Bueno Regular Deficiente	Ordinal
		Confiable	- Formalidad - Comportamiento ético - Innovación	4-8		
		Aseguramiento	- Capacitación - Metodología de enseñanza - Desarrollo profesional	9-12		
		Tangible	- Apariencia personal - Equipamiento - Ambiente adecuado	13-16		
VARIABLE 2 MOTIVACIÓN	Abraham Maslow (1943) en su libro señala que, la conducta	Necesidades básicas o fisiológicas	- Alimentación - Vestimenta - Descanso	17-19		

humana es motivada para satisfacer necesidades, las cuales, algunas son superiores que otras respondiendo a una escala. Pues, es primordial satisfacer las necesidades inferiores para causar conductas que motiven ascender hasta la cima de la autorrealización.	Seguridad	- Independencia - Confianza - Estabilidad emocional	20-22		
	Afiliación	- Afecto - Participación - Adaptación	23-25		
	Reconocimiento	- Valor personal - Estima	26-27		
	Autorrealización	- Desarrollo del potencial - Progreso continuo	28-29		

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque de la investigación

Es cualitativa cuando se direcciona a ahondar en casos específicos y no a universalizar; lo primordial en este aspecto no es cuantificar, sino, cualificar y explicar el fenómeno social desde los aspectos significativos, como son percibidos por los componentes mismos que están ligados en la situación a estudiar (Bonilla & Rodríguez, 1995).

Basado en la anterior definición, El presente estudio es cualitativa porque es inductiva, recurrente, analiza la profundidad de ideas y no se fundamenta en la estadística y tampoco busca réplica.

3.1.2 Tipo

El presente estudio de tipo básica, porque se buscará acrecentar los acontecimientos teóricos de ambas variables.

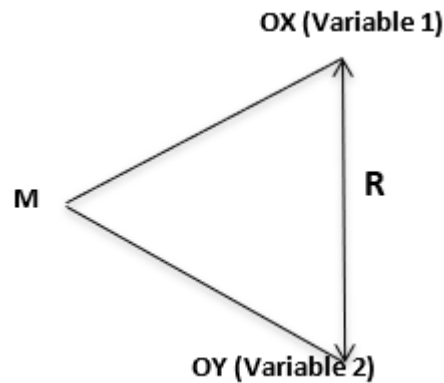
3.1.3 Diseño

El presente estudio es no experimental y de corte transversal, porque no se intervendrá en las variables a investigar. Este tipo de investigación implica estudiar el fenómeno en su contexto natural para luego ser analizados y estudiados respectivamente. (Chávez, 2007).

3.1.4 Nivel de investigación

Cuando se habla de un estudio descriptivo, se busca presentar una interpretación correcta sobre los hechos. Es así que, una inquietud importante para una investigación en mención, es averiguar características primordiales mediante criterios sistemáticos de conjuntos homogéneos de fenómenos, que pongan en manifiesto su estructura y/o comportamiento. (Sabino, 1986, p. 51)

De lo anterior mencionado, queda en evidencia que, la presente investigación es descriptiva y correlacional, porque describirá los hechos tal cual se presenten en la realidad y buscará hallar una relación entre las variables estudiadas en un horizonte de tiempo establecido.



M = Muestra

OX= Observación de la variable X, en una sola oportunidad.

OY= Observación de la variable Y, en una sola oportunidad.

X= Gestión de compras

Y= Ejecución contractual.

R= Grado de asociación entre las variables

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Se tomaron en cuenta a 600 alumnos como población de estudio, todos ellos son estudiantes de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Tomamos en cuenta que la población son el conjunto de elementos con cualidad similares, los cuales son objeto de estudio por la investigación. Además, deben situarse por su contenido, lugar y tiempo. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014 p.74)

3.2.2 Muestra

El muestreo utilizado en el presente trabajo, según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), es probabilístico, porque delimitamos a la población y el tamaño de la muestra por sus características a través de una elección aleatoria automática o mecánica de las unidades de muestreo. Además, cada elemento perteneciente a la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionados como parte de la muestra.

Para el siguiente estudio, 234 alumnos de la escuela de Administración de la UNJFSC serán seleccionados como muestra. Este dato se obtuvo de la fórmula estadística de poblaciones finitas:

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

En donde:

- **n** = tamaño de la muestra
- **P y Q** = probabilidad de la población de estar (P) o no (Q) incluidas en la muestra. P y Q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- **Z** = valor de la tabla de distribución normal estándar (1.96)
- **N** = Total de la población.
- **e** = Representa el error estándar de la estimación (0.05)

Al reemplazar los datos en la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(600)}{(600 - 1)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = 234$$

Por lo tanto, según el resultado, la muestra estará compuesta por 234 alumnos.

3.3 Técnicas de recolección de datos

- Se realizaron las respectivas coordinaciones con el director de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez para aplicar la técnica de la encuesta.
- El cuestionario es el instrumento utilizado y fue aplicado individualmente a los estudiantes en una sesión de 20 minutos como límite.
- Se aplicará una prueba por medio de Formularios de Google, en el cual, se inicia con un texto explicando las instrucciones y cómo rellenarla adecuadamente, además de pedirles que respondan con sinceridad y haciendo énfasis en que no existen respuestas erradas o acertadas.

3.3.1 Descripción de instrumentos

- **Escalas**

Se utilizan para determinar la percepción de los encuestados por medio de una jerarquía numérica. La escala de Likert fue la empleada en este estudio.

- **Cuestionario**

Este instrumento consta de 29 preguntas y se utilizó para extraer la información sobre las variables calidad de servicio y motivación.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se ejecutó en 5 fases:

- Fase uno: Dirigida a la recopilación de datos en forma global del tema a estudiar, como por ejemplo la revisión de tesis, publicaciones, artículos científicos, entre otros. Ahora bien, concluyendo con la aprobación del proyecto de Tesis por la escuela de Posgrado de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Fase dos: Estuvo determinada por la creación y diseño de los instrumentos para la recopilación de información de las variables.
- Fase tres: Validación

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

MATRIZ DE ANÁLISIS DE JUICIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	JUECES			TOTAL
	J1	J2	J3	
Claridad	5	4	4	13
Objetividad	4	4	5	13
Actualidad	4	4	4	12
Organización	5	5	4	14
Suficiencia	4	3	4	11
Pertinencia	4	3	4	11
Consistencia	4	4	5	13
Coherencia	5	4	5	14
Metodología	4	4	5	13
Aplicación	4	3	5	12
TOTAL DE OPINIÓN	43	38	45	126

Total, Máximo= (N° criterios) x (N° de Jueces) x (Puntaje Máximo de Respuesta)

TM= 150

Cálculo de coeficiente de validez:

Validez = Total Opinión/ Total máximo= 126/150 = 84%

Conclusión:

La validez de contenido evaluado por juicio de expertos es 84%. Además, es considerado bueno según la escala de George y Mallery (2003, p. 231).

- Fase cuatro: Confiabilidad del instrumento

Se hizo uso de uno de los instrumentos más utilizados para variables a nivel correlacional, Alfa de Cronbach, la que nos va a permitir estimar la veracidad del instrumento a emplear. (Welch & John, 1998).

De igual manera, cabe mencionar que mientras el valor de alfa sea más cercano a 1, mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. George & Mallery, (2003) nos muestran la siguiente tabla como ejemplo:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa < 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa < 0.5 es pobre

Una muestra piloto fue aplicada para estimar la confiabilidad del instrumento.

Por medio del software SPSS se analizó el Alfa de Cronbach, obteniendo el siguiente resultado:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,740	29

El valor de Alfa es 0,740 por lo que consideramos que el instrumento es aceptable.

- Fase cinco: proceso inferencial

Se presentará teoría para evaluar la toma de decisiones con base en los resultados obtenidos a través de técnicas descriptivas:

Pondremos a prueba las hipótesis tanto central como específicas.

Ahora bien, se utilizó el coeficiente de RHO de Spearman para analizar variables no paramétricas, ya que, este es un coeficiente aconsejado para estudiar la correlación entre dos variables.



CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

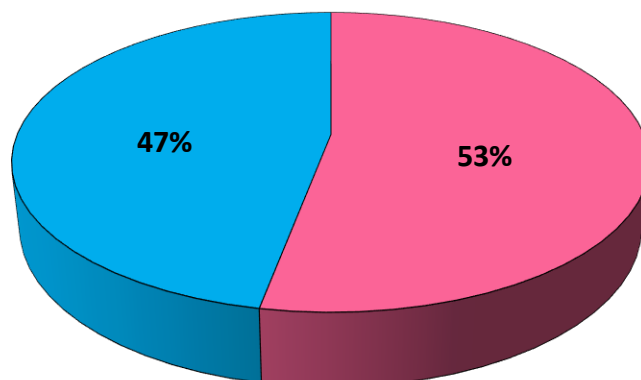
4.1.1 Descripción de datos generales del encuestado

Tabla 1

Sexo del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Femenino	124	53,0	53,0	53,0
Masculino	110	47,0	47,0	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.



■ FEMENINO ■ MASCULINO

Figura 1. Sexo del encuestado

De la totalidad de la muestra, el 47% son de sexo masculino y el 53% femenino.

Tabla 2
Edad del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18 a 23 años	197	84,2	84,2	84,2
24 a 30 años	29	12,4	12,4	96,6
31 a 36 años	4	1,7	1,7	98,3
37 a más	4	1,7	1,7	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

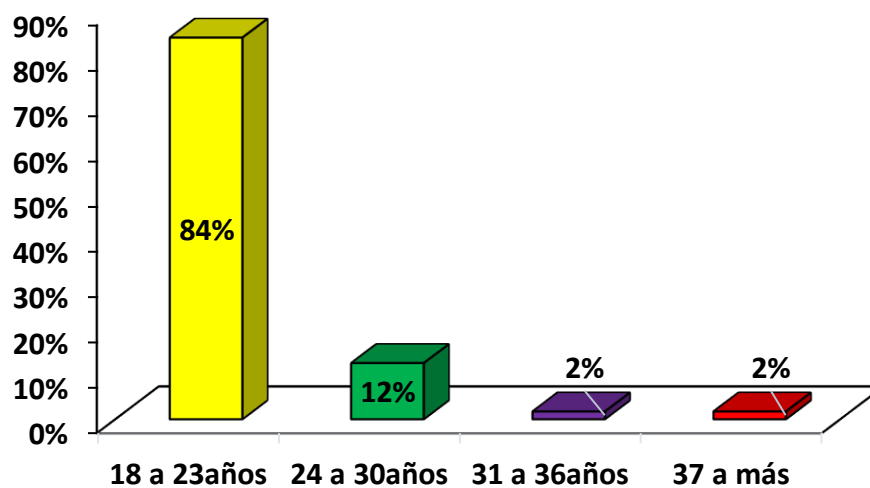


Figura 2. Edad del encuestado

Del total de encuestados, 84% tienen entre 18 a 23 años. Mientras que, un 12% tienen de 24 a 30 años. Por otro lado, un 2% tienen de 31 a 36 años. Y así también, un 2% tienen de 37 a más años de edad.

Tabla 3
Estado civil del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casado(a)	6	2,6	2,6	2,6
Soltero(a)	228	97,4	97,4	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

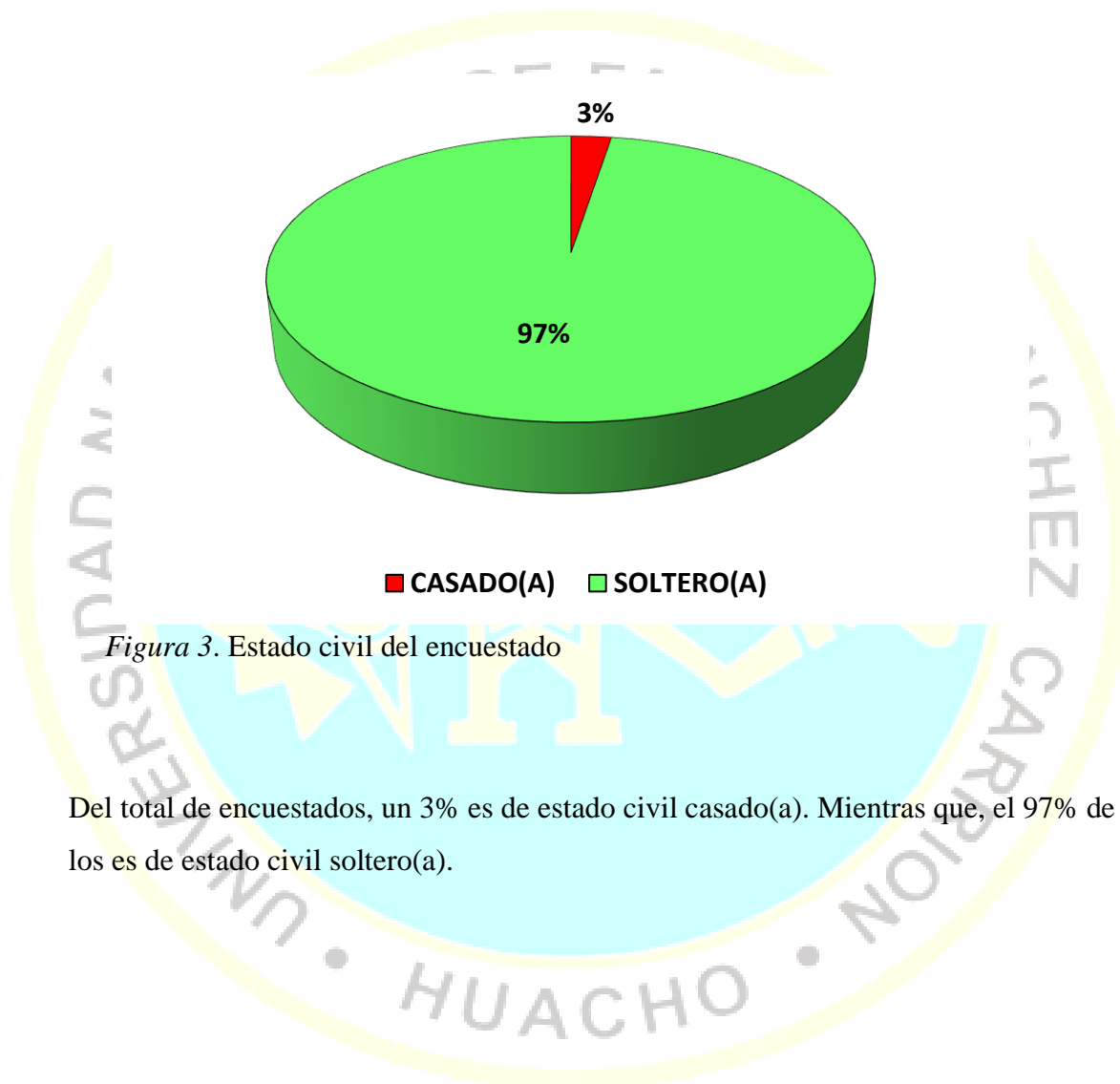


Figura 3. Estado civil del encuestado

Del total de encuestados, un 3% es de estado civil casado(a). Mientras que, el 97% de los es de estado civil soltero(a).

Tabla 4
Ingresos del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Menos de s/. 930.00	162	69,2	69,2	69,2
s/. 1701.00 a s/. 2550.00	4	1,7	1,7	70,9
s/. 2551.00 a más	6	2,6	2,6	73,5
s/. 931 a s/. 1700.00	62	26,5	26,5	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

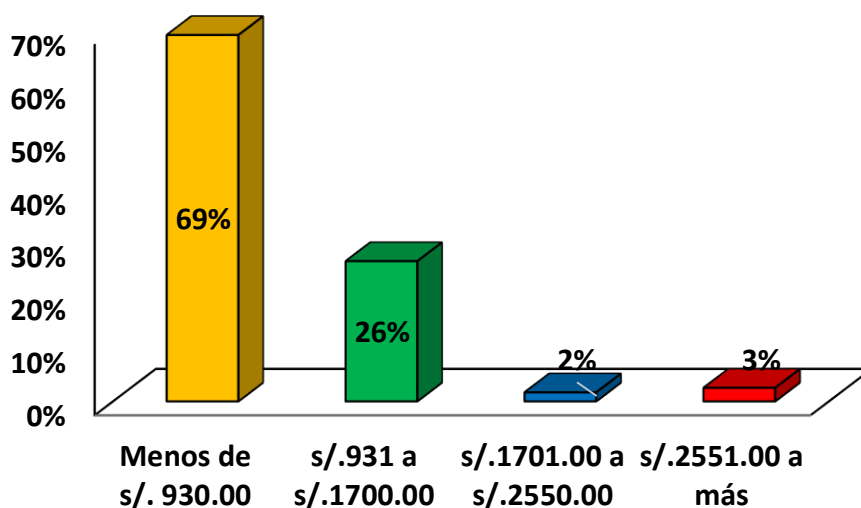


Figura 4. Ingresos mensuales del encuestado

Del total de encuestados, se observa que un 69% se encuentra percibiendo un ingreso por debajo de los s/. 930.00 mensual. Mientras que, el 26% manifiesta que, percibe un sueldo que está dentro del rango de s/. 931.00 a s/. 1700.00 mensual. Por otro lado, se observa que el 2% percibe un ingreso de s/. 1701.00 a s/. 2550.00 mensual. Y el 3% manifiesta que, percibe un sueldo mensual superior a s/. 2551.00 mensual.

4.1.2 Descripción de la variable calidad de servicio y sus dimensiones

Tabla 5
Calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	177	75,6	75,6	75,6
DEFICIENTE	1	0,4	0,4	76,1
REGULAR	56	23,9	23,9	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

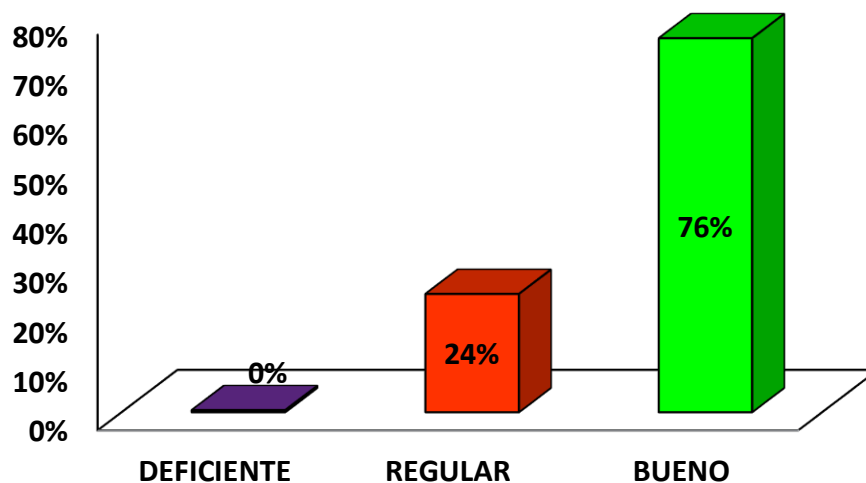


Figura 5. Calidad de servicio

De los encuestados, un 0,4% manifiesta que, la variable Calidad de servicio es deficiente, puesto que, se muestra escasa empatía, aseguramiento, confiabilidad y tangibilidad. Mientras que, el 24% se afirma que, es regular. Y el 76% manifiesta que, la variable Calidad de servicio es bueno.

Tabla 6
Empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	176	75,2	75,2	75,2
DEFICIENTE	4	1,7	1,7	76,9
REGULAR	54	23,1	23,1	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

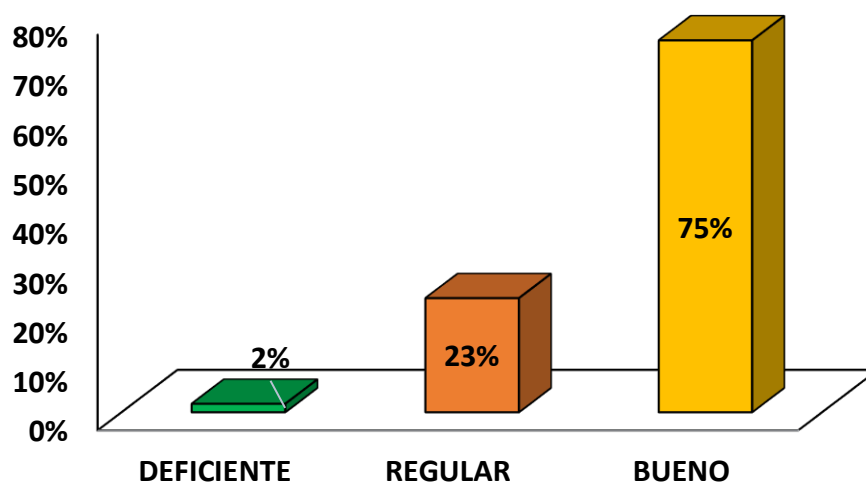


Figura 6. Empatía

Del total de encuestados, un 2% manifiesta que, la dimensión Empatía es deficiente, ello teniendo en cuenta la coherencia, estímulo de participación y atención a los estudiantes. Seguidamente, el 23% afirma que, es regular. Y un 75% manifiesta que, la dimensión Empatía es bueno.

Tabla 7
Confiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	170	72,6	72,6	72,6
DEFICIENTE	3	1,3	1,3	73,9
REGULAR	61	26,1	26,1	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

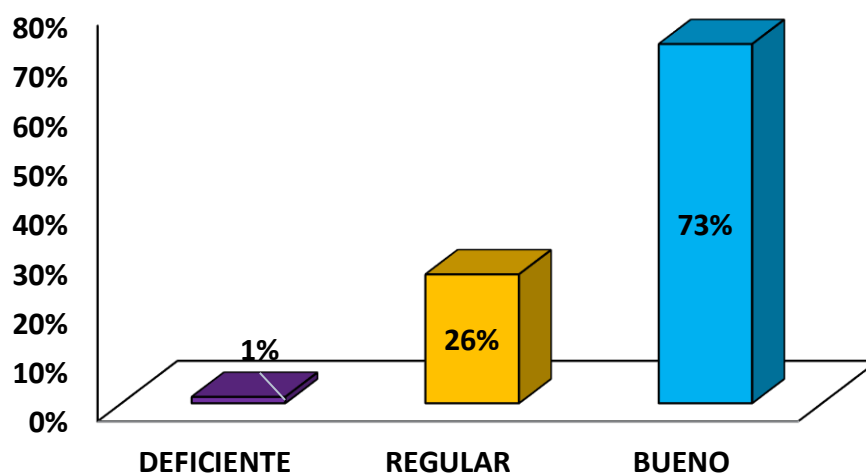


Figura 7. Confiabilidad

Del total de encuestados, un 1% manifiesta que es deficiente la dimensión Confiabilidad, abarcando formalidad, comportamiento ético e innovación. En cambio, un 26% afirma que es regular. Y, por último, un 73% manifiesta que la dimensión Confiabilidad es bueno.

Tabla 8
Aseguramiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	185	79,1	79,1	79,1
DEFICIENTE	3	1,3	1,3	80,3
REGULAR	46	19,7	19,7	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

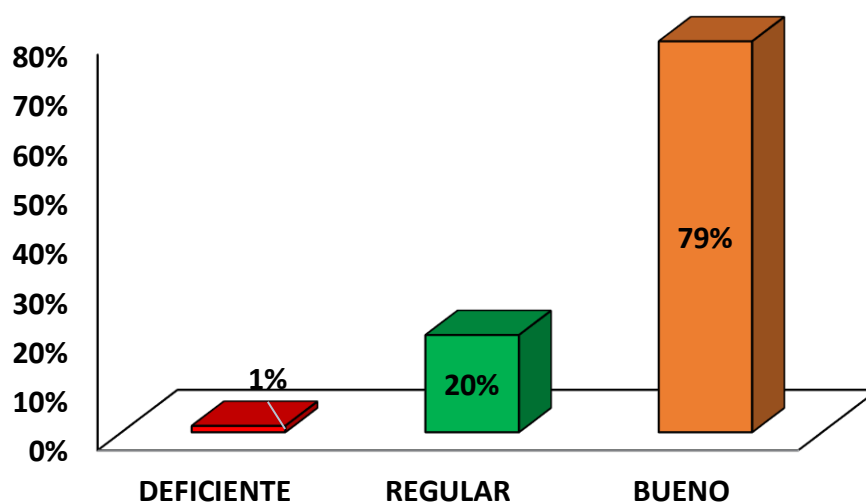


Figura 8. Aseguramiento

Del total de encuestados, un 1% manifiesta que es deficiente la dimensión Aseguramiento, encontrándose inmerso la capacitación, metodología de enseñanza y desarrollo profesional. Por otro lado, el 20% afirma que, es regular. Y un 79% manifiesta que, la dimensión Aseguramiento es bueno.

Tabla 9
Tangible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	196	83,8	83,8	83,8
	DEFICIENTE	1	0,4	0,4	84,2
	REGULAR	37	15,8	15,8	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

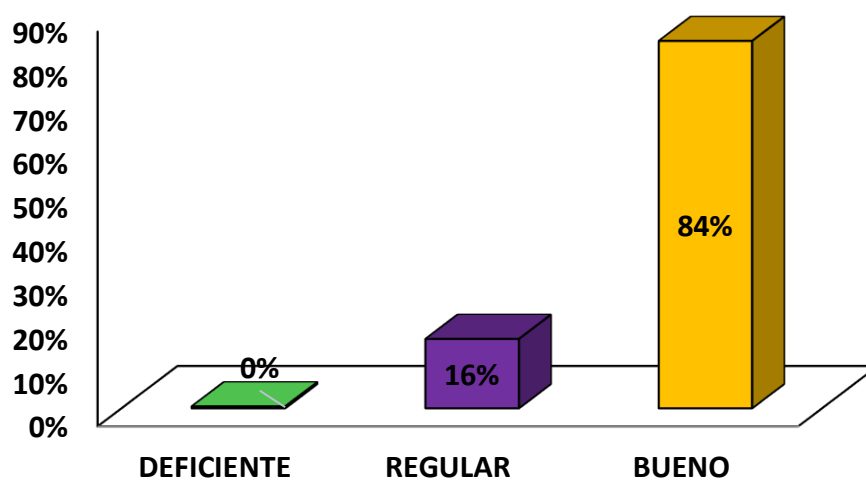


Figura 9. Tangible

Del total de encuestados, un 0,4% manifiesta que es deficiente la dimensión Tangible, teniendo en cuenta el equipamiento, apariencia personal, y ambiente adecuado al momento de disertar las clases virtuales. Además, un 16% afirma que, es regular. Y el 84% manifiesta que, la dimensión Tangible es bueno.

4.1.3 Descripción de la variable Motivación y sus dimensiones

Tabla 10
Motivación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	166	70,9	70,9	70,9
REGULAR	68	29,1	29,1	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

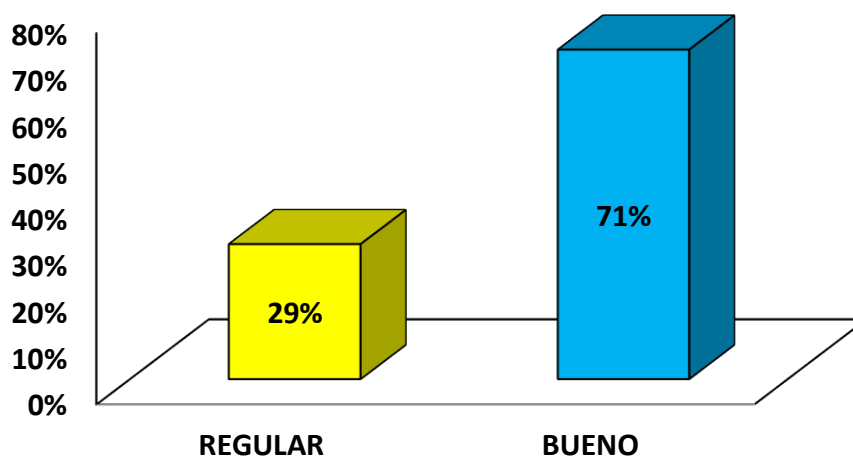


Figura 10. Motivación

De la totalidad de la muestra, un 29% manifiesta que es regular la Motivación, dicho de otro modo, pocas veces se tiene en cuenta las necesidades humanas ya mencionadas y descritas, con respecto a los alumnos. Por otra parte, el 71% de los encuestados afirma que, la Motivación es bueno.

Tabla 11
Necesidades físicas o fisiológicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	191	81,6	81,6	81,6
REGULAR	43	18,4	18,4	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

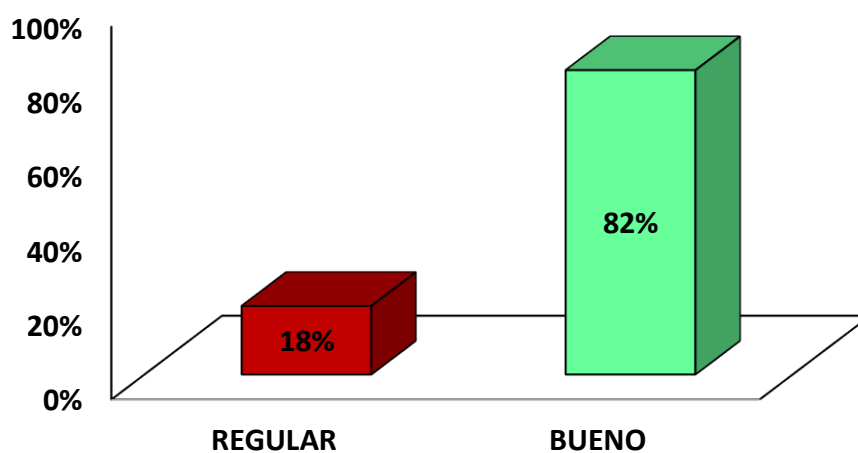


Figura 11. Necesidades físicas o fisiológicas

Del total de encuestados, un 18% manifiesta que, la dimensión de Necesidades físicas o fisiológicas es regular, ello abarcando la alimentación, vestimenta y descanso. Mientras que, el 82% de los encuestados afirma que, es bueno.

Tabla 12
Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	182	77,8	77,8	77,8
DEFICIENTE	2	,9	,9	78,6
REGULAR	50	21,4	21,4	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

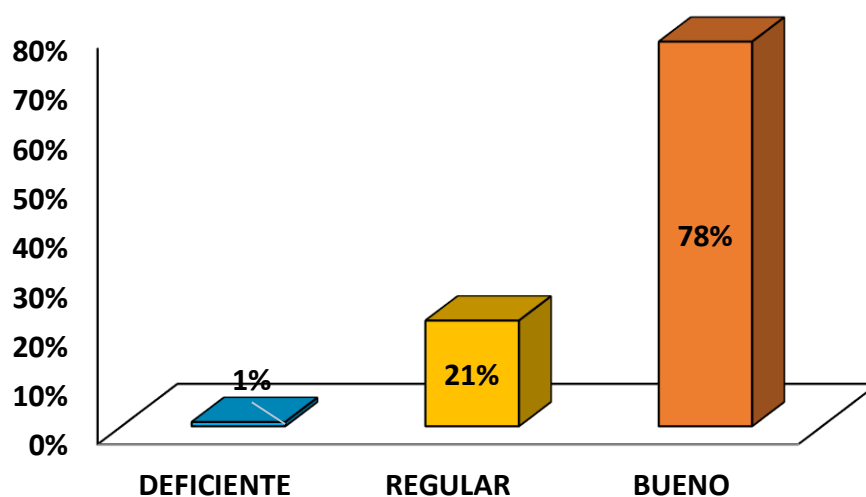


Figura 12. Seguridad

Del total de encuestados, un 1% manifiesta que es deficiente la dimensión Seguridad, teniendo en consideración la confianza, independencia y estabilidad emocional. Por otra parte, un 21% afirma que, es regular. Y un 78% manifiesta que, la dimensión Seguridad es bueno.

Tabla 13
Afiliación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	146	62,4	62,4	62,4
DEFICIENTE	5	2,1	2,1	64,5
REGULAR	83	35,5	35,5	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

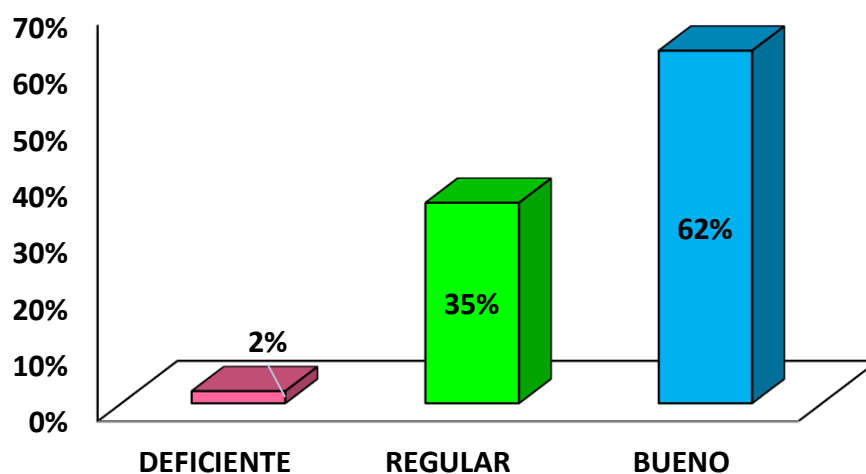


Figura 13. Afiliación

Del total de encuestados, un 2% manifiesta que es deficiente la dimensión Afiliación, estando inmerso la participación, el afecto y adaptación. Asimismo, un 35% afirma que, es regular. Y un 62% manifiesta que, la dimensión Afiliación es bueno.

Tabla 14
Reconocimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	43	18,4	18,4	18,4
DEFICIENTE	43	18,4	18,4	36,8
REGULAR	148	63,2	63,2	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

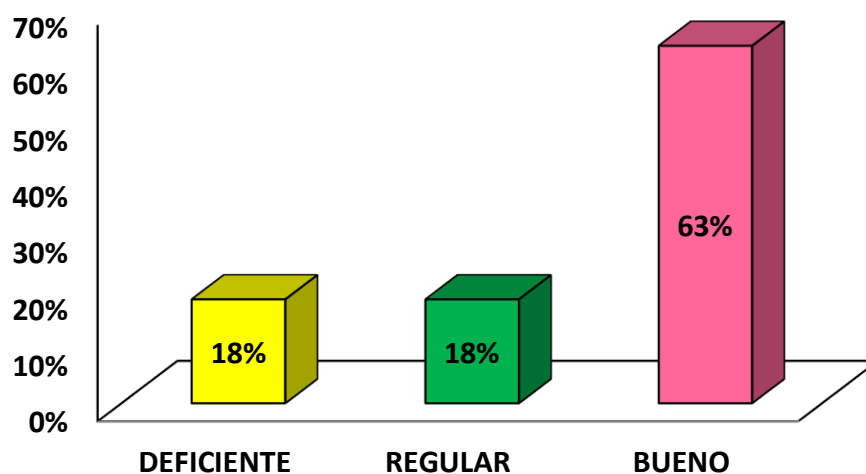


Figura 14. Reconocimiento

Del total de encuestados, un 18% afirma que es deficiente la dimensión Reconocimiento, encontrándose el estima y valor personal dentro de la dimensión. De manera similar el 18% de los encuestados sostiene que, es regular. Y un 63% manifiesta que, la dimensión Reconocimiento es bueno.

Tabla 15
Autorrealización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BUENO	180	76,9	76,9	76,9
DEFICIENTE	1	0,4	0,4	77,4
REGULAR	53	22,6	22,6	100,0
Total	234	100,0	100,0	

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

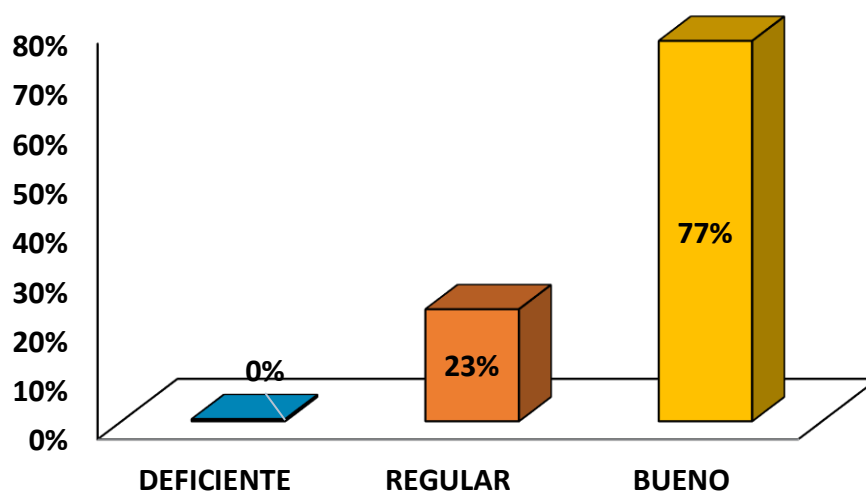


Figura 15. Autorrealización

Del total de encuestados, un 0,4% manifiesta que es deficiente la dimensión Autorrealización, considerando el desarrollo del potencial y progreso continuo. Asimismo, un 23% afirma que, es regular. Y finalmente, un 77% manifiesta que, la dimensión Autorrealización es bueno.

4.1.4 Tablas de contingencias de las variables y dimensiones

Tabla 16

Calidad de servicio vs motivación

	CALIDAD DE SERVICIO			Total
	BUENO	DEFICIENTE	REGULAR	
MOTIVACIÓN BUENO	63,7%		7,3%	70,9%
REGULAR	12,0%	0,4%	16,7%	29,1%
Total	75,6%	0,4%	23,9%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

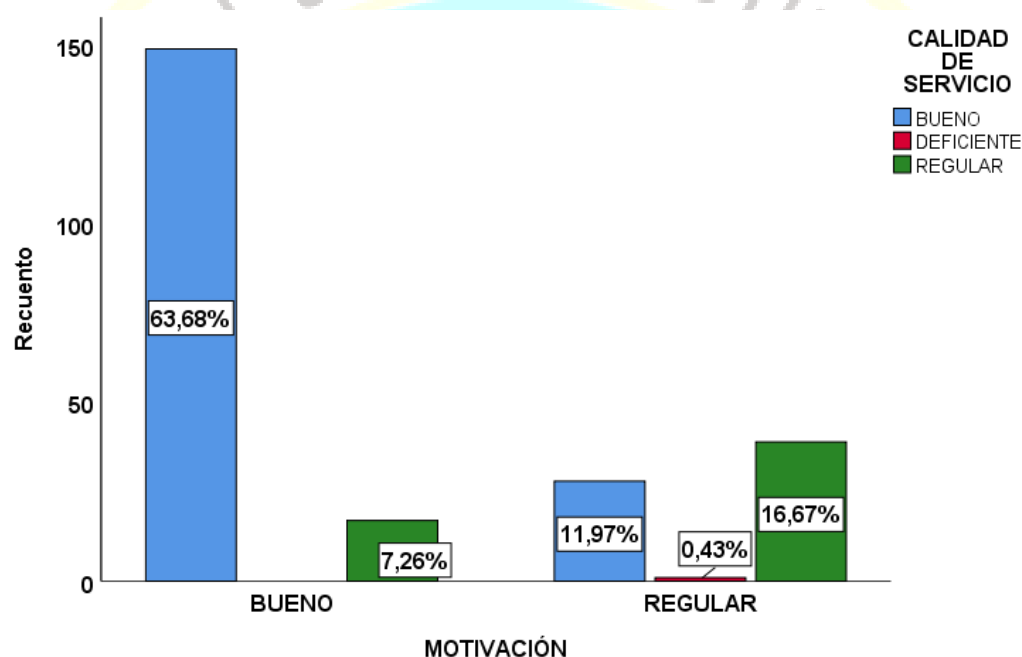


Figura 16. Calidad de servicio vs Motivación

Del total de encuestados, un 63,7% manifiesta que es buena la Motivación y la Calidad de servicio; siendo contrario al 7,3% que sostienen que, ambas variables son percibidas de manera regular.

Ahora bien, mientras que el 12,0% de los encuestados afirma que, la Motivación es regular y la Calidad de servicio es bueno; por otro lado, el 0,4% manifiesta que la Motivación es regular y la Calidad de servicio es deficiente. Y un 16,7% de encuestados, expresa que, la Motivación y la Calidad de servicio es regular.

Tabla 17
Sexo del encuestado vs Motivación

SEXO DEL ENCUESTADO		MOTIVACIÓN		Total
		BUENO	REGULAR	
Femenino		38,0%	15,0%	53,0%
Masculino		32,9%	14,1%	47,0%
Total		70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

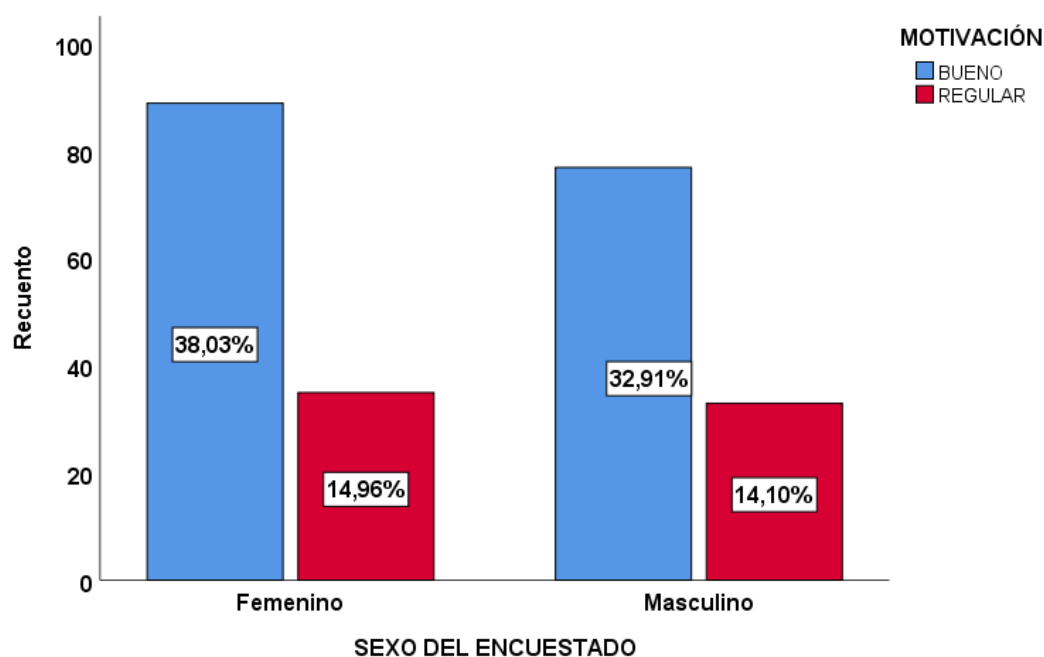


Figura 17. Sexo del encuestado vs Motivación

De la totalidad de la muestra, un 38% que es de sexo de femenino opina que, la Motivación es bueno; mientras que, el 15% de los encuestados, también de sexo femenino opina que, la Motivación es regular. Así mismo, se aprecia que un 32,9% de sexo masculino opina que, la Motivación es bueno; mientras que el 14,1% de los encuestados, también de sexo masculino afirma que, la Motivación es regular.

Tabla 18
Edad del encuestado vs Motivación

EDAD DEL ENCUESTADO	MOTIVACIÓN		Total
	BUENO	REGULAR	
18 a 23 años	58,1%	26,1%	84,2%
24 a 30 años	10,3%	2,1%	12,4%
31 a 36 años	1,3%	0,4%	1,7%
37 a más	1,3%	0,4%	1,7%
Total	70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

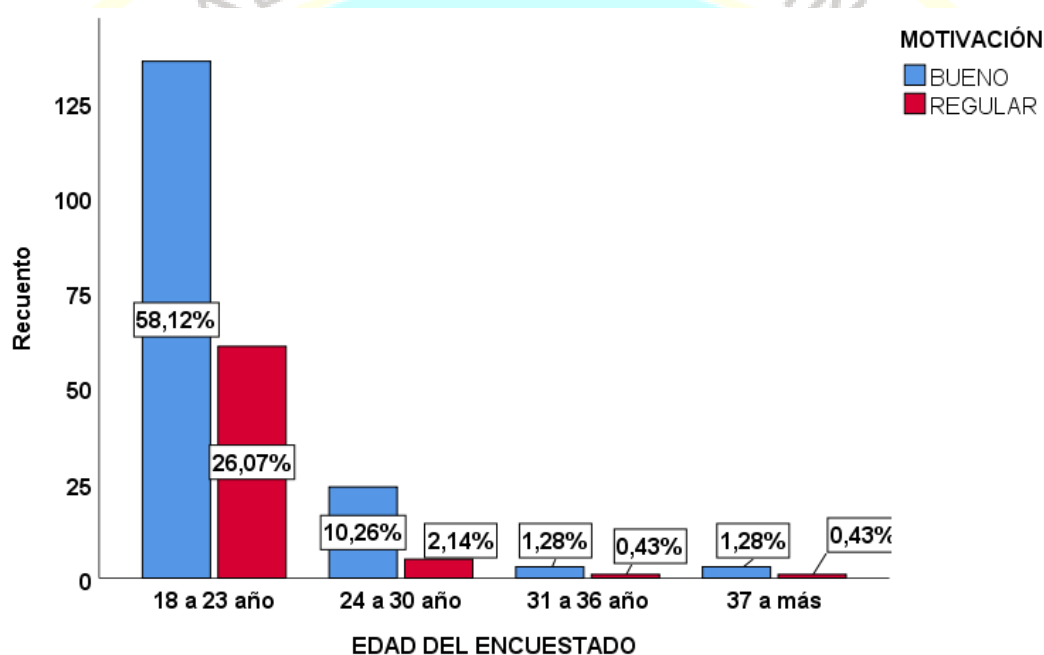


Figura 18. Edad del encuestado vs Motivación

Del total de encuestados, un 58,1% se ubica entre 18 a 23 años y opina que, la Motivación es bueno; mientras que, el 26,1% de los encuestados del mismo rango de edades, opina que, es regular. Mientras que, el 10,3% que se ubica entre 24 a 30 años y sostiene que, la Motivación es bueno; Asimismo, el 2,1% del mismo rango de edades, opina que, es regular. Un 1,3% que se ubica en el rango de 31 a 36 años y afirma que, la Motivación es bueno; Así también, un 0,4% de los encuestados del mismo rango de edad opina que, es regular. Por último, el 1,3% se ubica en el rango de edades de 37 años a más y manifiestan que, la Motivación es bueno; mientras que, el 0,4% de los encuestados del mismo rango de edades afirma que, es regular.

Tabla 19
Estado civil del encuestado vs Motivación

ESTADO CIVIL DEL ENCUESTADO	MOTIVACIÓN		
	BUENO	REGULAR	Total
Casado(a)	1,7%	0,9%	2,6%
Soltero(a)	69,2%	28,2%	97,4%
Total	70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

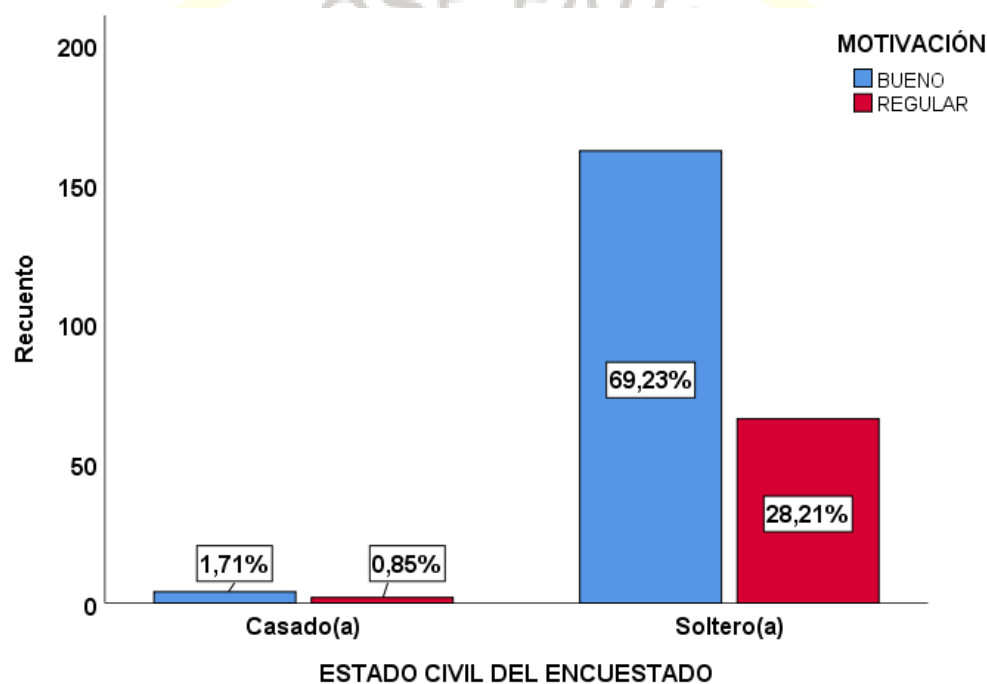


Figura 19. Estado civil del encuestado vs Motivación

Del total de encuestados, un 1,71% que es de estado civil casado(a) opina que, la Motivación es bueno; mientras que, el 0,85% del mismo estado civil, opina que, es regular. Por otro lado, se aprecia que el 69,23% de los encuestados, es de estado civil soltero(a) y opina que, la Motivación es bueno; mientras que el 28,21% de los encuestados, del mismo estado civil sostiene que, es regular.

Tabla 20
Empatía vs Motivación

		MOTIVACIÓN		Total
		BUENO	REGULAR	
EMPATÍA	BUENO	62,4%	12,8%	75,2%
	DEFICIENTE		1,7%	1,7%
	REGULAR	8,5%	14,5%	23,1%
Total		70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

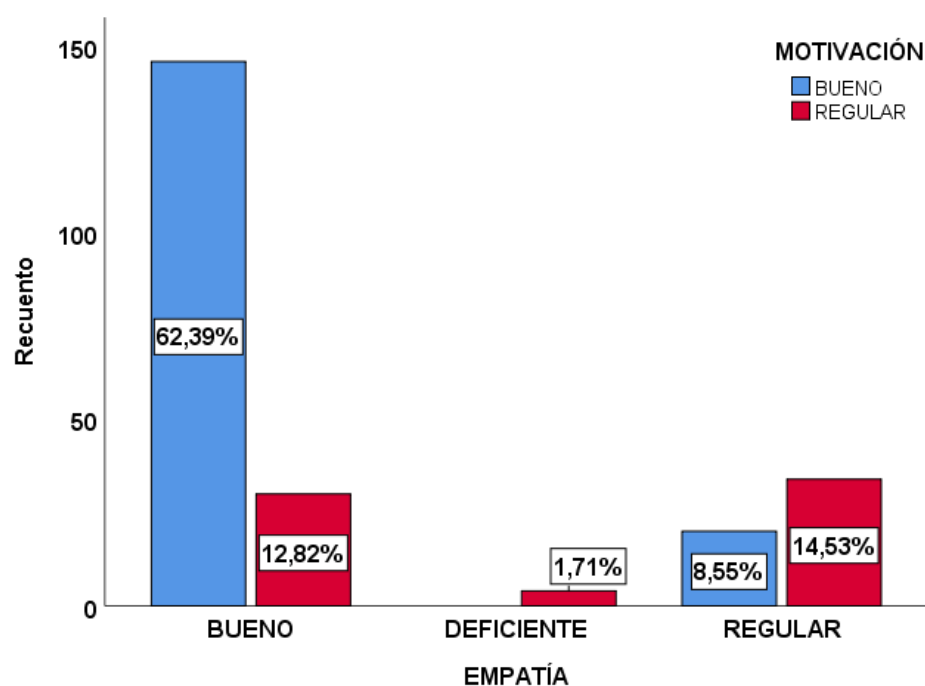


Figura 20. Empatía vs Motivación

Del total de encuestados, un 62,39% opina que, la Empatía y Motivación es bueno; mientras que, el 12,82% de los encuestados manifiesta que, la empatía es bueno, y motivación es regular. Por otro lado, el 8,55% opina que, la empatía es regular y la motivación es bueno; mientras que, el 14,53% menciona que, la empatía y la motivación es regular. Por último, un 1.7% opina que, la Motivación es deficiente.

Tabla 21
Confiabilidad vs Motivación

		MOTIVACIÓN		Total
		BUENO	REGULAR	
CONFIABILIDAD	BUENO	60,3%	12,4%	72,6%
	DEFICIENTE	0,4%	0,9%	1,3%
	REGULAR	10,3%	15,8%	26,1%
Total		70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

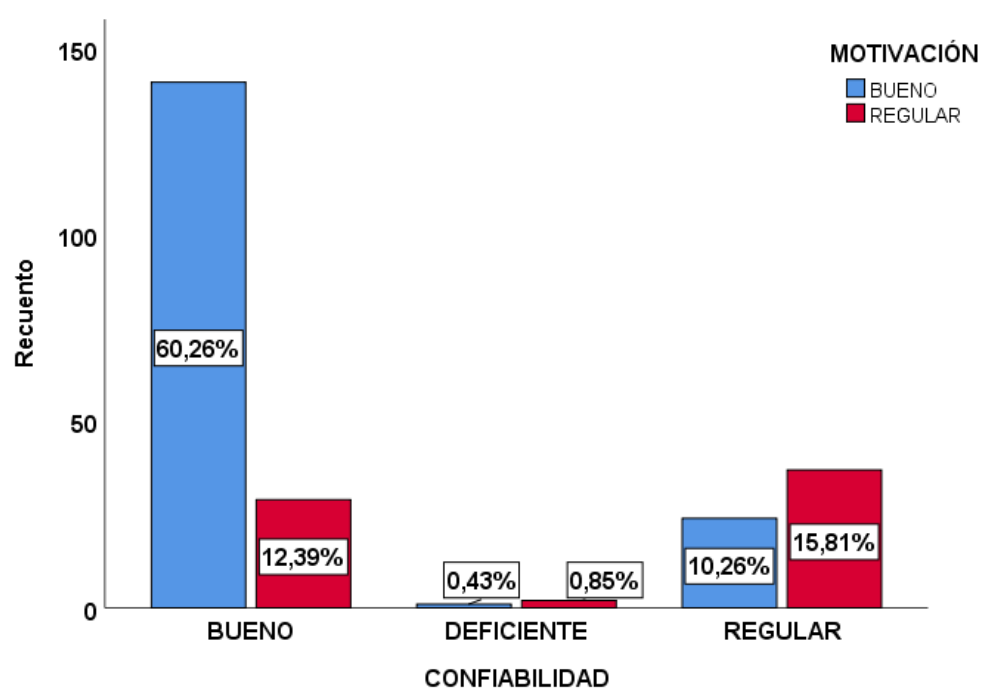


Figura 21. Confiabilidad vs Motivación

Del total de encuestados, un 60,26% opina que es buena la Confiabilidad y Motivación; mientras que, un 12,39% manifiesta que, la confiabilidad es bueno, y la motivación es regular. Por otro lado, se aprecia que, el 10,26% de los encuestados opina que, la confiabilidad es regular y la motivación es bueno; mientras que, el 14,81% manifiesta que, la confiabilidad y la motivación es regular.

Por último, el 0,43% opina que, la Motivación es bueno y la confiabilidad es deficiente, mientras que, el 0,85% afirma que, la motivación es regular y la confiabilidad es deficiente.

Tabla 22
Aseguramiento vs Motivación

		MOTIVACIÓN		Total
		BUENO	REGULAR	
ASEGURAMIENTO	BUENO	64,1%	15,0%	79,1%
	DEFICIENTE		1,3%	1,3%
	REGULAR	6,8%	12,8%	19,7%
Total		70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

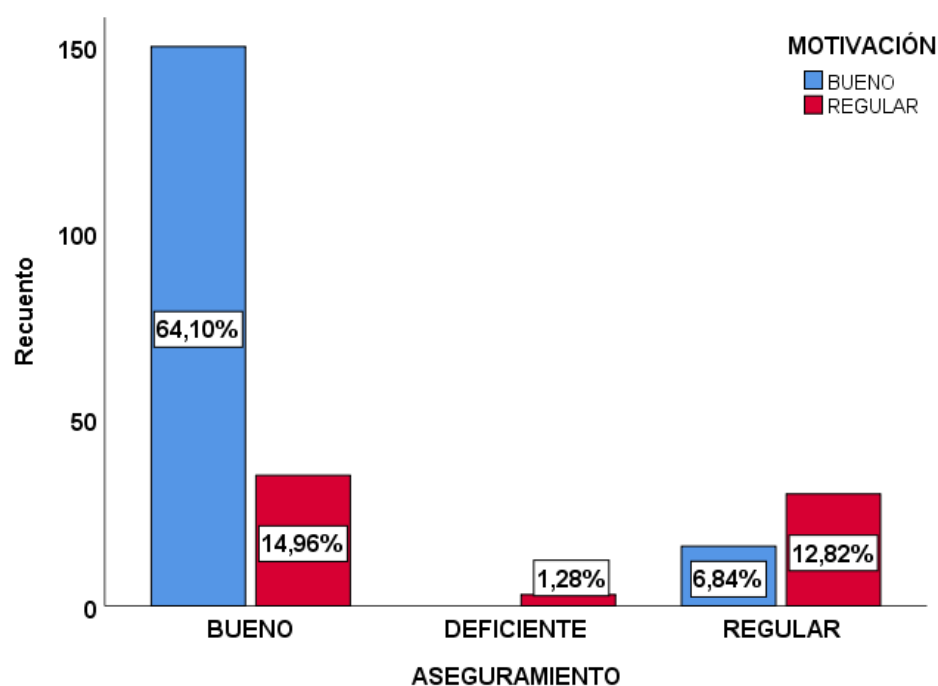


Figura 22. Aseguramiento vs Motivación

Del total de encuestados, un 64,1% opina que es bueno el Aseguramiento y Motivación; mientras que, el 15% manifiesta que, el aseguramiento es bueno, y motivación es regular. Por otro lado, se aprecia que, el 6,8% de los encuestados opina que, el aseguramiento es regular y la motivación es bueno; mientras que, el 12,8% comenta que, el aseguramiento y la motivación es regular. Por último, un 1.28% opina que, la Motivación es deficiente.

Tabla 23
Tangible vs Motivación

		MOTIVACIÓN		Total
		BUENO	REGULAR	
TANGIBLE	BUENO	66,2%	17,5%	83,8%
	DEFICIENTE		0,4%	0,4%
	REGULAR	4,7%	11,1%	15,8%
Total		70,9%	29,1%	100,0%

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

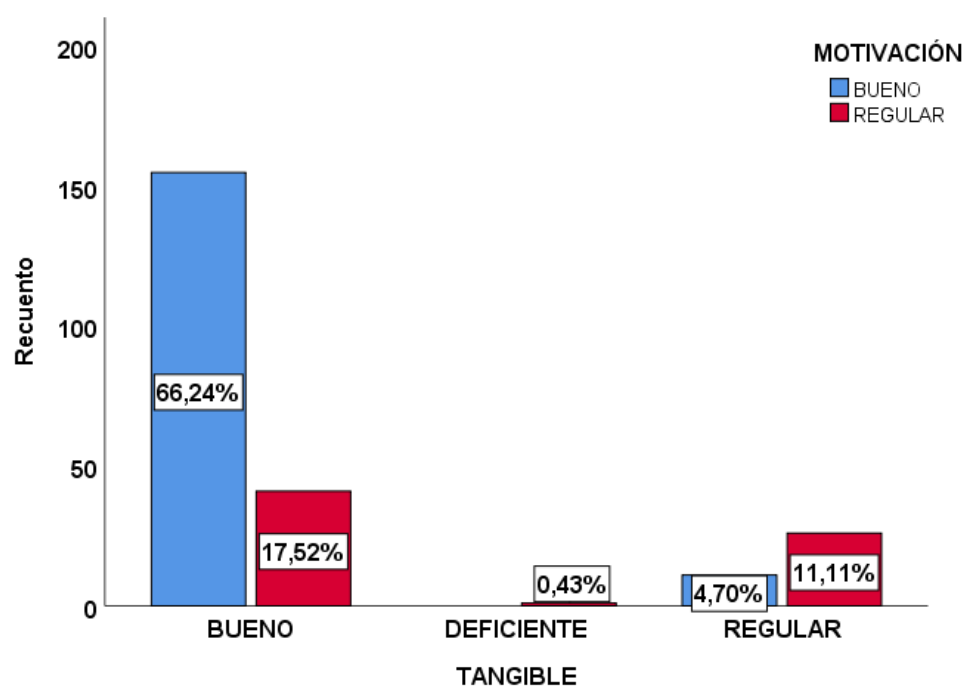


Figura 23. Tangible vs Motivación

Del total de encuestados, un 66,24% opina que, lo Tangible y Motivación es bueno; mientras que, el 17,5% manifiesta que, lo tangible es bueno, y motivación es regular. Por otro lado, se aprecia que, el 4,7% de los encuestados opina que, lo tangible es regular y la motivación es bueno; mientras que, el 11,1% menciona que, lo tangible y la motivación es regular. Por último, un 0,43% opina que, la Motivación es deficiente.

4.1.5 Supuesto de normalidad

Tabla 24

Resultado de supuesto de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
CALIDAD DE SERVICIO	0,060	234	0,039
MOTIVACIÓN	0,045	234	,0200*
EMPATÍA	0,099	234	0,000
CONFIABILIDAD	0,110	234	0,000
ASEGURAMIENTO	0,102	234	0,000
TANGIBLE	0,148	234	0,000
NECESIDADES BÁSICAS O FISIOLÓGICAS	0,140	234	0,000
SEGURIDAD	0,124	234	0,000
AFILIACIÓN	0,103	234	0,000
RECONOCIMIENTO	0,202	234	0,000
AUTORREALIZACIÓN	0,177	234	0,000

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

La tabla 24 muestra el resultado de una prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov (K-S). Donde se aprecia que ambas variables no se acercan a la distribución normal. Por lo que se empleará la prueba de Correlación de Spearman, la más recomendada para variables no paramétricas.

4.2 Contrastación de hipótesis

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS GENERAL

H₀: La calidad de servicio no tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

H₁: La calidad de servicio tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Nos regimos al criterio que,

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la **H₀**. Pero si el valor de **p<0.05** se acepta **H₁**.

Seguidamente, hacemos uso de SPSS v26:

Tabla 25
Correlacional entre Calidad de servicio y Motivación

		CALIDAD DE SERVICIO			MOTIVACIÓN		
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	1,000	0,748**			
		Sig. (bilateral)	.	0,000			
		N	234	234			
	MOTIVACIÓN	Coefficiente de correlación	0,748**	1,000			
		Sig. (bilateral)	0,000	.			
		N	234	234			

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

INTERPRETACIÓN:

La tabla 25 nos muestra que el resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,748, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Asimismo, el nivel de significancia asintótica (0,00) es menor que el nivel de significancia (0,05). Por lo tanto, rechazamos la

hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Entonces, existe una relación significativa y positiva entre las variables Calidad de servicio y motivación.

Mostramos la siguiente figura para ejemplificar mejor la correlación.

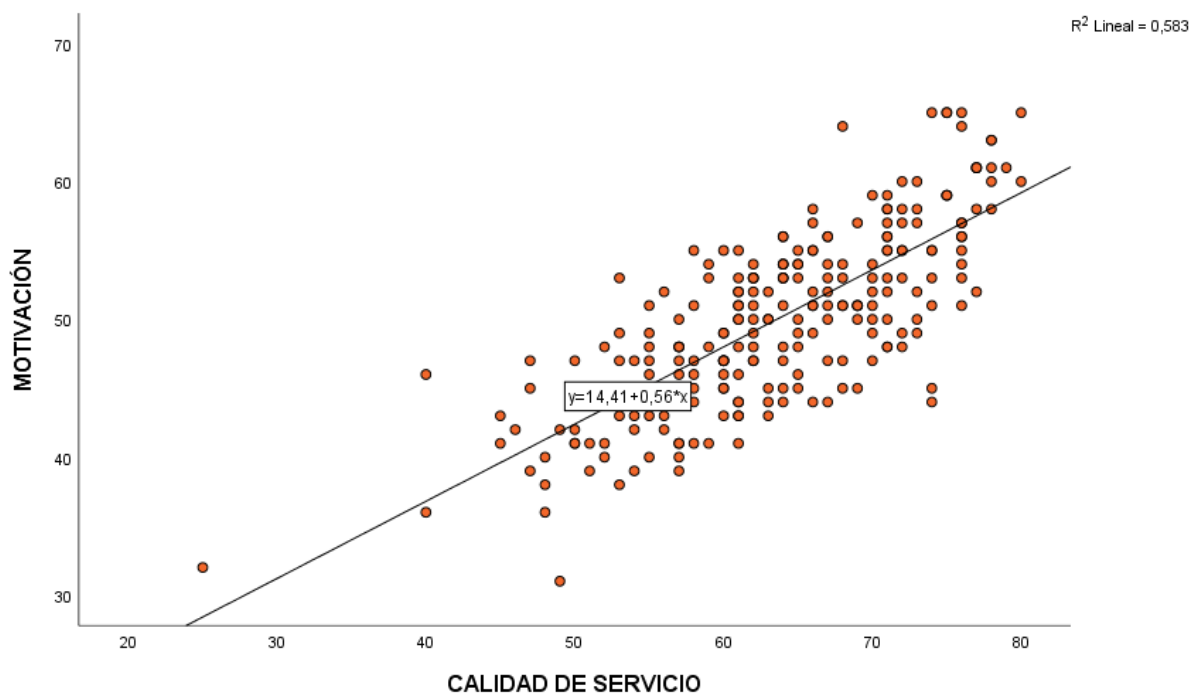


Figura 24. Correlación entre calidad de servicio y motivación

En dicha figura se muestra a los puntos aproximarse a la recta, por lo que, podemos decir que existe una correlación moderada entre ambas variables.

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 1

H₀: La empatía no tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

H₁: La empatía tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Nos regimos al criterio que,

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H₀. Pero si el valor de **p**<**0.05** se acepta **H₁**.

Seguidamente hacemos uso de SPSS v26:

Tabla 26
Correlacional entre Empatía y Motivación

		EMPATÍA		MOTIVACIÓN	
Rho de Spearman	EMPATÍA	Coefficiente de correlación	1,000	0,638**	
		Sig. (bilateral)	.	0,000	
		N	234	234	
	MOTIVACIÓN	Coefficiente de correlación	0,638**	1,000	
		Sig. (bilateral)	0,000	.	
		N	234	234	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

INTERPRETACIÓN:

Respecto a la tabla 26, nos muestra que el resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,638, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Asimismo, el nivel de significancia asintótica es inferior al nivel de significancia. Por ende, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Lo cual, refleja que, existe una relación significativa y positiva entre la empatía y la motivación.

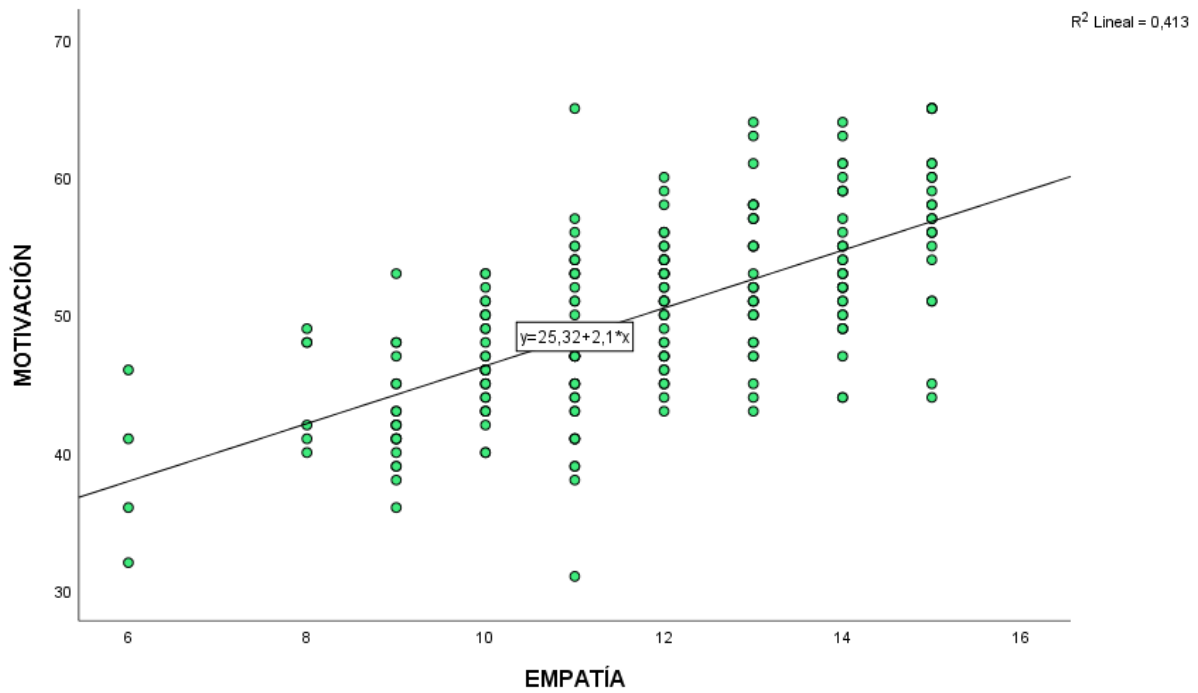


Figura 25. Correlación entre empatía y motivación

En la figura mostrada los puntos se aproximan a la recta y ubicados de manera ordenada, lo cual, permite sostener que, existe una correlación positiva entre Empatía y motivación.

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

H₀: La confiabilidad no tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

H₁: La confiabilidad tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Nos regimos al criterio que,

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H₀. Pero si el valor de **p**<**0.05** se acepta **H₁**.

Seguidamente, hacemos uso de SPSS v26:

Tabla 27
Correlacional entre Confiabilidad y Motivación

		MOTIVACIÓN CONFIABILIDAD		
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	0,625**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	234	234
	CONFIABILIDAD	Coeficiente de correlación	0,625**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	234	234

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

INTERPRETACIÓN:

Tal cual se aprecia en la tabla 27, nos muestra que el resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,625, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Del mismo modo, el nivel de significancia asintótica está por debajo del nivel de significancia. Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Entonces, existe una relación significativa y positiva entre las variables: Confiabilidad y Motivación.

Mostramos la siguiente figura para ejemplificar mejor la correlación.

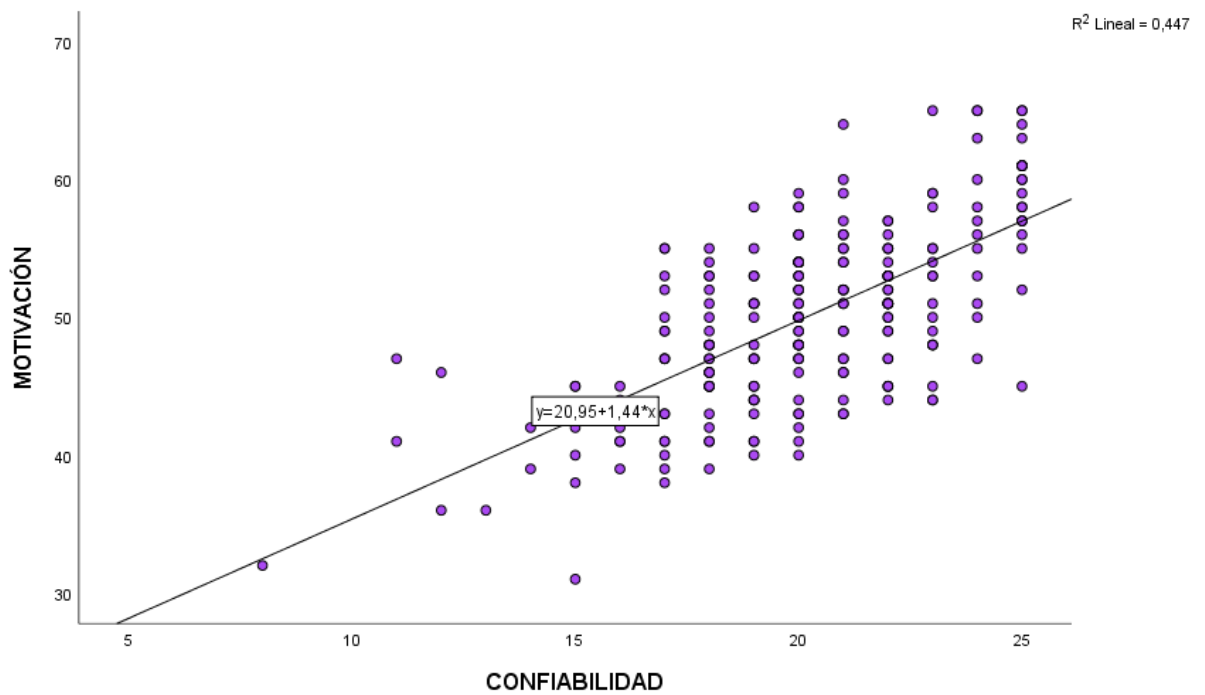


Figura 26. Correlación entre confiabilidad y motivación

Según la figura 26, los puntos se acercan a la recta, por lo que podemos afirmar que existe una correlación entre ambas variables.

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

H₀: El aseguramiento no tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

H₁: El aseguramiento tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Nos regimos al criterio que,

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H₀. Pero si el valor de **p**<**0.05** se acepta **H₁**.

Seguidamente hacemos uso de SPSS v26:

Tabla 28
Correlacional entre Aseguramiento y Motivación

		MOTIVACIÓN ASEGURAMIENTO		
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	0,710**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	234	234
	ASEGURAMIENTO	Coefficiente de correlación	0,710**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	234	234

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

INTERPRETACIÓN:

La tabla 28 nos muestra que el resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,710, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Asimismo, el nivel de significancia (0,00) es menor al nivel de significancia (0,05). Lo cual, se rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; afirmando que, existe una relación significativa y positiva entre el Aseguramiento y la Motivación.

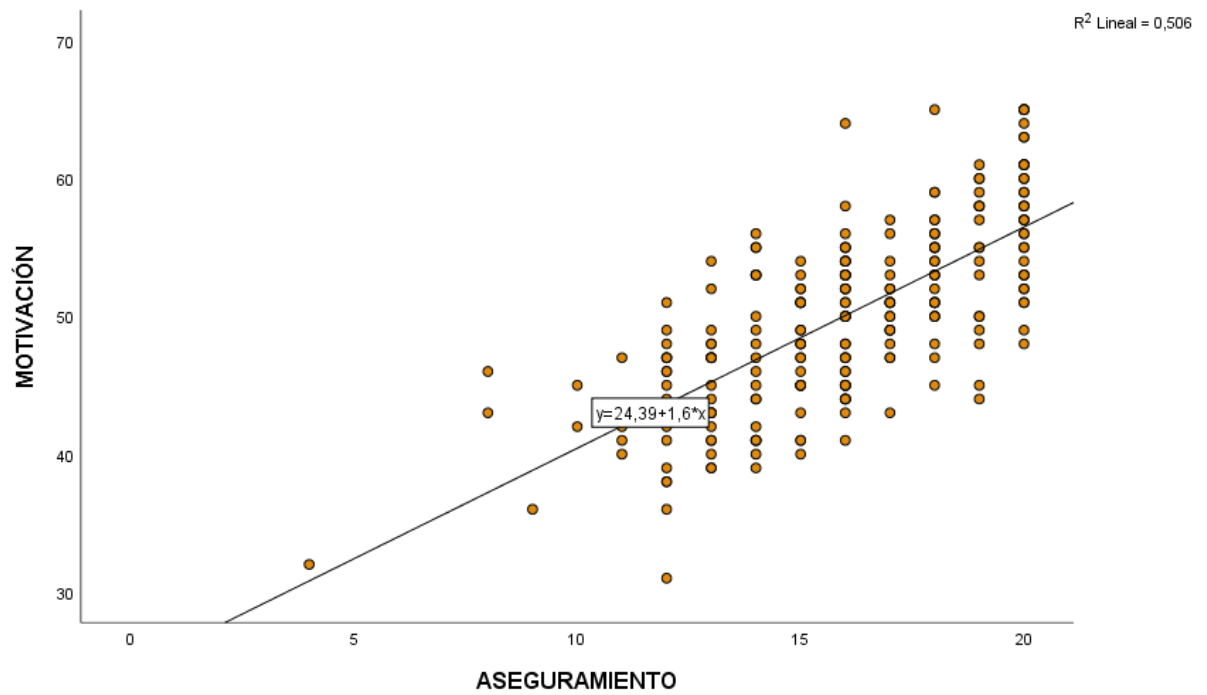


Figura 27. Correlación entre aseguramiento y motivación

Se aprecia en la figura que existe una correlación moderada entre ambas variables ya que los puntos se acercan mucho a la recta.

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4

H₀: Lo tangible no tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

H₁: Lo tangible tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Nos regimos al criterio que,

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H₀. Pero si el valor de **p**<**0.05** se acepta **H₁**.

Seguidamente, hacemos uso de SPSS v26:

Tabla 29
Correlacional entre Tangible y Motivación

		MOTIVACIÓN	TANGIBLE
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,665**
		N	234
TANGIBLE		Coefficiente de correlación	0,665**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	234

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Test aplicado a los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

INTERPRETACIÓN:

La tabla 29 nos muestra que el resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,665, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Asimismo, el nivel de significancia asintótica es inferior al nivel de significancia. Razón por la cual, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. En consecuencia, existe una relación significativa y positiva entre lo Tangible y la Motivación.

Para efectos de mayor apreciación se adjunta la figura correlación entre lo Tangible y Motivación.

Mostramos la siguiente figura para ejemplificar mejor la correlación.

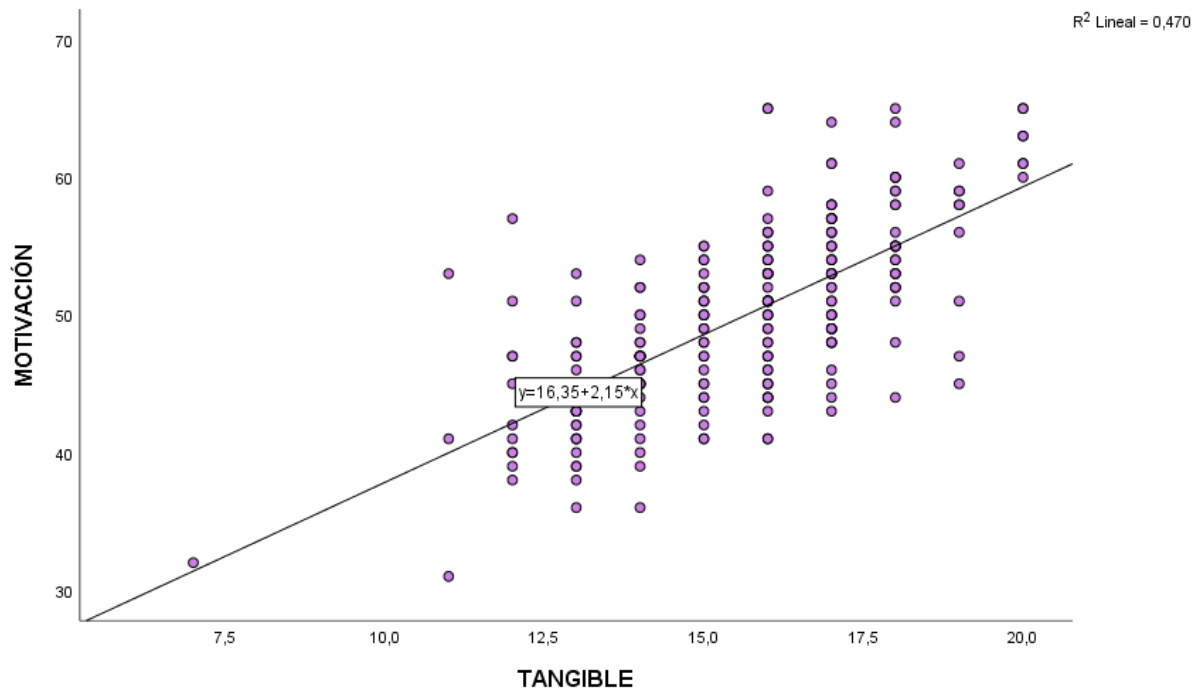


Figura 28. Correlación entre tangible y motivación

Según la figura, afirmamos que existe una correlación moderada entre tangible y motivación, debido a que, los puntos se aproximan a la recta y están ubicados de manera ordenada.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

5.1 Discusión

Al haber llegado a los resultados, procedemos a contrastar con investigaciones previas sobre los mismos temas, esto, luego de haber realizado las pruebas estadísticas respectivas. Seguidamente, presentamos algunas comparaciones:

- Se logró demostrar en este estudio que, la Calidad de servicio se relaciona significativamente con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.748, y de acuerdo a la escala de Bisquerra, esta correlación es positiva y moderada. Ahora bien, esto es muy parecido a lo presentado por Medina (2017), quien realiza una investigación de la misma universidad, la cual, denomina Calidad de servicio administrativo y el Nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a la universidad en mención, en el periodo 2015, el cual, concluye que, la Calidad de servicio administrativo sí influye en el Nivel de satisfacción de los usuarios, siendo una relación positiva moderada.
- Asimismo, en la investigación denominada La motivación y su influencia en el rendimiento laboral del personal en la I.E ADEU Deportivo SAC - Chiclayo, publicada en el año 2017 por el autor Cubas, llegó a la conclusión que, entre el nivel de motivación y rendimiento del personal que labora en la I.E ADEU Deportivo S.A.C existe un nivel de relación débil positiva; es decir se obtendrá un mejor rendimiento laboral, siempre y cuando, mejor sea el nivel de motivación. Respecto a lo expuesto, mi presente trabajo realizado guarda semejanza con el anterior estudio, puesto que, la empatía tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la UNJFSC - Huacho 2021, con un nivel de correlación de Rho de Spearman de 0.638, reflejando que, es positiva y moderada.
- Del mismo modo, Gonzales (2017), en su investigación denominada Calidad de Servicio y Satisfacción de los estudiantes usuarios con la atención administrativa en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, UNA – PUNO 2017, concluyó en que, la calidad de servicio repercute en la satisfacción de los estudiantes que reciben atención administrativa en la Facultad Ciencias Contables

y Administrativas, siendo esta una relación directamente proporcional. Por lo que, es similar a los hallazgos en la presente investigación, es decir, la confiabilidad se relaciona significativamente con la motivación de los alumnos a través de las plataformas digitales de la escuela de Administración de la UNJFSC. Asimismo, en mi investigación obtuvimos una correlación positiva-moderada utilizando el coeficiente de Rho de Spearman, siendo esta de 0.625.

- También, Risco (2020), presenta la investigación titulada Motivación del personal y calidad del servicio al usuario en el Municipio de la Provincia de Tumbes, 2019, cuyos resultados demuestran que, entre la motivación del personal y la calidad del servicio al usuario sí existe una relación directamente proporcional. En efecto, al analizar los resultados, existe similitud con mi investigación, puesto que, el aseguramiento y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión guardan una relación significativa. En adición, se obtuvo una correlación positiva y moderada, ya que, la correlación de Rho de Spearman es de 0.710.
- Por último, Gil (2019), en su investigación denominada La motivación y su relación con la calidad de servicio que brindan los colaboradores de la red de salud – Utcubamba, 2017, logra demostrar que, la red de salud Utcubamba brinda un servicio regular a sus clientes, debido a que no han sido motivados los trabajadores para realizar sus labores. Del mismo modo, en mi investigación, se obtienen resultados similares. Pues, lo tangible tiene relación significativa con la motivación de los alumnos a través de las clases plataformas digitales de la escuela de Administración de la UNJFSC - Huacho 2021. Además, el coeficiente de Rho de Spearman nos da una correlación positiva-moderada de 0.665.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- El resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,748, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Asimismo, el nivel de significancia (0,00) es menor que el nivel de significancia. En efecto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Entonces, existe una relación significativa y positiva entre las variables: Calidad de servicio y motivación. Dicho de otro modo, la escuela de Administración, brinda una calidad de servicio regular, considerando la empatía, la confiabilidad, aseguramiento y lo tangible. Razón por la cual, los docentes de dicha escuela están motivando de manera moderada a los alumnos.
- Después de realizar las pruebas correspondientes, el resultado del coeficiente Rho de Spearman es 0,638, por lo que existe una correlación positiva-moderada. Asimismo, el nivel de significancia asintótica está por debajo del nivel de significancia. Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Consecuentemente, afirmamos que, existe una relación significativa y positiva entre la empatía y la motivación. En esa misma línea, en la escuela de Administración se muestra poca empatía, teniendo en cuenta lo siguiente: la coherencia, estímulo de participación y atención. Motivo el cual, los docentes de dicha escuela están motivando de manera regular a los alumnos.
- La confiabilidad se relaciona significativamente con la motivación. Puesto que, según las pruebas realizadas, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, debido a que el nivel de significancia es menor a 0,05. También, tenemos una correlación positiva y moderada dado que nuestro coeficiente Rho de Spearman es 0.625. En otras palabras, en la escuela de Administración muestran poca confiabilidad, considerando la formalidad, el comportamiento ético e innovación. Razón por la cual, los docentes de dicha escuela están motivando de modo regular a los alumnos.
- La significancia asintótica está por debajo del nivel de significancia. De modo que, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis del investigador. Por ende, el aseguramiento tiene relación notoria con la motivación. Asimismo, se obtuvo una correlación positiva y moderada, ya que, la correlación Rho de Spearman es de 0.710; dicho de otro modo, la escuela de Administración muestra poco aseguramiento, teniendo en consideración, la capacitación, metodología de enseñanza y desarrollo

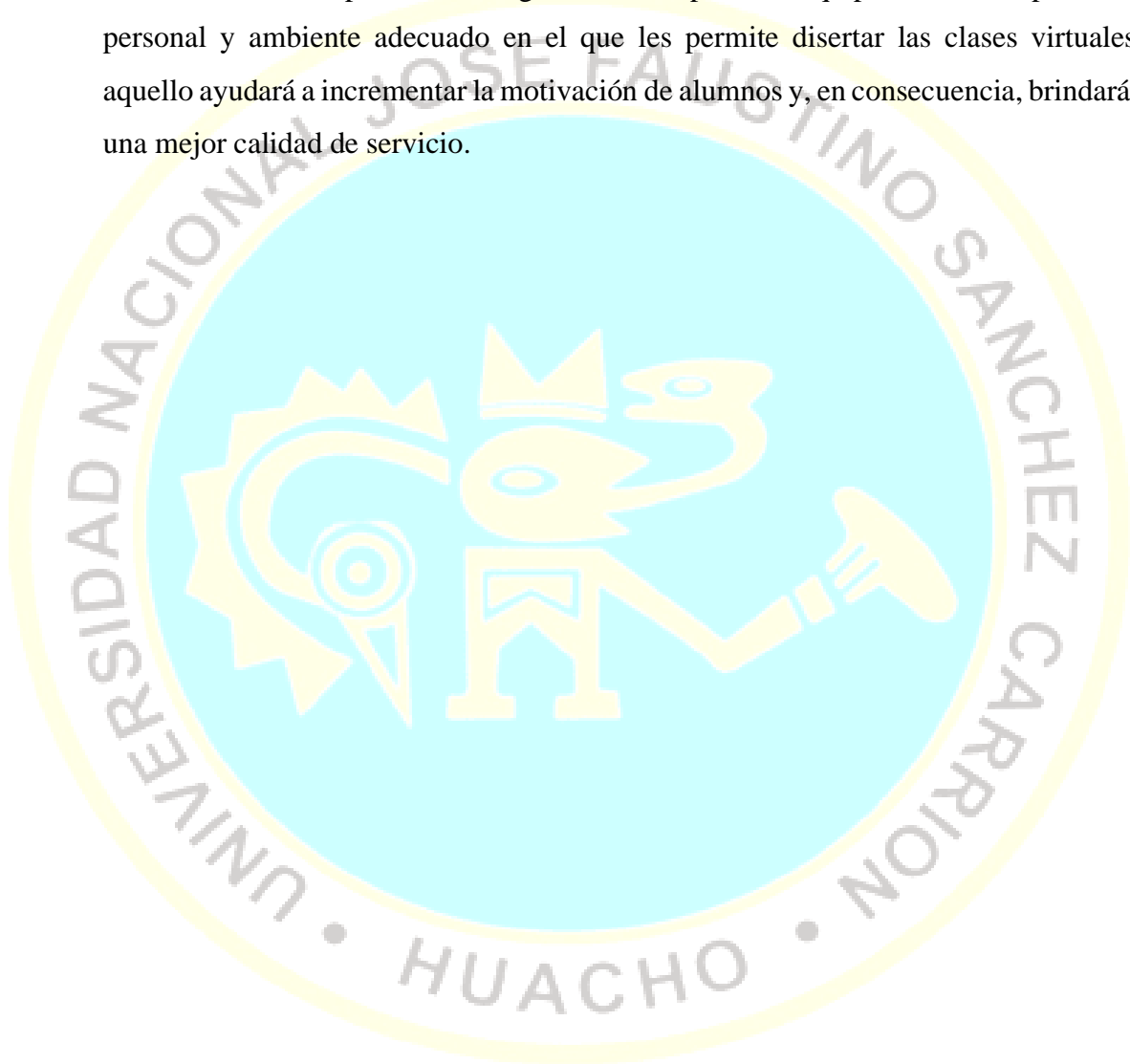
personal. Debido a lo cual, los docentes de dicha escuela están motivando de manera moderada a los alumnos.

- Por los resultados demostrados, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, debido a que la significancia es menor a 0,05. Entonces, lo tangible tiene relación preponderada con la motivación. Adicionalmente, la correlación es positiva-moderada, dado que nuestro coeficiente Rho de Spearman es 0.665. Finalmente, esto indica que, en la escuela de Administración se muestra poca tangibilidad, ello respecto al equipamiento, apariencia personal y ambiente adecuado para dictar las clases virtuales. Por esa razón, los docentes de dicha escuela están motivando de manera regular a los alumnos.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda al director de la escuela de Administración y, por ende, a todos los docentes en general mejorar la calidad de servicio que brindan, teniendo en cuenta cada una de las dimensiones ya mencionadas y estudiadas, ello les ayudará a lograr un mejor desarrollo profesional y también, aumentará sustancialmente la motivación de sus alumnos.
- Asimismo, se recomienda al director de escuela de Administración, generar capacitaciones para los docentes de manera constante para medrar la calidad de servicio brindado, valorando la empatía, esto implica, ser coherentes respecto a la asignación de tareas, así como también, generar el estímulo de participación en los estudiantes, y mostrarle la debida atención a cada uno de ellos y a los comentarios o participaciones que puedan emitir. Lo anterior mencionado, será para mejorar e incrementar gradualmente la motivación de los estudiantes.
- Se recomienda a los profesores mejorar la calidad de servicio que brindan, esto, organizándose un poco mejor de manera personal, teniendo a su vez, la capacidad de controlar sus emociones respecto al contexto que los rodea, y mostrar serenidad y confiabilidad, que es inherente al comportamiento ético, la formalidad e innovación que deberían poseer, puesto que, aquello ayudará a aumentar la motivación de los alumnos.

- También, se recomienda a los catedráticos de la escuela de Administración recibir capacitaciones para mejorar la calidad de servicio que brindan, teniendo en cuenta el aseguramiento, mismo que abarca la capacitación, metodología de enseñanza y desarrollo profesional de los mismos, pues, ello ayudará a incrementar notoriamente la motivación de los alumnos de la carrera de Administración.
- Finalmente, se recomienda a los docentes de la escuela de Administración ser un poco más cuidadosos respecto a lo tangible, esto implica, el equipamiento, la apariencia personal y ambiente adecuado en el que les permite disertar las clases virtuales, aquello ayudará a incrementar la motivación de alumnos y, en consecuencia, brindarán una mejor calidad de servicio.



REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Cadena, E. (2019). La motivación y su relación con el desempeño laboral de la empresa Envatub S.A de la provincia de Pichincha. *Tesis de título*. Pontífica Universidad Católica de Ecuador, Ambato.
- Cubas, N. (2016). La motivación y su influencia en el rendimiento laboral del personal en la I.E ADEU Deportivo S.A.C - Chiclayo. *Tesis de título*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel.
- Gil, G. (2019). La motivación y su relación con la calidad de servicio que brindan los colaboradores de la red de salud - Utcubamba, 2017. *Tesis de título*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Utcubamba .
- Gonzales, O. (2017). Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes usuarios con la atención administrativa en la facultad de ciencias contables y administrativas, NA-PUNO, 2017. *Tesis de título*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Lagos, V. (2015). La motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional en empresas Copelec. *Tesis de título*. Universidad del Bío - Bío, Chillán, Chile.
- López, D. (2018). Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. *Tesis de magíster*. Universidad Católica de Sntiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Medina, D. (2017). Calidad de servicio administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a la Universidad Nacional José faustino Sánchez Carrión, perio 2015. *Tesis demaestría*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huaura.
- Olvera, Y. (2013). Estudio de la motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani Obras y Proyectos. *Tesis de título*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
- Risco, R. (2020). Motivación del personal y calidad del servicio al usuario en el Municipio de la Provincia de Tumbes, 2019. *Tesis de maestría*. Universidad César Vallejo, Tumbes.
- Sum, M. (2015). Motivación y desempeño laboral. *Tesis de título*. Universidad Rafael Landívar, Quezaltenango, Guatemala.

7.2 Fuentes bibliográficas

- Bonilla, E., & Rodríguez , P. (1995). *Más allá del dilema de los métodos: La investigación de ciencias sociales*. Bogotá: Nomos.
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la investigación educativa*. Maracaibo, Venezuela: Coordinación del Estado de Zulia.

- Chiavenato, I., & Villamizar, G. (1979). *Administración de recursos humanos*. Mc Graw Hill.
- Dalton, M., Hoyle, D., & Watts, M. (2007). *Relaciones Humanas*. México: International Thomson Editores S.A.
- Drucker, P. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 Update. 4th Edition*. Boston: Allyn & Bacon.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Díaz Santos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. Méico: Mc Graw Hill.
- Imai, M. (1998). *Cómo implementar el Kaizen en el sitio de trabajo (Gemba)*. Bogotá: McGraw - Hill Interamericana.
- Kotler, P. (1988). *La organización permanece exitosa*. México: McGraw - Hill Interamericana S.A de V.C.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice - Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing. Sexta Edición*. International Thomson Editores S.A.
- Lovelock, C., Reynoso, J., D'andrea, G., Huete, L., & Wirtz, J. (2010). *Administración de servicios: Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. Estados Unidos: Addison-Wesley.
- Maslow, A. (1945). *A Theory of Human Motivation*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2009). *Marketing de servicios*. México: Mc Graw Hill.
- Pizzo, M. (2012). *Cómo servir con excelencia*. España: Académica Española.
- Sabino, C. (1986). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Welch, S., & John, C. (1998). *Quantitive Methods for Public Administration*. California: Pacific Grove Publising.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2001). *Marketing de servicios. Segunda edición*. México: MC Graw Hill.

7.3 Fuentes hemerográficas

- Barrios, E. (09 de 04 de 2020). Educación a distancia en tiempos de pandemia. *El peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/94178-educacion-a-distancia-en-tiempos-de-pandemia>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64; 80. Obtenido de <http://www.fce.unal.edu.co/revistainnovar>
- Escoriza, J. (1985). Motivación y Aprendizaje. *Psicología de la educación*, 10(1), 528 - 556. Obtenido de <http://www.revistadepsicologiayeducacion.es/>
- Hernández, J., Chumaceiro, A., & Atencio, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 458; 472. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/about>
- Lopez, M., Aran, V., & Richaud, M. (2014). Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 37 - 51. Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl>
- Mestre, M., & Samper, P. (1997). La empatía en la teoría de la personalidad. *Historia de la Psicología*, 18(1; 2), 191 - 203. Obtenido de <https://www.revistahistoriapsicologia.es/>
- Morales, V., & Hernández, A. (2004). Calidad y satisfacción en los servicios: Conceptualización. *Revista Digital - Buenos Aires*, 10(73).
- Morgade, M. (2000). Del valor estético de la empatía al negocio inteligente de las emociones: la psicología estética de Theodor Lipps a las puertas del tercer milenio. *Historia de la Psicología*, 21(2; 3), 359 - 372. Obtenido de <https://www.revistahistoriapsicologia.es/>
- Ospina, J. (2006). La motivación, motor del aprendizaje. *Revista Ciencias de la Salud*, 158 - 160.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41; 50. Obtenido de <https://www.ama.org/journal-of-marketing/>
- Pizam, A., & Ellis, T. (01 de 01 de 1999). Customer Satisfaction and its Measurement in Hospitality Enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(07), 326 - 339.

7.4 Fuentes electrónicas

- Castillo, E. (16 de 03 de 2010). *Escala Servqual para medir la calidad en el servicio*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>

Gómez, E. (18 de 10 de 2013). *Alma, Corazón y Vida. El confidencial*. Obtenido de Alma, Corazón y Vida. El confidencial: <https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/>

Pacheco, J. (11 de 11 de 2016). *Importancia e Impacto de la Ingeniería de confiabilidad*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/importancia-e-impacto-la-ingenieria-confiabilidad/>

Quiroa, M. (07 de 02 de 2020). *Aseguramiento de la calidad*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/aseguramiento-de-la-calidad.html>



ANEXOS

1. Matriz de consistencia

CALIDAD DE SERVICIO Y LA MOTIVACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS CLASES VIRTUALES DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN - HUACHO 2021.

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
PRINCIPAL	¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?	Determinar la relación entre la calidad de servicio y la motivación en las clases virtuales de los estudiantes de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.	La calidad de servicio tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.	VARIABLE 1 CALIDAD DE SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empatía ✓ Confiabilidad ✓ Aseguramiento ✓ Tangible 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enfoque de la Investigación: Cualitativo 2. Tipo de Investigación: Aplicada 3. Diseño de Investigación
ESPECÍFICOS	¿Cuál es la relación entre la empatía y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?	Determinar la relación entre la empatía y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.	La empatía tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.	VARIABLE 2 MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necesidades básicas o filosóficas ✓ Seguridad ✓ Afiliación ✓ Reconocimiento ✓ Autorrealización 	<ol style="list-style-type: none"> No Experimental -Transversal 4. Nivel de Investigación Correlacional 5. Población. 600 alumnos Muestra

<p>¿Cuál es relación entre la confiabilidad y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre la confiabilidad y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.</p>	<p>La confiabilidad tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.</p>		<p>234 alumnos</p> <p>6. Técnicas de recolección de datos:</p> <p>Encuesta, cuestionario</p> <p>7. Análisis interpretación de la información</p> <p>-Software SPSS, gráficos.</p> <p>-Correlación de Rho Spearman</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el aseguramiento y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre el aseguramiento y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.</p>	<p>El aseguramiento tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021</p>		
<p>¿Cuál es la relación entre lo tangible y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre la tangibilidad y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.</p>	<p>La tangibilidad tiene relación significativa con la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2021.</p>		

2. Instrumento de investigación

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ENCUESTA SOBRE CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACIÓN

Buenos días, la presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión respecto a la calidad de servicio que le brinda la escuela de Administración y la motivación que esta genera en usted, por lo que agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad, sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

I. DATOS DEL ENCUESTADO

1. Genero.

- a) Femenino
- b) Masculino

2. Indique el intervalo en el que se encuentra su edad:

- a) 18 a 23 años
- b) 24 a 30 años
- c) 31 a 36 años
- d) 37 a más

3. Estado civil

- a) Soltero (a)
- b) Casado (a)

4. Indique el intervalo en que se encuentra sus ingresos mensuales actual:

- a) Menos de s/. 930.00
- b) s/. 931 a s/. 1700.00
- c) s/. 1701.00 a s/. 2550.00
- d) s/. 2551.00 a más

II. INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piensa usted, Solamente una opción, Marque con claridad la opción elegida con un aspa “X”

1=Nunca; 2= Casi Nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre

Si no puede contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó este cuestionario y le explicó la importancia de su participación.

CALIDAD DE SERVICIO									
I. Empatía (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5
1.	La comunicación es amena, interactiva y clara.								
2.	Existe coherencia respecto a los comentarios en clase, y respecto a las tareas que se asignan.								
3.	Muestran interés en las opiniones de los estudiantes.								
II. Confiabilidad (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5
4.	Se disertan las clases virtuales con la formalidad que estas ameritan.								
5.	Los docentes hacen uso constante del aula virtual que brinda la Universidad.								
6.	El aula virtual de la escuela de Administración se encuentra siempre operativa.								
7.	Se observa amplio conocimiento del docente acorde al curso que dicta.								
8.	Las clases dinámicas e innovadoras (mostrando novedosas herramientas tecnológicas).								
III. Aseguramiento (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5
9.	La metodología de enseñanza va acorde a la nueva modalidad de educación a distancia.								
10.	Se observa capacitación del docente, el cual contribuye a su desempeño.								
11.	Se observa desempeño profesional por parte de los docentes.								
12.	Las tareas asignadas, están dentro de nuestra línea de carrera y aportan a nuestro desarrollo como futuros profesionales.								
IV. Tangibilidad. (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)					Calificación				
					1	2	3	4	5
13.	Cuentan con el equipamiento y materiales necesarios para cada clase.								
14.	Cuentan con un ambiente limpio y adecuado para disertar las clases.								
15.	Hay interrupciones en las clases virtuales, como: bulla, caída de la línea de internet, entre otros.								
16.	Muestran apariencia física (aliñado, forma de vestir) impecable.								

MOTIVACIÓN						
V.	Necesidades básicas o fisiológicas (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
17.	Se alimenta usted, como mínimo 3 veces al día (desayuno, almuerzo y cena, respectivamente).					
18.	Viste cómodo durante las clases.					
19.	Descansa usted, como mínimo 8 horas diarias.					
VI.	Seguridad (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
20.	Se les brinda confianza a los estudiantes para expresar sus opiniones.					
21.	Se les da autonomía a los estudiantes frente a cualquier actividad y/o trabajo a realizar.					
22.	Se apoya a los estudiantes que no están muy familiarizados con la nueva tecnología.					
VII.	Afiliación (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
23.	Se respeta y muestra interés por el estado de ánimo de los estudiantes en clases.					
24.	Se motiva a la interacción entre compañeros y profesor – estudiante a la vez.					
25.	Se realiza actividades de integración (entre compañeros) en clase.					
VIII.	Reconocimiento (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
26.	Percibe preferencias por parte de los docentes hacia algún(os) alumno(s).					
27.	Se realizan reconocimientos y/o felicitaciones por los logros obtenidos.					
IX.	Autorrealización (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
		1	2	3	4	5
28.	Busca mejorar y perfeccionar sus habilidades (blandas y duras) constantemente.					
29.	Se siente orgulloso del cumplimiento de sus objetivos.					

3. Ficha de confiabilidad firmado por el Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “Calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2021”

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa “X” dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo - 2: Malo - 3: Regular - 4: Bueno - 5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad: Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación ordenada					X
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad				X	
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos				X	
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

Muchas gracias por su respuesta.

Abril de 2021

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Miguel Ángel Luna Neyra

DNI: 15707284

Especialidad de Juez Experto: Marketing

Grado del juez experto: Doctorado

.....
Firma del Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “Calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2021”

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa “X” dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo - 2: Malo - 3: Regular - 4: Bueno - 5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad: Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación ordenada					X
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad			X		
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos			X		
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems				X	
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente			X		

Muchas gracias por su respuesta.

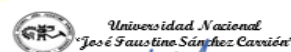
Abril de 2021

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Damaris Fafiola Medina Palma

DNI: 47463656

Especialidad de Juez Experto: Recursos Humanos

Grado del juez experto: Maestro



Mag. Damaris Fafiola Medina Palma
DC 1519

Firma del Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “Calidad de servicio y la motivación de los estudiantes en las clases virtuales de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2021”

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa “X” dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo - 2: Malo - 3: Regular - 4: Bueno - 5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad: Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación ordenada				X	
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad				X	
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos				X	
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Muchas gracias por su respuesta.

Abril de 2021

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Carlos Manuel León Sánchez

DNI: 41199839

Especialidad de Juez Experto: Recursos Humanos

Grado del juez experto: Maestro

.....
Firma del Juez Experto

4. Data de confiabilidad

N°	CALIDAD DE SERVICIO																MOTIVACIÓN																							
	D1			D2				D3				D4				D5			D6			D7			D8			D9												
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9
1	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	5	2	4	5	5	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	53	43	9	18	11	15	13	8	8	6	8
2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	53	47	11	18	12	12	13	10	10	6	8
3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	5	4	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	56	42	9	20	14	13	11	11	8	6	6
4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	59	54	11	18	13	17	14	12	12	6	10
5	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	4	51	41	9	17	14	11	10	9	10	4	8	
6	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2	2	4	4	56	43	12	17	13	14	11	11	9	4	8
7	3	3	3	3	3	4	3	2	2	1	3	2	2	3	4	4	5	5	3	3	4	2	3	3	3	1	3	4	4	45	43	9	15	8	13	13	9	9	4	8
8	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	57	45	10	18	15	14	12	11	10	5	7
9	2	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	2	4	3	5	56	52	10	17	15	14	15	12	11	6	8
10	3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	54	47	11	17	12	14	9	12	11	8	7
11	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	60	47	10	19	15	16	13	11	10	5	8
12	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	55	49	10	17	13	15	15	11	10	6	7
13	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	4	5	51	45	9	18	12	12	9	10	11	6	9
14	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	5	3	3	5	4	5	4	4	2	4	3	3	3	2	4	4	47	47	9	11	13	14	14	10	10	5	8
15	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	56	45	10	18	14	14	11	10	11	7	6
16	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	5	4	5	2	4	5	5	5	4	4	4	2	4	3	3	2	4	5	65	50	13	20	17	15	15	12	9	5	9
17	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	67	44	14	23	14	16	11	10	9	6	8	
18	3	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	3	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	2	4	3	2	2	4	4	57	40	10	20	15	12	9	10	9	4	8
19	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55	51	11	20	12	12	12	11	12	8	8
20	4	4	4	3	5	4	4	3	4	2	3	4	4	5	2	5	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	2	5	5	60	47	12	19	13	16	10	11	11	5	10

5. Data de la investigación

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
1	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	53	43	9	18	11	15	13	8	
2	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	53	47	11	18	12	12	13	10	
3	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	56	42	9	20	14	13	11	11	
4	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	59	54	11	18	13	17	14	12	
5	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	51	41	9	17	14	11	10	9	
6	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	56	43	12	17	13	14	11	11	
7	Masculino	18 a 23 año	Casado(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	45	43	9	15	8	13	13	9	
8	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	57	45	10	18	15	14	12	11	
9	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 2551.00 a más	56	52	10	17	15	14	15	12	
10	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	54	47	11	17	12	14	9	12	
11	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	60	47	10	19	15	16	13	11	
12	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 1701.00 a s/. 2550.00	55	49	10	17	13	15	15	11	
13	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	51	45	9	18	12	12	9	10	
14	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 1701.00 a s/. 2550.00	47	47	9	11	13	14	14	10	
15	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	56	45	10	18	14	14	11	10	
16	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	65	50	13	20	17	15	15	12	
17	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	44	14	23	14	16	11	10	
18	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	57	40	10	20	15	12	9	10	
19	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	55	51	11	20	12	12	12	11	
20	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	60	47	12	19	13	16	10	11	
21	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	55	47	11	18	12	14	14	10	
22	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	53	45	10	15	13	15	12	12	

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPA
1	6	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
2	6	8	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO
3	6	6	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO
4	6	10	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
5	4	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR
6	4	8	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
7	4	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	DEFICIENTE	REGULAR	REGULAR	BUENO
8	5	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
9	6	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
10	8	7	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR
11	5	8	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
12	6	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
13	6	9	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
14	5	8	REGULAR	REGULAR	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
15	7	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
16	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
17	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
18	4	8	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR
19	8	8	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO
20	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR
21	5	8	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
22	6	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
23	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	51	12	19	15	15	15	11	
24	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	51	39	9	16	13	13	11	9	
25	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	57	46	10	18	12	17	14	10	
26	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	50	10	23	18	16	12	11	
27	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	53	9	22	16	17	14	13	
28	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	51	12	19	17	16	14	14	
29	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	51	10	18	15	15	15	12	
30	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	50	12	17	16	16	13	11	
31	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	49	42	9	15	10	15	13	9	
32	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	52	41	9	16	14	13	9	11	
33	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	50	47	10	17	11	12	12	10	
34	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	55	43	10	20	12	13	10	10	
35	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	47	45	9	15	10	13	11	10	
36	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	55	48	9	18	15	13	11	11	
37	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	50	41	8	18	11	13	10	9	
38	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	57	48	10	18	14	15	8	12	
39	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	46	42	8	14	12	12	8	9	
40	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	40	36	6	12	9	13	13	6	
41	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	54	43	11	17	13	13	11	10	
42	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	55	40	10	17	14	14	9	11	
43	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	41	11	19	13	14	9	10	
44	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	56	11	20	14	19	15	13	

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
23	6	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
24	5	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
25	6	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
26	6	8	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
27	6	9	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
28	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
29	6	9	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
30	7	9	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
31	7	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
32	5	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR
33	8	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO
34	5	7	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
35	6	10	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
36	8	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
37	5	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
38	8	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
39	8	9	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
40	6	5	REGULAR	DEFICIENTE	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
41	6	6	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
42	6	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
43	6	6	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR
44	9	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
45	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	78	63	14	24	20	20	13	15	
46	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	77	58	15	25	20	17	13	14	
47	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	56	12	20	17	18	13	15	
48	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	72	57	13	25	17	17	14	15	
49	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	64	14	25	20	17	15	15	
50	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	66	44	12	22	16	16	11	12	
51	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	56	15	25	20	16	11	14	
52	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	72	48	13	23	19	17	10	13	
53	Masculino	37 a más	Soltero(a)	s/. 2551.00 a más	65	55	12	19	16	18	13	15	
54	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	74	55	13	23	20	18	12	13	
55	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	75	65	15	24	20	16	15	15	
56	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	47	12	20	16	14	12	11	
57	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	75	59	14	25	20	16	12	15	
58	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	54	11	20	16	15	14	15	
59	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	72	55	13	23	19	17	13	13	
60	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	47	11	19	14	13	13	13	
61	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	74	55	15	24	18	17	14	11	
62	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	73	57	11	25	20	17	15	15	
63	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	64	53	12	22	14	16	12	14	
64	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	57	15	24	20	17	13	15	
65	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	50	14	22	17	17	13	13	
66	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	66	55	12	21	16	17	13	14	

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
45	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
46	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
47	7	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
48	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
49	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
50	4	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
51	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
52	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
53	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
54	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
55	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
56	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
57	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
58	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
59	4	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
60	7	5	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
61	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
62	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
63	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
64	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
65	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
66	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
67	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	66	58	12	20	16	18	11	13	
68	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	56	15	24	20	17	13	15	
69	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	72	53	14	23	18	17	13	14	
70	Femenino	31 a 36 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	54	11	20	17	16	9	13	
71	Femenino	37 a más	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	63	43	13	21	16	13	10	10	
72	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	52	13	21	17	16	12	14	
73	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	48	13	23	18	17	12	12	
74	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	71	52	14	22	17	18	14	14	
75	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	54	12	20	16	16	13	13	
76	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	62	53	11	20	16	15	15	12	
77	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	64	45	12	22	16	14	11	10	
78	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	68	51	12	23	17	16	11	12	
79	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	77	61	15	25	20	17	15	15	
80	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	53	10	20	16	16	13	13	
81	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	57	14	22	18	17	14	15	
82	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	51	12	21	18	16	13	14	
83	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	73	60	12	24	19	18	15	14	
84	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	76	51	15	22	20	19	15	12	
85	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	66	51	14	20	17	15	12	12	
86	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	49	31	11	15	12	11	7	7	
87	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	74	51	15	22	20	17	14	14	
88	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	70	52	13	22	18	17	11	9	

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
67	10	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
68	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
69	8	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
70	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
71	7	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR
72	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
73	5	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
74	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
75	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
76	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
77	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
78	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
79	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
80	7	7	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
81	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
82	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
83	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
84	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
85	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
86	3	7	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
87	3	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
88	9	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

14 : ESTADOCIVIL Soltero(a) Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
89	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	49	14	22	17	17	13	15	
90	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	78	60	15	25	20	18	15	15	
91	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	44	11	21	16	16	9	11	
92	Femenino	37 a más	Casado(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	67	47	14	21	17	15	13	12	
93	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	41	11	17	15	15	10	13	
94	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	77	61	15	25	20	17	15	15	
95	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	80	65	15	25	20	20	15	15	
96	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	60	45	13	18	15	14	12	11	
97	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	57	15	25	20	16	15	15	
98	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	59	41	11	18	14	16	11	11	
99	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	78	61	13	25	20	20	14	13	
100	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	48	11	19	16	16	11	12	
101	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	73	58	13	24	19	17	13	14	
102	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	47	39	9	14	12	12	9	9	
103	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	48	11	18	13	15	13	12	
104	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	68	53	11	22	18	17	13	13	
105	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	58	13	19	20	19	11	15	
106	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	69	50	13	20	19	17	13	13	
107	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	75	59	15	23	18	19	13	15	
108	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	50	41	9	16	12	13	9	9	
109	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	65	53	12	18	17	18	11	13	
110	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 1701.00 a s/. 2550.00	65	48	11	20	17	17	15	12	

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

14 : ESTADOCIVIL Soltero(a) Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADC
89	4	6	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
90	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
91	6	6	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
92	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
93	4	7	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
94	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
95	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
96	4	7	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
97	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
98	3	6	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
99	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
100	6	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
101	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
102	6	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
103	5	8	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
104	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
105	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
106	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
107	7	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
108	7	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
109	6	9	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
110	2	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
111	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	60	47	12	17	15	16	13	12	
112	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	56	12	20	16	16	15	13	
113	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	65	54	12	22	16	15	14	13	
114	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	44	10	19	14	18	12	14	
115	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	68	64	13	21	16	18	15	15	
116	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	46	10	20	15	16	12	9	
117	Masculino	31 a 36 año	Casado(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	68	45	12	22	18	16	12	11	
118	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	54	12	21	16	18	14	13	
119	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	67	56	12	21	18	16	13	15	
120	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	65	46	12	21	16	16	10	11	
121	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	58	13	20	19	19	15	14	
122	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	48	40	9	15	11	13	13	11	
123	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	60	49	11	20	15	14	10	10	
124	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	77	61	14	25	19	19	15	13	
125	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	47	13	22	16	19	12	13	
126	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	43	10	21	17	13	13	9	
127	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	53	12	19	14	16	15	12	
128	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	78	63	13	25	20	20	13	15	
129	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	59	53	10	18	15	16	12	12	
130	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	50	42	9	16	11	14	10	11	
131	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	71	55	13	22	18	18	14	11	
132	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	56	15	21	18	17	15	14	

Vista de datos Vista de variables

ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
111	5	8	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
112	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
113	7	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
114	2	9	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
115	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
116	8	6	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
117	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
118	4	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
119	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
120	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
121	7	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
122	5	5	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
123	9	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
124	9	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
125	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
126	4	8	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO
127	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
128	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
129	8	9	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
130	5	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR
131	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
132	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
133	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	60	43	10	19	15	16	10	11	
134	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	73	50	14	24	18	17	12	14	
135	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	71	50	13	22	19	17	13	11	
136	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	62	49	10	22	15	15	15	11	
137	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	41	11	19	15	12	7	10	
138	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	41	9	20	16	16	9	10	
139	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	63	44	13	20	16	14	8	12	
140	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	69	45	12	23	15	19	12	13	
141	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	72	49	14	21	20	17	14	14	
142	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	60	49	11	18	14	17	11	13	
143	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	66	52	12	21	16	17	15	11	
144	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	54	14	21	18	17	12	11	
145	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 2551.00 a más	69	51	13	22	18	16	14	13	
146	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	75	59	14	23	20	18	14	15	
147	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	69	51	13	22	18	16	12	14	
148	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	53	12	20	16	16	12	10	
149	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	68	51	13	22	16	17	13	11	
150	Masculino	31 a 36 año	Casado(a)	Menos de s/. 930.00	76	54	15	23	20	18	11	13	
151	Femenino	18 a 23 año	Casado(a)	Menos de s/. 930.00	72	55	14	22	20	16	13	15	
152	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	43	11	20	13	17	11	10	
153	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	51	11	19	15	16	14	13	
154	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	74	65	15	23	18	18	15	15	

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
133	8	4	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
134	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
135	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
136	6	8	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
137	6	7	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR
138	6	6	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
139	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
140	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
141	3	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
142	6	7	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
143	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
144	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
145	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
146	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
147	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
148	9	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
149	9	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
150	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
151	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
152	6	7	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
153	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
154	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
155	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	58	46	10	18	16	14	13	11	
156	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	59	12	20	19	19	14	14	
157	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	63	52	12	20	16	15	12	14	
158	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	48	11	20	16	14	10	12	
159	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	48	12	23	20	16	10	15	
160	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	50	10	19	16	16	13	13	
161	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	60	55	13	17	14	16	11	12	
162	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	48	36	9	13	12	14	7	8	
163	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	45	11	16	15	16	12	12	
164	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	39	11	18	14	14	9	9	
165	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	53	38	11	17	12	13	10	9	
166	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	55	14	25	19	18	14	15	
167	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	72	58	13	23	19	17	15	15	
168	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	55	12	17	14	15	12	15	
169	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	66	57	13	22	19	12	14	14	
170	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	60	45	11	19	16	14	14	12	
171	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	52	14	20	13	15	14	14	
172	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	47	11	20	13	14	11	12	
173	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	52	13	18	16	14	11	14	
174	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 1701.00 a s/. 2550.00	25	32	6	8	4	7	10	6	
175	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	53	13	22	19	17	14	13	
176	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	59	14	21	18	18	14	15	

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
155	4	8	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
156	10	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
157	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
158	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
159	2	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
160	5	8	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
161	8	10	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
162	6	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR
163	5	6	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
164	6	6	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
165	5	8	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
166	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
167	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
168	6	8	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
169	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
170	3	5	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
171	3	7	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
172	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
173	6	8	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
174	5	5	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	REGULAR
175	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
176	6	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
177	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	51	14	24	16	16	11	12	
178	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	48	12	20	15	17	12	14	
179	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	55	46	10	18	12	15	12	12	
180	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	53	49	8	17	12	16	15	13	
181	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	60	47	11	22	13	14	11	9	
182	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	45	41	6	11	13	15	11	9	
183	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	80	60	15	25	20	20	14	15	
184	Femenino	31 a 36 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	55	14	21	18	18	12	13	
185	Femenino	37 a más	Casado(a)	s/. 2551.00 a más	72	60	14	21	19	18	14	15	
186	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	44	10	19	12	16	13	9	
187	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	68	47	11	24	18	15	14	11	
188	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	73	52	14	21	20	18	15	12	
189	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	66	49	12	21	17	16	13	12	
190	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	79	61	14	25	20	20	15	15	
191	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	70	53	12	22	18	18	12	14	
192	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 2551.00 a más	65	49	11	20	17	17	10	12	
193	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	53	14	24	20	18	9	13	
194	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	71	56	14	22	18	17	14	15	
195	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	68	54	12	20	19	17	14	14	
196	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	63	45	11	19	16	17	10	10	
197	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	78	58	15	25	20	18	15	15	
198	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	53	11	19	16	16	12	13	

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
177	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
178	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
179	3	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
180	6	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
181	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
182	6	6	REGULAR	DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
183	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
184	9	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
185	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
186	5	6	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO
187	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
188	6	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
189	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
190	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
191	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
192	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
193	9	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
194	6	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
195	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
196	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
197	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
198	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
199	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	54	39	11	17	13	13	10	9	
200	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	57	50	10	18	14	15	12	13	
201	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	48	38	9	15	12	12	8	9	
202	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	65	45	11	22	16	16	11	12	
203	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 2551.00 a más	66	51	10	21	17	18	15	15	
204	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	66	55	11	22	18	15	14	14	
205	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	47	13	20	17	14	12	11	
206	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	77	52	14	25	20	18	14	13	
207	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	40	46	6	12	8	14	13	12	
208	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	63	50	11	20	18	14	13	12	
209	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	61	55	11	18	16	16	13	12	
210	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	60	46	12	21	14	13	10	10	
211	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	63	50	12	20	16	15	12	12	
212	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	69	51	13	22	18	16	11	13	
213	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	44	11	19	16	15	12	10	
214	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	64	54	12	20	18	14	13	13	
215	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	52	48	8	18	13	13	13	13	
216	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	73	49	14	23	19	17	12	13	
217	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	69	57	13	21	18	17	15	13	
218	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	65	54	14	20	15	16	12	14	
219	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	44	14	16	13	15	10	9	
220	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	74	44	15	23	19	17	13	10	

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADO
199	6	6	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
200	6	8	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
201	6	6	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
202	2	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
203	3	9	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
204	4	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
205	5	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
206	6	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
207	8	5	REGULAR	DEFICIENTE	REGULAR	DEFICIENTE	BUENO	REGULAR	BUENO
208	6	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
209	8	10	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
210	6	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR
211	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
212	7	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
213	6	6	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
214	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
215	4	7	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO
216	4	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
217	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
218	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
219	6	8	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR
220	5	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	SEXO	EDAD	ESTADOCIVIL	INGRESOS	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
217	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	69	57	13	21	18	17	15	13	
218	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	65	54	14	20	15	16	12	14	
219	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	58	44	14	16	13	15	10	9	
220	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	74	44	15	23	19	17	13	10	
221	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	57	48	8	20	15	14	13	10	
222	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	61	52	11	20	15	15	12	12	
223	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	74	53	14	23	20	17	9	15	
224	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	52	40	8	19	13	12	10	9	
225	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	53	53	11	17	14	11	11	11	
226	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	74	45	15	25	19	15	10	8	
227	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	54	42	10	18	13	13	12	7	
228	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	62	51	12	22	15	13	11	13	
229	Masculino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	76	65	15	25	20	16	15	15	
230	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	67	53	12	22	20	13	12	15	
231	Masculino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	59	48	9	20	12	18	11	13	
232	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	75	65	11	24	20	20	15	15	
233	Femenino	18 a 23 año	Soltero(a)	Menos de s/. 930.00	62	50	12	20	16	14	11	12	
234	Femenino	24 a 30 año	Soltero(a)	s/. 931 a s/. 1700.00	62	47	12	21	16	13	11	11	
235													
236													
237													
238													

Vista de datos Vista de variables



ADMINISTRACION.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 26 de 26 variables

	D8	D9	XAGRUPADO	D1AGRUPADO	D2AGRUPADO	D3AGRUPADO	D4AGRUPADO	YAGRUPADO	D5AGRUPADC
217	6	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
218	5	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
219	6	8	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR
220	5	7	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO
221	7	9	REGULAR	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
222	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
223	4	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR
224	7	7	REGULAR	REGULAR	BUENO	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR
225	10	10	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
226	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	REGULAR
227	7	10	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
228	8	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
229	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
230	5	9	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
231	8	7	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO	BUENO
232	10	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
233	7	8	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
234	5	10	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO
235									
236									
237									
238									

Vista de datos Vista de variables

