



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

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA
VIETEL PERÚ S.A.C. - AGENCIA MOTUPE - 2021**

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

Autor:

Bach. Ñique Nuñez Alex Humberto

<https://orcid.org/0000-0002-6319-4020>

Asesor:

Dr. García Yovera Abraham José

<https://orcid.org/0000-0002-5851-1239>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Empredimiento

Pimentel - Perú

2022

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADO

CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENCIA MOTUPE – 2021

Asesor (a):

Dr. García Yovera Abraham José



Firma

Presidente (a):

Dr. García Yovera Abraham José



Firma

Secretario (a):

Mg. Rojas Jiménez Karla Ivonne



Firma

Vocal (a):

Mg. Sillva Gonzáles, Liset Sugeily



Firma

Dedicatoria

Le dedico esta investigación a Dios, ya que es el motor de mi vida y me permitió seguir luchando por mis metas, brindándome la fuerza y perseverancia para culminar la presente tesis.

A mi hija Sophia, esposa Isabel y familia, que a lo largo de mi vida me han brindado su soporte emocional y comprensión incondicional, ya que sin ellos no hubiera podido alcanzar mis metas y objetivos trazados, esperando no defraudarlos en esta etapa de vida.

A mi asesor, Dr. Abraham quien con su apoyo permanente y sabiduría me motivó y guio con sus conocimientos de manera didáctica, práctica y comprensible, en el ejercicio del presente estudio.

Alex Humberto.

Agradecimiento

Un especial agradecimiento a mis profesores y asesor, personas de gran sabiduría quienes me transmitieron sus conocimientos, los cuales he aplicado para culminar con éxito mi tesis, al jefe de Centro de Negocios de la empresa BITEL PERÚ S.A.C.- Agencia Motupe, quien autorizó la realización de la presente investigación, colaboradores y clientes por su gentil contribución en la encuesta aplicada. No ha sido fácil el camino hasta ahora, pero he seguido de la mano de Dios y mi familia, quienes con su inmensa bondad y amor hicieron que lo complicado de este trayecto se torne sencillo.

El Autor.

Resumen

El presente estudio presenta como objetivo general, proponer una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021. La investigación fue cuantitativa, de tipo propositiva-descriptiva, con un diseño no experimental, compuesta por 292 clientes de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021. En la recolección de datos se utilizó un cuestionario. Los resultados en esta investigación indicaron la situación actual de la calidad de servicio, el 43,8% de los clientes indican que hay un nivel medio; además que el nivel de satisfacción el 54,1% de los clientes indican que hay un nivel medio y que se observa en cada uno de los casos que el valor de $p < \alpha$ por lo que se rechaza H_0 , por lo tanto, se puede concluir que el diseño de una estrategia de calidad de servicio no mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.

Palabras Claves: Calidad de servicio, satisfacción, clientes.

Abstract

The general objective of this study is to propose a service quality strategy to improve customer satisfaction for the company VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021. The research was quantitative, of a propositional-descriptive type, with a non-experimental design, made up of 292 clients of the company VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021. A questionnaire was performed to collect data. The results of this research indicated that the current situation of the quality of service 43.8% of the clients indicate that there is a medium level; Furthermore, the satisfaction level of 54.1% of the clients indicate that there is a medium level and that it is observed in each of the cases that the value of $p < \alpha$, therefore, H_0 is rejected, therefore, it can be conclude that the design of a service quality strategy will not improve customer satisfaction for the company VIETEL PERÚ SAC, Agencia Motupe - 2021.

Keywords: Quality of service, satisfaction, clients.

Índice

| | |
|---|-----------|
| Aprobación del jurado | ii |
| Dedicatoria | iii |
| Agradecimiento | iv |
| Resumen | v |
| Abstract | vi |
| Índice | vii |
| I. INTRODUCCIÓN | 10 |
| 1.1. Realidad Problemática. | 10 |
| 1.2. Trabajos previos..... | 12 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema. | 17 |
| 1.4. Formulación del Problema. | 24 |
| 1.5. Justificación e importancia del estudio. | 24 |
| 1.6. Hipótesis. | 24 |
| 1.7. Objetivos. | 25 |
| 1.7.1. Objetivos General | 24 |
| 1.7.2. Objetivos Específicos. | 24 |
| II. MATERIAL Y MÉTODO | 27 |
| 2.1. Tipo y Diseño de Investigación. | 27 |
| 2.2. Población y muestra..... | 27 |
| 2.3. Variables, Operacionalización..... | 28 |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.. | 30 |
| 2.5. Procedimientos de análisis de datos | 31 |
| 2.6. Aspectos éticos | 31 |
| 2.7. Criterios de Rigor científico | 32 |
| III. RESULTADOS | 33 |
| 3.1. Tablas y Figuras..... | 33 |
| 3.2. Discusión de resultados | 38 |
| 3.3. Aporte científico | 40 |
| IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 49 |
| 4.1. Conclusiones..... | 49 |
| 4.2. Recomendaciones | 49 |
| REFERENCIAS | 50 |
| ANEXOS | 55 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Operacionalizacion de la variable independiente | 29 |
| Tabla 2. Operacionalizcion de la variable dependiente..... | 30 |
| Tabla 3. Aspectos éticos | 32 |
| Tabla 4. Criterios de rigor científico | 32 |
| Tabla 5. Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021..... | 33 |
| Tabla 6. Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021. | 34 |
| Tabla 7. Determinación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021. | 36 |
| Tabla 8. Determinación del nivel de satisfacción del cliente en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021 | 37 |
| Tabla 9. Mejorar la apariencia de las instalaciones | 42 |
| Tabla 10. Brindar un servicio de atención al cliente abierta y precisa; con ausencia de errores..... | 43 |
| Tabla 11. Aumentar la eficiencia de los colaboradores..... | 44 |
| Tabla 12. Ofrecer seguridad en el ambiente y el personal capacitado | 45 |
| Tabla 13. Practicar la escucha activa | 46 |
| Tabla 14. Presupuesto..... | 46 |
| Tabla 15. Matriz de consistencia..... | 55 |

Índice de figuras

| | |
|---|-----|
| Figura 1. Modelo de la Imagen | 19 |
| Figura 2. Modelo Servqual..... | 20 |
| Figura 3. Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021 | 33 |
| Figura 4. Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021 | 35 |
| Figura 5. Determinación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021. | 36 |
| Figura 6. Determinación del nivel de satisfacción del cliente en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021 | 37 |
| Figura 7. Logo de la empresa Vietel Perú S.A.C | 40 |
| Figura 8. Estrategias de sobre calidad de servicio para aumentar la satisfacción de los clientes en la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe..... | 41 |
| Figura 9. Mejorar la apariencia de las instalaciones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe | 42 |
| Figura 10. Foto aplicando la encuesta..... | 98 |
| Figura 11. Foto aplicando la encuesta..... | 98 |
| Figura 12. Propuesta | 128 |

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

1.1.1. A nivel internacional

Actualmente en el mercado, existe una gran cantidad de empresas telefónicas en competencia que las obligan a enriquecer la calidad de la prestación para lograr la complacencia y retención del consumidor, pero no solo en los proveedores de servicios directos también todos aquellos el cual se transforman en sus puestos de venta indagando una pronta respuesta por parte del usuario. Por tanto, para buscar una rápida retroalimentación de los clientes es necesario definir un FODA, para conocer qué valoran los clientes, también conocido como percepción de calidad para que se puedan realizar ajustes para lograr las metas y objetivos.

Es así que la calidad es uno de los factores más esenciales para que los compradores seleccionen la mejor opción. Varias fuentes señalan que atraer nueva clientela cuesta de 3 a 30 veces más que retener a un cliente actual. Del mismo modo, American Express (2017) mencionó que el 33% de americanos considerarían cambiarse de empresa en el caso que haya una mala calidad del servicio. Igualmente, Gartner precisa que el 64% valoran la experiencia de todo el servicio y una buena calidad del precio del producto. En consecuencia, como afirma New Voice Media, el no hallarse estimado por la compañía es el principal motivo por lo que los clientes cambian de servicio o producto. Mosley (2018)

Las compañías de telefonía móvil celular brindan a sus consumidores o clientes servicios y productos, su principal negocio es brindar servicios de telecomunicaciones como, la trasmisión de voz. Asimismo, últimamente ofrecen trasmisión de datos, la empresa de telefonía Telcel - México indica que el factor más influyente para lograr el auge de una empresa es el servicio al cliente, lo cual el conocer las características del servicio y de tal manera como repercuten en el consumidor se puede transformar en una excelencia competitiva en el mercado. Gonzalez (2019).

En Ecuador, Tisalema et al. (2019) estudiaron la calidad de la prestación brindada en base a un soporte técnico, a la velocidad máxima y mínima, asimismo la prestación de datos, así como el de voz, además de un soporte técnico y la

cobertura. Es así que con dicha información se evidencio que los usuarios habitualmente activan paquetes de datos, donde el 32% de los clientes se encuentran contentos con el servicio contratado lo cual causa preocupación debido a que no hay garantía del servicio que ofertan sean eficientes, por ello el control de telecomunicaciones y las autoridades de regulación deben estar alertas.

1.1.2. A nivel nacional

En Perú, existen innumerables entidades en la industria de la telefonía, estas requieren ampliar sus estrategias con la finalidad de ser reconocidas por una excelente calidad en sus servicios o productos y de tal manera conseguir la satisfacción de los clientes.

Según el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) en su estudio, realizo una comparación con el servicio público, se evidencio que para el 1° semestre del 2019 hubo 8043 interrupciones que se registraron, en donde el 47% y 27% se generó cortes de energías y fallas en la red de las compañías operadoras respectivamente. Además, cabe señalar que una mala o buena calidad de una prestación va a estar sujeta de la banda radioeléctrico, un buen despliegue de infraestructura y las distintas facilidades administrativas, establecidas por el gobierno para la instalación de antenas. OSIPTEL (2019)

Además, el diario La República (2017), en su investigación precisa que las compañías de telefonía deben entender a sus usuarios con el fin de tener un público frecuente. Lo cual se logra con un buen servicio y distintas ofertas según las necesidades de los usuarios. Por ello, el servicio brindado debe ser también después de lograr la adquisición del producto o servicio de tal manera continúe el vínculo con la empresa y en un futuro ofrecerles nuevos servicios o productos.

Por otro lado, Ruiz (2019), en su estudio precisa que la industria de telecomunicaciones es activa, por lo cual tiene tendencias apogeo, lo cual se demuestra con la cantidad, el número de abonados y la diversidad de los servicios prestados. De este modo, este aumento debe ir frecuentado con una buena calidad, el cual debe incluir una excelente atención a la clientela. De la misma manera, incluye la atención al cliente.

1.1.3. A nivel local

A nivel local VIETEL PERÚ S.A.C. es una marca de servicios de telecomunicaciones perteneciente a la transnacional VIETTEL GROUP, esta empresa ha transformado en el reciente operador de telefonía móvil en Perú, por lo cual hasta el día de hoy ya tiene un poco más de 60 millones de afiliados en un ámbito mundial. Esta compañía tiene el pacto de presentar un servicio de calidad, lo cual incluye tecnología avanzada logrando la satisfacción de sus clientes. Además, acomodando al cambio efectuando una gestión de calidad para cubrir las necesidades, ofrecer una prestación de calidad y un servicio posventa.

Actualmente, la calidad de servicio abarca un rol esencial en la Empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debido a que es una entidad que proporciona servicios, lo cual busca fidelizar a los usuarios y de tal manera se sientan complacidos con los productos, servicios y liderar el mercado. A pesar de que la industria telefónica es competitiva debido a los productos o servicios similares, para la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., su finalidad es lograr la diferenciación y de tal manera sobresalir antes sus competidores, ya que la empresa en su comienzo no ha contado con un proceso para evaluar la calidad que ofrecen a sus clientes y saber si se encuentran satisfechos, lo cual fue complicado para la compañía enterarse si el servicio que brindaban estaba fallando o había dificultades por parte de la compañía.

1.2. Trabajos previos.

1.2.1. A nivel internacional

Rivera (2019) en su estudio tuvo como finalidad estudiar la calidad de la prestación así como la satisfacción de los usuarios de una empresa en Ecuador. Asimismo, este estudio fue cuantitativo, con un nivel descriptivo y además deductivo. Por otro lado, se utilizó la encuesta, en donde se aplicó a 180 usuarios, siendo estos la muestra. Es efecto, se puede demostrar que existe enormes brechas negativas entre las habilidades así como en la capacidad de respuesta, por ende estas deben reducirse. En conclusión, aquellas percepciones con respecto a la calidad del servicio la cual ofertan es menor a aquellas perspectivas que tienen los usuarios.

Remache (2019), en su estudio, expuso como fin establecer la relación de calidad de servicio y también de la satisfacción de los usuarios de una entidad. Es así que se empleó un estudio cuantitativo, con un nivel descriptivo y además deductivo. Asimismo, se utilizó la encuesta y esta se aplicó a 12 usuarios. De tal manera, se evidenció que hay relación entre ambas variables estudiadas, ya que el coeficiente en cuanto a la correlación de Pearson, es de 0.579; además, presenta una significatividad bilateral del 0.048. En conclusión, cuando aumenta la calidad de la prestación con respecto a los usuarios, acrecentará la satisfacción de este.

López (2018) en su estudio tiene como finalidad establecer si existe relación con respecto a la calidad de servicio lo cual es esencial para todo el procedimiento de las ventas y la complacencia de los usuarios del restaurante RACHY'S, en Guayaquil. Esta investigación tuvo un enfoque mixto; de tipo correlacional, cuya diana fue de 7280 clientes y la muestra fue de 365 clientes a aplicar. Abarcando el instrumento el cuestionario. Con los resultados se pudo evidenciar que en cuanto a una respuesta veloz y a la empatía hay insatisfacción. Además, con respecto a las dos variables existe una correlación de manera positiva.

Salazar y Sevilla (2018), en su investigación, tuvo como objetivo principal fue establecer maniobras de importancia para aumentar el potencial en la entidad CONECEL S.A "CLARO", en Tungurahua. En su metodología utilizó una investigación cuantitativa y explicativo-descriptiva. Del mismo modo, empleó una diana de 11.822, donde la población fue los trabajadores internos de las distintas compañías en el rubro de telefonía que se encuentran en dicho lugar y de muestra 120 donde se suministró un cuestionario. Con los resultados se han señalado que es imprescindible subsanar aquellas apariencias más relevantes, con la intención de ofrecer una mejor prestación en el servicio a dichos clientes. Se concluye que hay relación entre la calidad, de servicio y la competitividad en la entidad estudiada. De modo que, se afirma la hipótesis (H1) y de tal manera se rechaza la hipótesis nula (H0).

Soriano (2017), en su averiguación tiene como finalidad principal fue examinar la perspectiva de calidad que sostienen los clientes en cuanto a la satisfacción de la prestación de transporte terrestre, de pasajeros en Puerto Ayora. En su metodología utilizó una investigación cuantitativa y explicativo-descriptiva, de igual

manera utilizó una diana de 11.822 habitantes fijos de dicho lugar de 15-65 años conforme al Censo 2015, con 96 de muestra para aplicar. Por ello se ha realizado el método de la encuesta con su respectiva herramienta el cuestionario. Con los resultados se pudo evidenciar el inadecuado manejo de los servicios que brindan las cooperativas. Se concluyó que dicho modelo, el cual fue adaptado a causada gran relevancia debido a que se obtuvo una mejora en todos los procesos ocasionando que se reduzca los tiempos de espera, en donde el 59% tuvo una aceptación con respecto a la calidad de la prestación.

1.2.2. A nivel nacional

Gonzales y Huanca (2020) es tu investigación tiene como propósito general fue diagnosticar la relación que existe entre la calidad de la prestación y también con la satisfacción de la clientela de restaurantes de pollos a la brasa en el 2018. En su metodología utilizó una aplicación cuantitativa con un diseño no experimental del tipo descriptivo – correlacional, además, se tuvo una muestra de 384 consumidores, de tal manera se utilizó la encuesta con el fin de obtener información por medio de un cuestionario. Con los resultados se consiguió la validación de las posibilidades donde se pudo reconocer el nivel de correlación que existen entre dichas variables, donde los clientes de los restaurantes mostraron un interés favorable. Se concluyó que la primera variable (calidad de servicio) está vinculada de una forma positiva con la satisfacción de los usuarios, en donde se puede conformar con la Rho SPEARMAN con un 0.504 y con un nivel de significancia de 0,000.

Sánchez (2019) tiene como fin examinar la correlación entre la calidad de servicio y el interés al cliente de la compañía América Móvil, CAC Huancayo, 2018. En su metodología utilizo un estudio de tipo aplicada; asimismo explicativa y también no experimental y de enfoque mixto, además se usó una población de 490 clientes, por el cual se calculó una muestra de 240 clientes a encuestar. Con los resultados se pudo evidenciar que el 54,2% de los encuestados indicó que la entidad en algunas ocasiones brinda un servicio de forma honrada. Se concluyó que hay correlación significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,849$), en donde las variables presentan una relación significativa para la empresa América Móvil.

Navarro (2018) en su tesis el objetivo principal que planteó como fin instaurar la influencia de la calidad de prestación y el agrado de las personas en relación a la

ayuda ofrecida en el centro de atención y ventas de la compañía Claro, ubicada en Chachapoyas. En su metodología usó un planteamiento cuantitativo de nivel correlacional-descriptiva. La diana es de 590 habitantes y la muestra es de 151 usuarios elegidos de una forma sistemática. Posteriormente, se les realizó una encuesta con su respectiva herramienta el cuestionario. Con los efectos se pudo evidenciar que la calidad de prestación de la entidad es parcialmente alta, con un promedio final de 4.22. Se concluyó que, es esencial ofrecer una prestación de calidad a los clientes y por consiguiente conseguir el agrado de los mismos.

Ccaccya (2018) en su averiguación tiene como fin examinar si existe relación entre la calidad de servicio y también la satisfacción de la clientela de la compañía Teleservicios Populares, en Junín, 2018. En su metodología utilizó una investigación cuantitativa, correlacional, además la diana fue de 121 clientes y se dedujo una muestra de 92 usuarios a encuestar. Con los resultados se pudo precisar que la apreciación del usuario en cuanto a la calidad de indagación de servicio es del 66.3 % es decir un nivel alto. Finalmente, hay una relación importante entre dichas variables del estudio de dicha empresa obteniendo $r = 0.844$, $p = 0.000 < 0.05$.

Rivera (2018) en su estudio tiene como fin general establecer la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los clientes de la empresa Consorcio Fredy. En su metodología utilizó el tipo de búsqueda no experimental de corte transversal con un planteamiento descriptivo correlacional. Además, la población fue de 90 usuarios, la información se consiguió de forma censal. Con los resultados se pudo evidenciar que las dimensiones de calidad de prestación y entre ambas variables en la empresa estudiada están altamente correlacionadas.

1.2.3. A nivel local.

Ruiz (2020) en su indagación “La calidad de la atención en los servicios de telefonía” - Chiclayo. Cuyo objetivo fue establecer estrategias con la capacidad de competir para aumentar la calidad del servicio de la compañía San José - Movistar Agencia Motupe. En la metodología usó un planteamiento aplicado, asimismo de nivel propositiva - descriptivo y es una búsqueda cuantitativa y no experimental. La diana es de 1200 consumidores mensuales que acuden al Restaurante Fiesta con

una muestra de 196 usuarios a encuestar. Además, se empleó el cuestionario. Con los resultados se evidencio que, el nivel de calidad de prestación en dicha entidad es menino donde el 57% de las personas encuestadas opinaron sobre ese aspecto. No obstante, solo el 16% piensan que la condición de servicio es alta, donde el 57%, precisan que el nivel de la calidad de servicio en la entidad es bajo. Finalmente, el agrado integral de los clientes de los servicios públicos de telecomunicaciones no tiene relación solamente con respecto a la calidad del servicio, además con la calidad en cuanto a la atención obtenida por la empresa.

Montes (2020) tiene como finalidad plantear un plan de mejora de calidad de prestación para el agrado del cliente en el restaurante “Toscana Pizza y Café”. En cuanto a su metodología fue de manera descriptiva y también propositiva, con un planteamiento no experimental. Además, la población fue de 220 usuarios, obteniendo una muestra de 141. Por otro lado, se empleó el cuestionario. Con los resultados se evidencio que el 31% está en desacuerdo y, por otro lado, el 30% en total desacuerdo, en donde se precisa que han obtenido una infausta experiencia sobre los servicios que presta el restaurante. Se concluyó que la calidad de prestación es escasa y que no cubre sus demandas o perspectivas a causa de las definiciones presentadas en la entidad, lo cual es desventajoso para la compañía.

Nauca y Collantes (2019) en su investigación tiene como propósito general fue plantear tácticas de calidad de prestación para aumentar el agrado del usuario del gimnasio Olympo Chiclayo, 2018. En su metodología fue descriptiva, además de propositiva, teniendo un diseño no experimental. Por otro lado, fueron 240 usuarios para lo cual se utilizó una muestra de 208 de usuarios en los distintos horarios que presenta la empresa; además, se empleó la encuesta para la variable de satisfacción al cliente y para calidad de servicio se empleó una observación directa. Es así que se demostró faltas en la limpieza en los SS.HH., mínima comunicación para dar bienvenida a los usuarios desde la entrada, en el momento de entrar y hasta finalizar. Se concluye que el nivel de agrado del usuario en la empresa estudiada se puede determinar que hay un relevante nivel de atención de las necesidades; sin embargo, un 14% preciso que existe una precariedad en el servicio.

Díaz y Soto (2018) en su estudio tiene como fin primordial descubrir el grado de satisfacción del usuario, en la Discoteca Magno S.A.C mediante el modelo SERVPERF. En la metodología se empleó un estudio cuantitativo, con un nivel correlacional, asimismo se usó una diana de 66000 personas que asistieron los fines de semana por la cual tomó una muestra de 363 usuarios a encuestar, además se utilizó la herramienta del cuestionario. Con los resultados se pudo evidenciar que el nivel de agrado en la calidad de servicio al cliente, en la Discoteca Mango fue agradable. Se concluyó que el cliente queda satisfecho con el servicio prestado.

Saavedra (2018) en su investigación tiene finalidad principal indagar la relación entre la calidad de prestación y el agrado de los consumidores de la compañía Macga SAC. En la metodología se estableció un planteamiento cuantitativo y de nivel correlacional, además la diana y la muestra de 261 consumidores a encuestar. Con los resultados se pudo evidenciar que, cuatro de cinco si tienen influencia a excepción del elemento tangible la cual no tiene relación. Se concluyó que la satisfacción del cliente tiene que ver más por factores como lo intangible y lo emocional. Por ende, recomienda que la compañía ponga énfasis en mejorar dichos factores que son de modo subjetivo.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1 Calidad de servicios

1.3.1.1 Definición

De acuerdo con Grönroos (1984) refleja que:

Debe ser vista desde el criterio del usuario, precisando que es el efecto de la evaluación donde los clientes comparan sus perspectivas con la apreciación del servicio prestado. El investigador se centra en el consumidor, señalando que la calidad del servicio da vuelta en torno a la figura del comprador.

Según Parasuraman, et al. (1994) sostuvieron que:

Se refiere al grado de diferencia entre el criterio y las expectativas de los consumidores.

Por su parte, Witt y Stewart (1996), menciona que:

Esta sujeta a que dicha prestación encaje con las perspectivas de los usuarios.

1.3.1.2 Características de la calidad de servicios

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2004), menciona la siguientes características:

- a) Intangibilidad:** Es decir que los servicios no se pueden palpar, trasladar; además es insabora e incolora. La cual estas son las peculiaridades que más determina un servicio y lo que disimula de un producto.
- b) La heterogeneidad/variabilidad:** Debido a la índole de los servicios, cada uno de ellos es desigual, exclusivo por ende no se puede duplicar por los proveedores que prestan dicho servicio. Si bien los productos se pueden fabricar en uniformidad, no se puede sostener lo mismo de los servicios.
- c) Perecederos:** Aquellos servicios que no tienen la posibilidad de poder guardarse, retornar o ser revendidos siempre y cuando se hayan utilizado. Por ello, cuando se da el servicio a los usuarios y por ende se consume este no se debe dar a otro usuario.
- d) Inseparabilidad/simultaneidad de producción y consumo:** Es cuando los servicios se consumen en ese mismo instante.

1.3.1.3. Importancia de la calidad de servicio

Kotller (2006), alega que es esencial puesto que encamina a complacer las necesidades, por ello es importante disminuir aquellos imperfectos en el servicio o producto para así evitar despilfarro sobre todo de recursos y de tiempo. Por otro lado, es esencial porque aumenta las ventas, del mismo modo la competitividad en la empresa. Asimismo, eleva la satisfacción en cuanto a las necesidades de los usuarios, lo cual garantiza una buena relación con los clientes.

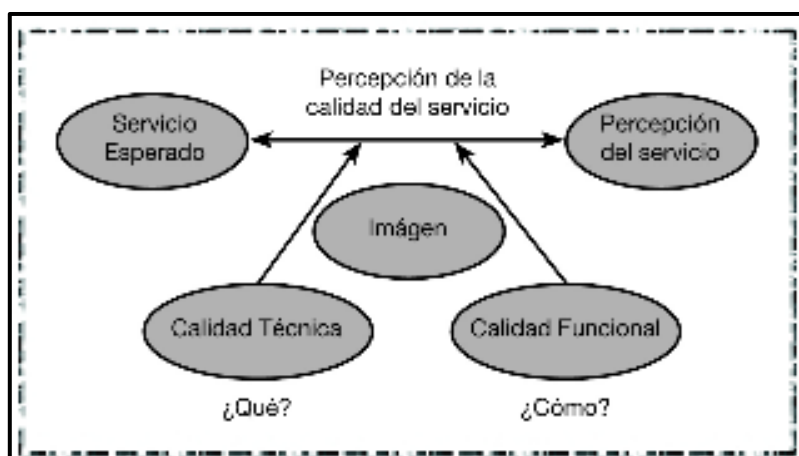
1.3.1.4 Modelos de medición de calidad de servicio

- a) La escuela nórdica (Modelo de la IMAGEN)**

Este modelo asocia la calidad con la representación de la empresa. En la figura N°1, plantea el “qué se da” y el “como se da”, es decir como los usuarios observan la calidad junto con la calidad técnica y la funcional. La representación es un factor fundamental para calcular la calidad comprendida. Grönroos en definitiva, afirma que el usuario se ve intervenido por el fruto del servicio brindado, no obstante es esencial la imagen de la compañía y como lo percibe. Por esa razón se aprende las desemejanzas entre un servicio prestado y su percepción de dicha prestación.

Figura 1.

Modelo de la Imagen



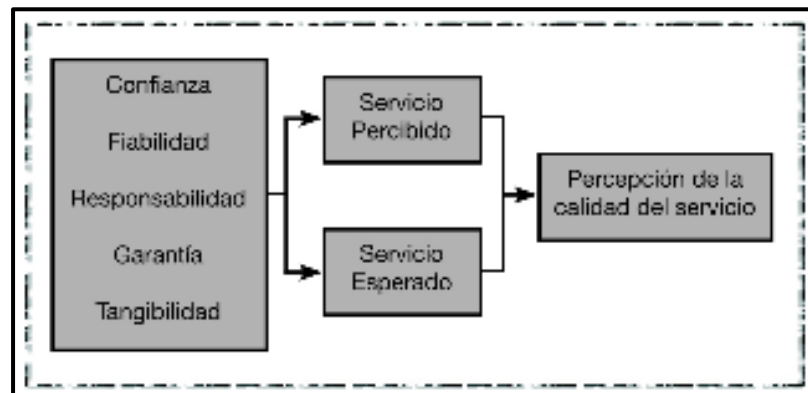
Nota. Grönroos (1988)

b) Escuela americana (Modelo SERVQUAL)

Este modelo es uno de los más utilizados por los distintos investigadores hasta el día de hoy, debido a la multiplicidad de artículos e investigaciones. Los autores comenzaron del modelo de no validación como Grönroos, para florecer una herramienta el cual posibilite cuantificar la calidad percibida de la ayuda. Después de ciertos estudios y averiguaciones, se desarrollo un instrumento que posibilite evaluar la calidad de la prestación, el cual es el ejemplo SERVQUAL. Dicho instrumento da la facultad de calcular las posibilidades y percepciones de los consumidores, en base a los comentarios por los usuarios en el estudio. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

Figura 2.

Modelo Servqual



Nota. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)

1.3.1.5 Dimensiones de calidad de servicio

Para Parasuraman, et al. (1985), cuenta con las siguientes dimensiones:

a) **Fiabilidad**

Es la competencia a efectuar el servicio pactado de forma confiable y meticulosa: precisa y con tino; con carencia de errores. Del mismo modo, esta característica se fundamenta en la apreciación que tiene el cliente con la posibilidad de producir un servicio pactado en tiempo y de forma establecida.

b) **Elementos tangibles**

Son aquellos componente que están personificados por cualidades físicas, como el aspecto del establecimiento físico, los diferentes equipos que administra la compañía. Asimismo, el personal está disponible para ofrecer los productos o servicios y los materiales utilizados para comunicarse de manera externa o interna.

c) **Capacidad de respuesta**

Aquella capacidad de la organización para otorgar una respuesta veloz y flexible a los usuarios. De igual manera, facilitar un servicio veloz en donde supere sus expectativas.

d) **Seguridad**

Se basa en los conocimientos disponibles que cada subalterno tiene, en donde tienen un impacto en la manera de atención que ofrecen a los usuarios y en la capacidad de ganar la confianza en los clientes. Es así que simboliza la seguridad de que los usuarios estén protegidos al momento de escoger el servicio de una organización.

e) Empatía

Es la habilidad de dar un interés personalizado y ordenada a los clientes y esto se demuestra siendo considerado con los clientes, sabiendo tratarlos con el respeto que merecen, además, que se sienta apreciado de forma individual.

1.3.2 Satisfacción del cliente

1.3.2.1 Definición

Según Kotler y Amstrong (2004), indican que:

La satisfacción de los consumidores es la sensación de agrado o desencanto el cual consiste en relacionar aquella experiencia del producto, es decir, del resultado con aquellas expectativas de ganancias anteriores. Si los resultados son más bajos de lo esperado, el consumidor no está contento. Si los rendimientos sobrepasan las perspectivas, el consumidor queda enbelsado.

Según Cantú (2001), precisa que:

La complacencia de los consumidores externos es el sentimiento de que aquellos usuarios comprenden a cerca del servicio o producto faciliten que la compañía indague sobre aquellos parámetros para medir el desempeño y empujar a ser mejores y llegar a la excelencia.

De acuerdo con Lamb, et al. (2006), manifiesta que:

La satisfacción de las personas es la valoración de un bien o una prestación para ver si satisface las diferentes perspectivas y necesidades de los consumidores, ya que el no satisfacer dichas necesidades conducen a la

insatisfacción. Por ello, mantener felices a los usuarios es esencial para atraer y fidelizar clientes y es más barato.

Según Kotler (2002), alude que:

La satisfacción del comprador tiene relación con la percepción de las sensaciones de un usuario al comprar un servicio o producto y lograr las expectativas de cada uno.

1.3.2.2 Importancia de la satisfacción del cliente

García (2011), menciona que es esencial ya que es algo imprescindible para obtener un sitio en la cabeza de los usuarios de modo que también en el target.

Por otro lado, Ligeró (2011) precisa que es fundamental ya que al descubrir el nivel de complacencia de los clientes se podrá establecer el grado de lealtad y fidelidad de una compañía.

1.3.2.3 Beneficios de lograr satisfacción del cliente

Kotler y Armstrong (2004) mencionan que aunque existen varios beneficios que cualquier compañía se puede alcanzar los diferentes beneficios se requiere de dedicar un concepto transparente de la esencialidad de alcanzar la satisfacción de los usuarios.

- a) Primer Beneficio:** Los clientes satisfechos suelen recomprar. De este modo, la compañía gana su lealtad como beneficio y, por lo tanto, es probable que le venda igual el producto u otros productos complementarios para el futuro.
- b) Segundo Beneficio:** Los usuarios satisfechos manifiestan a los demás sus vivencias positivas con respecto al servicio o producto brindado. Por ende, la compañía tiene como beneficio una publicidad gratuita ya que esta va de oído a oído empezando desde la familia, amigos y conocidos.
- c) Tercer Beneficio:** Los clientes que están satisfechos no van a la competencia. Así, la empresa consigue una concreta posición en el mercado como ventaja.

1.3.2.4 Fórmula para determinar la satisfacción del cliente

Con el fin de proporcionar una utilización en ejercicio a lo observado anteriormente, a continuación, se utilizará esta fórmula.

$$\frac{\text{Rendimiento Percibido} - \text{Expectativas}}{\text{Nivel de Satisfacción}}$$

A fin de emplearla, primero debemos adquirir a través de estudios la ganancia percibida. Asimismo, aquellas posibilidades de los usuarios antes de realizar las compras. A continuación, se da un valor a los efectos. Empleando estos parámetros:

| | |
|----------------|-----------|
| Excelente = 10 | Bueno = 7 |
| Regular = 5 | Malo = 3 |

En cuanto a las perspectivas se empleara las posteriores referencias:

Expectativas Elevadas con valor de 3

Expectativas Moderadas con un valor de 2

Expectativas Bajas con un valor de 1

En cuanto al nivel de satisfacción se empleará estos criterios:

Cuando está complacido será el puntaje de 8 a 10, en el caso de satisfecho será de 5 a 7 y finalmente insatisfecho con un valor igual o menor a 4.

1.3.2.5 Dimensiones de la satisfacción del cliente

Según Thompson (2005) se compone por tres factores, el rendimiento percibido; asimismo, las expectativas y finalmente los niveles de complacencia.

a) El Rendimiento Percibido: Es aquella estimación del servicio proporcionado al usuario, lo cual el mismo usuario genera un valor después de obtenerlo. En otra palabras, es el resultado que el consumidor distingue de la obtención del servicio o producto que compro.

- b) Las Expectativas:** Las “esperanzas” que los usuarios quiere lograr, como: promesas hechas por la compañía relacionadas con la ganancia que aporta el producto o servicio o el negocio, practica de compra previas o recomendaciones de amigos y familiares. Es decir, cuando las perspectivas son bajas no atraeran consumidores, en cambio si son altas los usuarios tendrán un sentimiento de desilución posterior a la compra.
- c) Los Niveles de Satisfacción:** Después de efectuar la transacción de un servicio o artículo, los usuarios pueden percibir los siguientes grados de satisfacción: insatisfacción, es decir el servicio ofrecido no consigue las perspectivas de los consumidores; la complacencia, el servicio ofrecido sobresale o extralimita las expectativas de los usuarios y finalmente la satisfacción, en cuando el servicio ofrecido se amolda a las expectativas de los usuarios.

1.4. Formulación del Problema.

¿De qué manera la calidad de servicio mejorará la satisfaccion del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

Ñaupas et al. (2013), indican que la justificación se agrupa desde la teorico, asi como lo metodológico, también lo social y finalmente lo práctico.

Justificación teórica, debido a que se fundamenta en la teoría de calidad de servicio dada por Parasuraman, Berry y Zeithaml; el cual se sustenta en la disimilitud en cuanto a las expectativas y percepciones, en donde se dará a saber la satisfacción de los usuarios.

En cuanto a la metodológica, en este estudio se realizó y se validó dos instrumentos, el primero en base a la calidad de la prestación y el segundo en base a la complacencia de los usuarios, lo cual funcionará para futuras investigaciones con dichas variables.

Justificación social, se da porque la ejecución de la presente investigación va a permitir tomar buenas decisiones con respecto a la mejora de calidad y cuidado en la atención a los usuarios de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C.- Agencia

Motupe, lo que beneficiará a la compañía, los trabajadores y los clientes; debido a que se mejoró la atención.

Justificación práctica, se basa en aquellas necesidades que tiene la empresa para disminuir las pérdidas de las líneas que actualmente viene enfrentando la empresa VIETEL PERÚ S.A.C. - Agencia Motupe, por ello proporcionara soluciones el cual posibilite a la entidad a hacerse cargo y corregir para aumentar la calidad de la prestación y por ende la complacencia de los usuarios.

La presente investigación es fundamental porque facultó a perfeccionar la calidad de servicio que brindan la compañía VIETEL PERÚ S.A.C. - Agencia Motupe a través de una estrategia; además otorgar un excelente servicio a los usuarios llega a ser un factor principal para que la organización sea de preferencia de los clientes. Además, este estudio servirá como antecedente para futuras investigaciones interesadas en dichas variables.

1.6. Hipótesis.

La presente investigación cuenta con hipótesis, del cual se describe de la siguiente forma:

H0: El diseño de una estrategia de calidad de servicio mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.

H1: El diseño de una estrategia de calidad de servicio no mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.

1.7. Objetivos.

1.7.1 Objetivo General

Proponer una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Identificar la situación actual de la de calidad de prestación de la empresa

VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021.

- Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.
- Elaborar una estrategia de calidad de servicio para aumentar la complacencia del usuario de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1. Tipo de investigación

El estudio fue de tipo Propositiva - Descriptiva:

Descriptiva; porque identificó características, conductas y actitudes de las personas a investigar, se hizo una investigación sobre de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la compañía, para obtener la suficiente información. (Hernández et al. 2014)

Propositiva; porque se fundamentó en una exigencia o vacío dentro de la institución, después del informe descrito, se hizo una proposición sobre calidad de prestación para vencer la problemática actual y las imperfecciones encontradas. (Hernández et al. 2014)

2.1.2. Diseño de la investigación

El presente estudio fue no experimental - transversal, puesto que no se manipulo ninguno de los fenómenos de presente estudio. Además, se observó el estado de la empresa, en cuanto a transversal porque se recolecto la información en un solo momento.

2.2. Población y muestra.

2.2.1. Población

Se tomó a 1200 clientes mensuales que adquieren el servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C. - Agencia Motupe.

2.2.2. Muestra

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2(N - 1) + Z^2(p \times q)}$$

Dónde:

N= Es el total de la población = 1200 clientes

p= 0.50

q = 0.50

Z= Nivel de confianza al 95% = 1.95

e= Error de estimación 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1200}{0.05^2(1200-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$= 292 \text{ clientes}$$

En síntesis, se encuestó a 292 usuarios, donde se recopiló toda la información para la presente investigación.

2.3. Variables, Operacionalización.

2.3.1. Variables

2.3.1.1. Definición conceptual

A) Calidad de servicio: Parasuraman, et al. (1994) sostuvieron que la calidad de servicios es el grado de diferencia en base a las impresiones y las apreciaciones de los usuarios.

B) Satisfacción al cliente: Según Kotler (2002), menciona que es aquella captación de agrado o desagrado que tienen los usuarios al adquirir un servicio o producto.

2.3.1.2. Definición operacional

A) Calidad de servicio

Se usó un cuestionario con el fin de calcular la calidad de servicio Zeithaml, et al. (1994), cuenta con 5 dimensiones que son: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía, Elementos tangibles y además cuenta con 22 ítems.

B) Satisfacción al cliente

Cuestionario para medir la satisfacción al cliente Kotler (2002), cuenta con 3 dimensiones que son: Rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción además cuenta con 24 ítems.

2.3.2. Operacionalización de variables, variables e indicadores

Tabla 1.

Operacionalización de la variable independiente

| Variable independiente | Dimensiones | Indicadores | Técnicas e instrumentos de recolección de datos |
|----------------------------|---------------------------------------|-----------------------|---|
| Calidad de servicio | Elementos tangibles | Equipos | Encuesta - cuestionario |
| | | Instalaciones físicas | |
| | | Apariencia | |
| | Fiabilidad | Materiales | |
| | | Promesa | |
| | | Solución | |
| | | Habitualidad | |
| | | Tiempo | |
| | | Errores | |
| | Capacidad de respuesta - sensibilidad | Puntualidad | |
| | | Rápido | |
| | | Ayuda | |
| | Seguridad | Respuesta | |
| | | Confianza | |
| | | Seguro | |
| Empatía | Amable | | |
| | Conocimiento | | |
| | Seguimiento | | |
| | Horario | | |
| | Información | | |
| | | Intereses | |
| | | Comprensión | |

Nota. *Elaboración propia.*

Tabla 2.*Operacionalización de la variable dependiente*

| Variable dependiente | Dimensiones | Indicadores | Técnicas e instrumentos de recolección de datos |
|---------------------------------|-------------------------|--------------------|--|
| Satisfacción del cliente | Rendimiento percibido | Desempeño | Encuesta-cuestionario |
| | | Resultado | |
| | | Percepción | |
| | | Motivación | |
| | Las expectativas | Expectativa | |
| | | Efectividad | |
| | | Satisfecho | |
| | | Buen trato | |
| | | Producto | |
| | Niveles de satisfacción | Profesionalismo | |
| | | Amabilidad | |
| | | Comunicación | |
| | | Experiencia | |

*Nota. Elaboración propia.***2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.****2.4.1. Técnica**

Se utilizó la encuesta, está compuesta por una gama de preguntas con sus respectivas alternativas, en donde la población dará su respuesta según su criterio y su pensar con el fin de ofrecer números esenciales de las variables de estudio.

2.4.2. Instrumento

Este estudio utilizó un cuestionario para recopilar los datos sobre las opiniones de los usuarios. Según Hernández et al. (2014) mostraron que un cuestionario es un documento escrito en el que la persona expresa su pensar sobre la información que quiere recolectar. También, es un instrumento con la finalidad de conseguir información en poco tiempo. De manera similar, el

cuestionario esta con la escala Likert (2005) que es una forma popular con distintos niveles, donde los averiguadores investigan una respuesta fácil.

2.4.3. Validez

Los instrumentos se validaron por tres expertos en la materia; en base a su amplia experiencia como administradores, estos instrumentos serán revisados y aprobados; verificando así las 22 interrogantes del cuestionario de calidad de la prestación y las 24 preguntas del cuestionario de satisfacción del cliente.

2.4.4. Confiabilidad

Se realizó una prueba piloto en 20 clientes externos los cuales debían cumplir con los criterios de selección; se calculó el coeficiente de Cronbach del cuestionario de la calidad del servicio que fue 0,874 y la variable de satisfacción del cliente fue 0,82. Por ende, se puede concluir que la confiabilidad del instrumento es alta y el cuestionario cumple con el nivel de confiabilidad esperado.

2.5. Procedimientos de análisis de datos.

Se realizó los siguientes procedimientos: se diseñaron los cuestionarios relacionados a las dos variables de estudio, luego los cuestionarios se aplicaron a los usuarios de la Empresa VIETEL PERÚ S.A.C. - Agencia Motupe, además, las cifras de los cuestionarios serán tabuladas en programas de Excel y SPSS, y se realizó las respectivas observaciones e interpretaciones. En cuanto al análisis estadístico se utilizó el SPSS 26 y también el Excel para un mayor análisis de los datos cuantitativos en donde se mida las variables del presente estudio.

2.6. Aspectos éticos.

Serán propuestos por Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012), presentados en la Tabla 3:

Tabla 3.

Aspectos éticos

| Principios | Características del principio |
|---------------------------------|--|
| Consentimiento informado | Los participantes de la investigación están informados y conforme con la investigación y los datos que van a otorgar. Además, se precisó sus derechos. |
| Confidencialidad | Toda la información fue confidencial con uso exclusivo para la presente investigación, respetando el anonimato de los sujetos. |
| Observación participante | El investigador realizó la investigación a la empresa con respeto, compromiso para recolectar toda la información brindada sin perjudicar la imagen de la empresa. |

Nota. *Elaboración propia.*

2.7. Criterios de Rigor científico.

Fundamentados por Noreña, et al. (2012) se observa en la Tabla 4.

Tabla 4.

Criterios de rigor científico

| Criterios | Características del criterio |
|---|---|
| Credibilidad a través del valor de la verdad y autenticidad | Aquellas manifestaciones las cuales fueron analizadas, observadas y estudiadas. |
| Transferibilidad y aplicabilidad | El resultado es un negocio próspero gracias a la portabilidad. |
| Consistencia para la replicabilidad | Los resultados se obtuvieron de una investigación cuantitativa. |
| Confirmabilidad y neutralidad | Los resultados de la búsqueda son honestos y consistentes en la descripción. |
| Relevancia | Esto hace posible lograr sus objetivos al realizar una mejor investigación sobre las variables. |

Nota. *Elaboración propia.*

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

Tabla 5.

Identificación de la situación actual de la de calidad de prestación de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021.

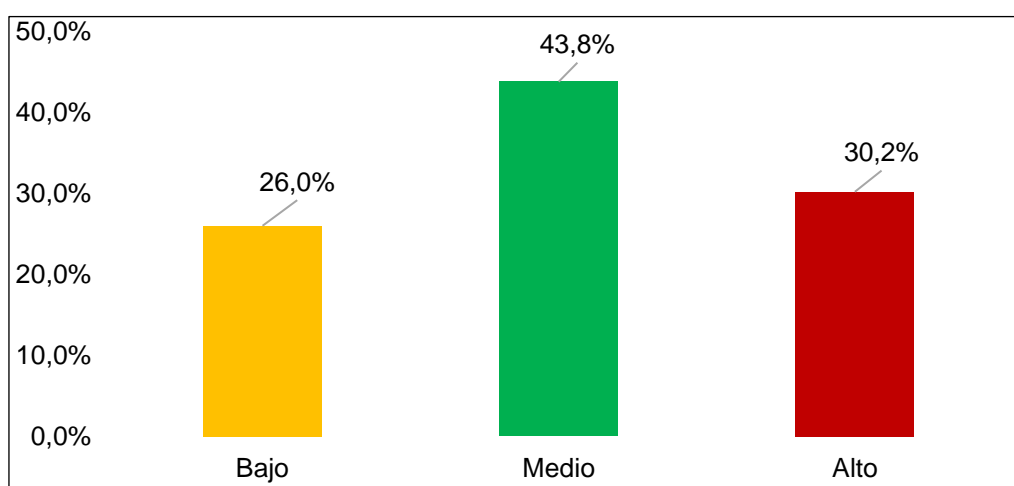
| | Nivel de la calidad | |
|-------|---------------------|--------|
| | N | % |
| Bajo | 76 | 26.0% |
| Medio | 128 | 43,8% |
| Alto | 88 | 30,2% |
| Total | 292 | 100.0% |

Nota. Elaboración propia

En la tabla 5 se identificó la situación actual de la calidad de prestación donde 26,0% de los consumidores precisan que hay un nivel bajo; 43,8% de los clientes indican que hay un nivel medio y 30,2% de los clientes mencionan que hay un nivel alto.

Figura 3.

Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021.



Nota. Elaboración propia

Interpretación: En la figura N° 3 se observa la situación actual de la calidad de servicio donde 26,0% de los consumidores precisan que hay un nivel bajo; 43,8% de los clientes indican que hay un nivel medio y 30,2% de los usuarios mencionan que hay un nivel alto.

Tabla 6.

Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021.

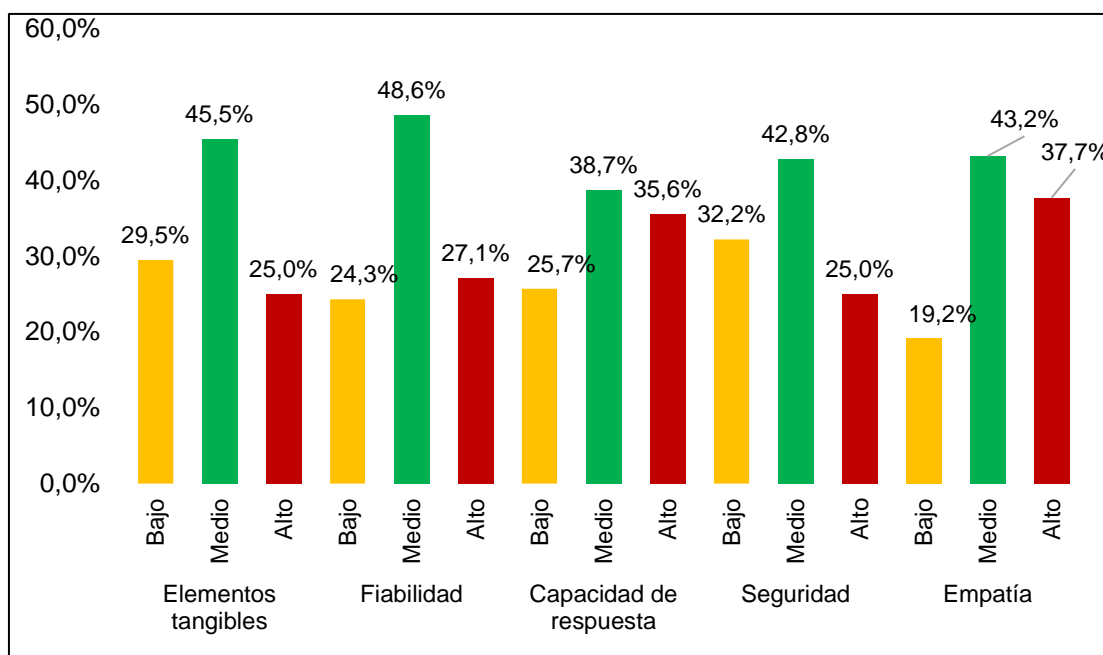
| | | N | % |
|------------------------|-------|-----|-------|
| Elementos Tangibles | Bajo | 86 | 29,5% |
| | Medio | 133 | 45,5% |
| | Alto | 73 | 25,0% |
| Fiabilidad | Bajo | 71 | 24,3% |
| | Medio | 142 | 48,6% |
| | Alto | 79 | 27,1% |
| Capacidad de respuesta | Bajo | 75 | 25,7% |
| | Medio | 113 | 38,7% |
| | Alto | 104 | 35,6% |
| Seguridad | Bajo | 94 | 32,2% |
| | Medio | 125 | 42,8% |
| | Alto | 73 | 25,0% |
| Empatía | Bajo | 56 | 19,2% |
| | Medio | 126 | 43,2% |
| | Alto | 110 | 37,7% |

Nota. *Elaboración propia.*

En la tabla 6 se identificó la situación actual de la calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones es así que la primera dimensión: elementos tangibles obtuvo que el 29,5% de los consumidores tiene un grado bajo; 45,5% de los usuarios precisan que tienen un nivel medio y 25,0% de los usuarios expresan que tiene un nivel alto. En la fiabilidad se obtuvo que el 24,3% de los usuarios que tienen un nivel bajo; 48,6% de los usuarios revelan que tiene un nivel medio y 27,1% de los clientes indican que tiene un nivel alto. En la 3ra, la capacidad de respuesta se tiene que

25,7% de los usuarios muestran que tiene un nivel bajo; 38,7% un nivel medio y 35,6% un nivel alto. Con respecto a la seguridad se tiene que 32,2% tienen un nivel bajo; 42,8% de los clientes un nivel medio y 25,0% de los clientes un nivel alto. En la empatía se obtuvo que 19,2% tiene un nivel bajo; 43,2% un nivel medio y 37,7% un nivel alto.

Figura 4. Identificación de la situación actual de la de calidad de servicio en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: En la figura 4 se observa que la primera dimensión: elementos tangibles obtuvo que el 29,5% de los consumidores tiene un grado bajo; 45,5% de los usuarios precisan que tienen un nivel medio y 25,0% de los usuarios expresan que tiene un nivel alto. En la fiabilidad se obtuvo que el 24,3% de los usuarios que tienen un nivel bajo; 48,6% de los usuarios revelan que tiene un nivel medio y 27,1% de los clientes indican que tiene un nivel alto. En la 3ra, la capacidad de respuesta se tiene que 25,7% de los usuarios muestran que tiene un nivel bajo; 38,7% un nivel medio y 35,6% un nivel alto. Con respecto a la seguridad se tiene que 32,2% tienen un nivel bajo; 42,8% de los clientes un nivel medio y 25,0% de los clientes un nivel alto. En la empatía se obtuvo que 19,2% tiene un nivel bajo; 43,2% un nivel medio y 37,7% un nivel alto.

Tabla 7.

Determinación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021.

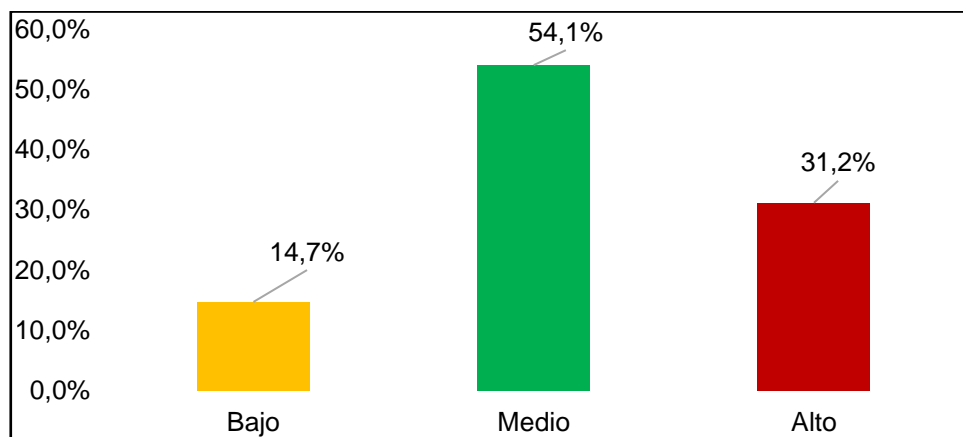
| | Nivel de satisfacción | |
|-------|-----------------------|--------|
| | N | % |
| Bajo | 43 | 14,7% |
| Medio | 158 | 54,1% |
| Alto | 91 | 31,2% |
| Total | 292 | 100,0% |

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 7 se identificó el nivel de satisfacción donde 14,7% de los usuarios indican que hay un nivel bajo; 54,1% de los clientes indican que hay un nivel medio y 31,2% de los clientes indican que hay un nivel alto.

Figura 5.

Determinación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: En la figura N° 5 se observa que el nivel de satisfacción donde 14,7% de los usuarios indican que hay un nivel bajo; 54,1% de los clientes indican que hay un nivel medio y 31,2% de los clientes indican que hay un nivel alto.

Tabla 8.

Determinación del nivel de satisfacción del cliente en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021.

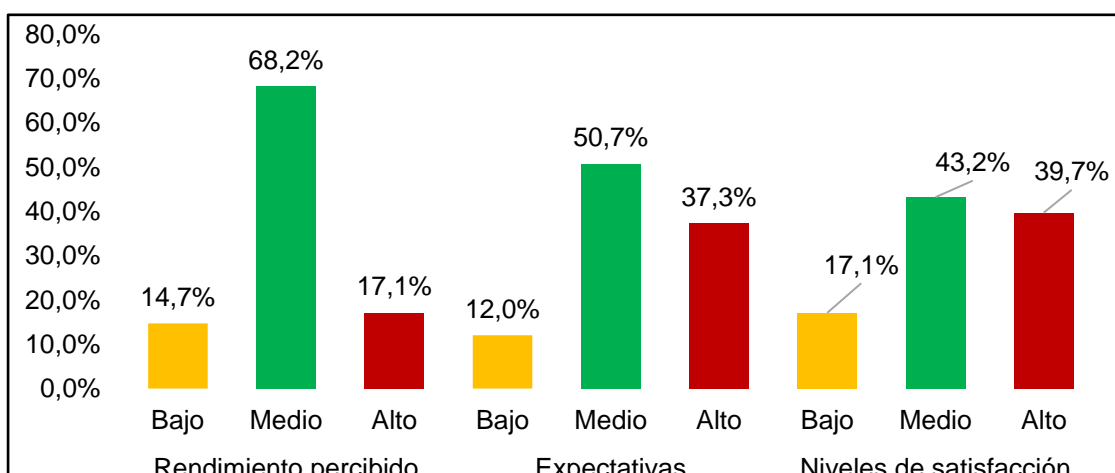
| | | N | % |
|-------------------------|-------|-----|-------|
| Rendimiento percibido | Bajo | 43 | 14,7% |
| | Medio | 199 | 68,2% |
| | Alto | 50 | 17,1% |
| Expectativas | Bajo | 35 | 12,0% |
| | Medio | 148 | 50,7% |
| | Alto | 109 | 37,3% |
| Niveles de satisfacción | Bajo | 50 | 17,1% |
| | Medio | 126 | 43,2% |
| | Alto | 116 | 39,7% |

Nota. *Elaboración propia.*

En la tabla 8 se estableció el nivel de satisfacción, en cuanto a la dimensión rendimiento percibido se obtuvo que 14,7% de los clientes indican que hay un grado bajo; 68,2% un nivel medio y 17,1% alto. En las expectativas, 12,0% de los clientes indican que hay un nivel bajo; 50,7% hay un nivel medio y 37,3% hay un nivel alto. En los niveles de satisfacción 17,1% precisan que hay un nivel bajo; 43,2% un nivel medio y 39,7% un nivel alto.

Figura 6.

Determinación del nivel de satisfacción del cliente en sus dimensiones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021



Nota. *Elaboración propia.*

Interpretación: En la figura N° 6 se observa que la dimensión rendimiento percibido se obtuvo que 14,7% de los clientes indican que hay un grado bajo; 68,2% un nivel medio y 17,1% alto. En las expectativas, 12,0% de los clientes indican que hay un nivel bajo; 50,7% hay un nivel medio y 37,3% hay un nivel alto. En los niveles de satisfacción 17,1% precisan que hay un nivel bajo; 43,2% un nivel medio y 39,7% un nivel alto.

3.2. Discusión de resultados

En este estudio el fin general es: Proponer una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021, la cual se obtuvo los resultados mediante el procesamiento de datos en el software SPSS 22, mostrándose en tablas y figuras las evidencias de la problemática actual de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, por la cual se procederá a discutir los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación para luego ser contrastados con los trabajos previos, por la cual se detalla de la siguiente manera:

Para el objetivo específico identificar la situación actual de la de calidad de servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe -2021, los resultados evidencian que se ha conseguido evidenciar que el nivel de la calidad según el 26,0% de los usuarios precisan que hay un nivel bajo; el 43,8% un nivel medio y el 30,2% un nivel alto, por tanto, estos resultados se contrasto con la tesis de Ruiz (2020) quien concluyó que, el nivel de calidad del servicio de la organización San José - Movistar Agencia Motupe, se obtuvo que un 57% de los encuestados, estiman que el nivel de la calidad de servicio en la compañía es bajo. No obstante, el 16% precisan que es alta. Sin embargo, una gran cantidad de usuarios están satisfechos con lo ofrecido.

Por la cual, la calidad de servicio es de vital relevancia dentro de una entidad porque de ello depende generar satisfacción en los clientes para que estos en un futuro puedan realizar recompras o recomendar la marca a familiares, amigos o terceros. Siendo relevante aplicar estrategias que aporten valor a la marca en estudio.

Además, se identificó la situación actual de la calidad de servicio de acuerdo con sus dimensiones. En cuanto a los elementos tangibles se obtuvo que 29,5% de los

usuarios tienen un nivel bajo; 45,5% un nivel medio y 25,0% un nivel alto. En cuanto a la fiabilidad se obtuvo que 24,3% de los usuarios tienen un nivel bajo; 48,6% un nivel medio y 27,1% un nivel alto. En base a la capacidad de respuesta se tiene que 25,7% de los usuarios tienen un nivel bajo; 38,7% un nivel medio y 35,6% un nivel alto. En cuanto a la seguridad se obtuvo que 32,2% de los usuarios tienen un nivel bajo; 42,8% un nivel medio y 25,0% un nivel alto. Por último, la empatía que el 19,2% de los usuarios tienen un nivel bajo; 43,2% un nivel medio y 37,7% un nivel alto.

Cabe recalcar que, toda organización debe trabajar en la capacitación de su personal para que estos puedan brindar una atención de calidad a su público objetivo y por ende también debe establecer objetivos estratégicos para mejorar sus servicios y diferenciarse de su competencia.

Para el objetivo específico determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe – 2021, se estableció el nivel de satisfacción donde 14,7% de los usuarios indican que hay un nivel bajo; 54,1% un nivel alto.

Asimismo, se estableció el nivel de satisfacción de acuerdo a sus dimensiones, en rendimiento percibido se obtuvo que 14,7% de los usuarios precisan que hay un nivel bajo; 68,2% un nivel medio y 17,1% un nivel alto. Con respecto a las expectativas 12,0% de los usuarios precisan que hay un nivel bajo; 50,7% un nivel medio y 37,3% un nivel alto. En cuanto a los niveles de satisfacción 17,1% de los usuarios precisan que hay un nivel bajo; 43,2% un nivel medio y 39,7% un nivel alto, estos resultados se contrastó con la tesis de Díaz y Soto, (2018) donde concluyó que, en la discoteca Magno, el nivel de satisfacción en cuanto a la calidad de servicio es buena o satisfactoria para los clientes.

Para el objetivo específico elaborar una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021 se observa en cada uno de los casos que el valor de $p < \alpha$ por lo que se rechaza H_0 , por lo tanto, por ello se concluye que el diseño de una estrategia de calidad de servicio no mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.

3.3. Aporte científico

Estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.

Figura 7.

Logo de la empresa Vietel Perú S.A.C



Nota. Tomado del área de Marketing de Vietel

3.3.1. Introducción

Una calidad de prestación que sea eficaz es esencial para lograr los metas trazados y de tal manera obtener éxito en la compañía, debido a que la satisfacción que un usuario experimenta va concordancia con la atención que ha tenido, con un eficiente servicio y cómo este fue entregado.

La presente investigación se ha preparado con la finalidad de dar soluciones a la problemática existente en la organización VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. Las personas expusieron las distintas percepciones en base a las preguntas del cuestionario, precisando que la compañía no ofrece un servicio con calidad, lo cual genera insatisfacción. Los resultados más característicos en cuanto a las variables, se obtuvo que el 43,8% de los usuarios precisan que hay un nivel medio de calidad de prestación y el 54,1% un nivel medio en la complacencia, debido a esto es oportuno proponer estrategias centrada en la variable independiente puesto que se ha evidenciado que, si se intensifica la calidad de servicio, va a aumentar la satisfacción de los usuarios. Asimismo, las estrategias se han esbozado teniendo en cuenta las dimensiones, se organizan en una serie de tablas en las que se presentarán las etapas y actividades de cada estrategia, las cuales se desarrollarán en el próximo capítulo.

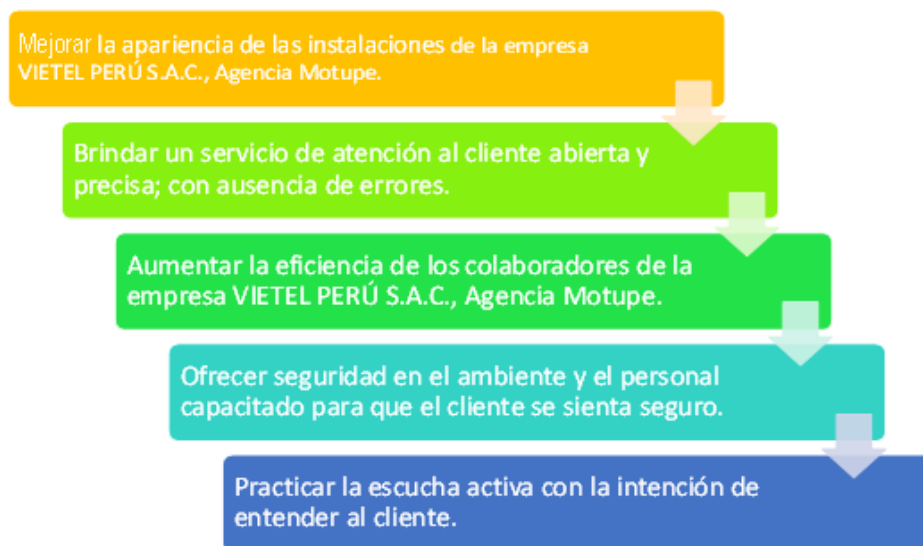
3.3.2. Objetivo general

Realizar estrategias sobre calidad de prestación para incrementar la satisfacción de los usuarios en la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe.

3.3.2. Estrategias a implementar

Figura 8.

Estrategias de sobre calidad de servicio para aumentar la satisfacción de los clientes en la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe.



Nota. Elaboración propia.

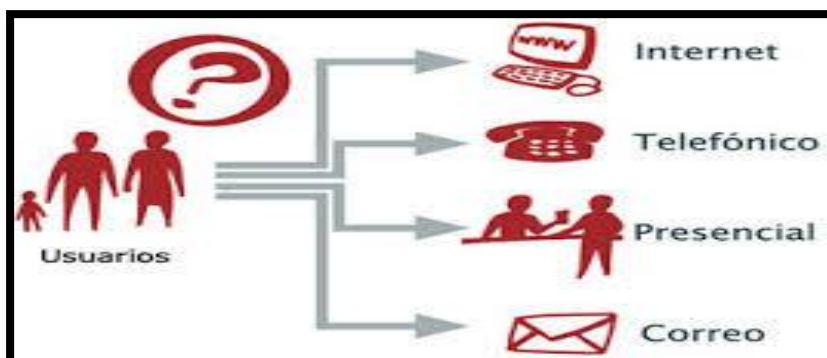
3.3.3. Actividades a desarrollar

Estrategia relacionada a los elementos tangibles: Aumentar la imagen de las instalaciones de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe

Está relacionada al aspecto de la infraestructura de la compañía, el aspecto del talento humano e incluso los diferentes equipos empleados en la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. Un análisis propicio en este ámbito invita a los usuarios a efectuar la primera compra con la compañía.

Figura 9.

Mejorar la apariencia de las instalaciones de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C.,
Agencia Motupe



Nota. Elaboración propia.

Tabla 9.

Mejorar la apariencia de las instalaciones

| Actividades | Meta | Encargado |
|--|---|---|
| Adornar el entorno para que genere buena vibra. | | |
| Perseverar un ambiente con ventilación e iluminación. | Presentar un ambiente llamativo para que el cliente sienta confort de un ambiente placentero. | Responsable de RRHH, |
| Uniformar a los subordinados en el rubro de atención al cliente. | | Administración, personal de atención al cliente |

Nota. Elaboración propia.

Estrategia relacionada a la fiabilidad: Ofrecer una prestación de atención al cliente esperado: abierto y preciso; con ausencia de errores. Luego de vivir una experiencia positiva con un negocio, los usuarios recomendarán el negocio a sus amigos y esa es uno de los motivos para ofrecer un sobresaliente servicio. Ocurre lo contrario si un cliente tiene una experiencia negativa con el negocio, lo cual es más que probable que no regrese a comprar y por ende contará su mala experiencia a todo su ámbito, dependiendo el grado de insatisfacción generado.



Tabla 10.

Brindar un servicio de atención al cliente esperado: abierto y preciso; con ausencia de errores.

| Actividades | Meta | Encargado |
|--|---|---|
| Realizar lo que se le ofrece al cliente para generar confianza. | | |
| Ofrecer distintos paquetes con precios accesibles para los clientes. | Cumplir con las expectativas del cliente y ofrecer un servicio de | Responsable de RRHH, |
| Ofrecer distintos servicios, por ejemplo: llamadas, SMS, aplicaciones y paquete de datos ilimitados, paquetes de datos; asimismo dúos con canales en HD y regalo | calidad. | Administración, personal de atención al cliente |

Nota. *Elaboración propia.*

Estrategia relacionada a la capacidad de respuesta: Aumentar la eficiencia de los colaboradores de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe.

La eficiencia de los socios se refleja en el proceso de realización de la entrega al cliente, quienes deben tener los conocimientos necesarios para responder a sus dudas o reclamaciones e incrementar la producción en el menor tiempo realizando más actividades.



Tabla 11.

Aumentar la eficiencia de los colaboradores

| Actividades | Meta | Encargado |
|---|---|--|
| Capacitación trimestral para los trabajadores sobre atención al cliente | Sostener una satisfacción del cliente en base al servicio ofrecido. Ayudar a los clientes brindándoles un trato especial y afectuoso. | Responsable de RRHH, Administración, personal de atención al cliente |

Nota. *Elaboración propia.*

Estrategia relacionada a la seguridad: Proponer seguridad en el entorno y el personal capacitado para que el usuario se sienta resguardado.

Comprender y educar a los subordinados, así como su habilidad para generar confianza y confidencialidad, tienen un excelente conocimiento de cómo tratar con clientes desconocidos.



Tabla 12.

Ofrecer seguridad en el ambiente y el personal capacitado

| Actividades | Meta | Encargado |
|---|--|--|
| Brindar una infraestructura con garantía y con sus respectivas señalizaciones que da la ley. | | |
| Establecer personas especializado en seguridad para que proteja el negocio. | Tener equipos de excelente calidad, donde brinden confianza a los clientes y un personal especializado en seguridad. | Responsable de RRHH, Administración, personal de atención al cliente |
| Ejecutar encuestas para conocer el nivel de complacencia de los usuarios en cuanto a la prestación o producto ofrecido. | | |

Nota. *Elaboración propia.*

Estrategia relacionada a la empatía: Practicar la escucha activa con la intención de entender al cliente.

Un factor esencial es el ser empático, puesto que comprende la habilidad de escucha activa, el cual es una estrategia donde de preparar al presentador a escuchar y entender a la persona que está hablando y de tal manera brindar respuestas, es decir, una retroalimentación.



Tabla 13.*Practicar la escucha activa*

| Actividades | Meta | Encargado |
|--|--|---|
| Ofrecer un excelente trato al cliente para generar confianza | Ofrecer un trato cortez y afable al cliente puesto que es esencial para la compañía y estar preparados a ayudarlos ante cualquier situación que se le presente | Responsable de RRHH, Administración, personal de atención al cliente. |
| Mantener una sonrisa amable para todos los clientes sin excepción. | | |

Nota. *Elaboración propia.***3.3.4. Presupuesto****Tabla 14.***Presupuesto*

| Estrategia | Costo |
|---|--------------|
| Aumentar la imagen del establecimiento de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. | S/ 200.00 |
| Ofrecer una prestación de atención al cliente esperado: abierto y preciso; con ausencia de errores. | S/0.00 |
| Aumentar la eficiencia de los colaboradores de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. | S/ 2500.00 |
| | S/ 800.00 |

Ofrecer seguridad en el ambiente y el personal capacitado para que el cliente se sienta protegido.

Practicar la escucha activa con la intención de entender al cliente

S/0.00

TOTAL

S/ 3,500.00

Nota. *Elaboración propia.*

3.3.5. Cronograma de actividades

| Semana Estrategia | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | |
|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Aumentar la imagen del establecimiento de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. | | | | X | | | | X | | | | X | | | | X | | | | X |
| Ofrecer una prestación de atención al cliente esperado: abierto y preciso; con ausencia de errores. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Aumentar la eficiencia de los colaboradores de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Ofrecer seguridad en el ambiente y el personal capacitado para que el cliente se sienta protegido. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Practicar la escucha activa con la intención de entender al cliente. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones.

Se concluye que:

- Con respecto a la situación actual en la empresa en la calidad de prestación el 43,8% de los usuarios indican que hay un nivel medio; el 26,0% un nivel bajo; y 30,2% un nivel elevado.
- En cuanto al nivel de complacencia del consumidor el 14,7% de los usuarios indican que hay un nivel bajo; 54,1% un nivel medio y 31,2% un nivel alto.
- Por último, se deduce que el diseño de una estrategia de calidad de la prestación no mejorará la complacencia del usuario de la compañía VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe - 2021.

4.2. Recomendaciones.

- El responsable de la empresa, el gerente, debe capacitar al personal sobre los medios, estrategias y acciones para ofrecer una prestación directa de mejor condición a los usuarios.
- En cuanto a la satisfacción, se sugiere aplicar encuestas al final de cada mes donde se mida la satisfacción con la finalidad de interpretarlas y realizar una retroalimentación de las respuestas de los usuarios y por ende tomar medidas para mejorar todo lo malo con el fin de conservar a los usuarios y fidelizarlos.
- Se debe recopilar reportajes sobre los descontentos y recomendaciones de los clientes para determinar las tácticas adecuadas para crear una relación de seguridad, lealtad y complacencia a través de la atención completa a las necesidades de los clientes, señalando que esta es la deseable ocasión para subsanar equivocaciones y exhibir cómo importante es el cliente para el negocio.

REFERENCIAS

- Cantú, J. (2001). *Desarrollo de una cultura de calidad*. Monterrey: Mc Graw Hill.
- Ccaccya, J. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de la Empresa Teleservicios Populares, La Merced –Chanchamayo-Junín 2018*. Obtenido de http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/714/T037_47470759_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario la Republica. (2019). *Estas son las empresas de telecomunicaciones con la peor calidad de servicio*. Obtenido de <https://www.economistaamerica.pe/empresas-eAm-peru/noticias/10083782/09/19/Estas-son-las-empresas-de-telecomunicaciones-con-la-peor-calidad-de-servicio.html>
- García, M. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouasp/reader.action?docID=3211429&query=Gesti%C3%B3n+de+la+atenci%C3%B3n+al+cliente%2Fconsumidor>
- Gonzales, L., y Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzalez, S. (2019). *Análisis de las estrategias para el servicio al cliente en Telcel-Mexico*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/22548/2020sandragonzalez.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its market implications. *European Journal of Marketing*, 36-34.

- Grönroos, C. (1988). *Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality*. . New York: Review of Business St. John's University Press.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed). Mexico: Mc Graw-Hill.
- Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos esenciales*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2004). *Marketing (Decima ed.)*. México: Pearson Educación S.A.
- Kotler, P., y Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*, (12ª. ed.). México: Pearson Educación.
- Lamb, C., Hair, J., y Mc Daniel, C. (2006). *Marketing (8ª. ed)*. Bogota, Colombia: Thomson.
- Ligero, M. (2011). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3211702>
- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* . Obtenido de <https://docplayer.es/91632405-Universidad-catolica-de-santiago-de-guayaquil-sistema-de-posgrado-maestria-en-administracion-de-empresas.html>
- Montes, M. (2020). *Propuesta de mejora de calidad de servicio para la satisfacción del cliente en el restaurante toscana pizza y café, de la ciudad de Chiclayo*. Obtenido de <https://repositorio.udl.edu.pe/xmlui/handle/UDL/367>
- Mosley, M. (2018). *25 estadísticas de servicio al cliente en las que vale la pena pensar*. Obtenido de <https://www.business2community.com/customer-experience/25-customer-service-statistics-worth-thinking-about-02098508>

- Nauca, E., y Collantes, A. (2019). *Estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente, en el gimnasio Olympo, Chiclayo 2018*. Obtenido de <https://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/229>
- Navarro, L. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Claro en la ciudad de Chachapoyas, 2016*. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1461/NAVARRO%20MEJIA%20LADY%20FIORELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noreña, A., Alcaraz, N., Rojas, J., y Rebolledo-Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. Obtenido de <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., y Villagómez, A. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Asesoramiento de Tesis. (2° Edición)*. Lima: Centro de Producción Editorial.
- OSIPTEL, O. S. (2019). *OSIPTEL comparó la calidad de los servicios que brindan las empresas operadoras*. Obtenido de <https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/osiptel-comparo-la-calidad-de-los-servicios-que-brindan-las-empresas-operadoras/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication of future research. *Journal of Marketing*, 45-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future. *Journal of Marketing*, 111-124.
- Remache, S. (2019). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom SA. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, período 2018*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36211>
- Rivera, J. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa consorcio Fredy*. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/826/Rivera%20Garcia%2c%20Jenny%20Jhoselyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Obtenido de https://www.lareferencia.info/vufind/Record/EC_1a405ed0970e077e00db395937c4c028
- Ruiz, G. (2019). La calidad de la atención en los servicios de telefonía.
- Ruiz, J. (2020). *Estrategia competitiva para la mejora de la calidad del servicio de la empresa San José – Movistar Chiclayo*. Obtenido de <https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/320/1/TESIS%20RUIZ%20PAISIG.pdf>
- Saavedra, A. (2018). *Influencia de la calidad de servicio sobre a la satisfacción de los clientes de la empresa Macga SAC*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1582/1/TL_SaavedraGuanilloAlejandra.pdf
- Salazar, G., y Sevilla, S. (2018). *La gestión de la calidad del servicio y su impacto en la competitividad en las empresas de telefonía celular en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28427/1/502%20O.E..pdf>
- Sanchez, D. (2019). *La calidad de servicio y su relación con la atención al cliente en la empresa América Móvil, Huancayo, 2018*. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2798/DANI%20CTAVIANA%20SANCHEZ%20CIPRIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Soriano, J. (2017). *Análisis de la expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte terrestre de pasajeros en Puerto Ayora*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11354/1/T-UCE-0018-CA006.pdf>
- Thompson, I. (2006). *La Satisfacción del Cliente*.
- Tisalema, S., Torres, P., Cuchiparte, N., y Moreno, B. (2019). Análisis de la calidad del servicio de las operadoras de telefonía móvil en la ciudad de Ambato.

Witt, C., y Stewart, H. (1996). Solicitors and customer care. *The Service Industries Journal*, 14-21.

Zeithaml , V., Parasuraman, P., y Berry , L. (2004). *Modelo de la calidad del servicio*.
Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Tabla 15. Matriz de consistencia

| Problema general | Objetivo General | Hipótesis |
|--|--|--|
| <p>¿De qué manera la calidad de servicio mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021?</p> <p>Diseño de investigación: No experimental - transversal Tipo de inv.: Propositiva/Descriptiva Nivel de inv.: Básica Variables: Variable 1: Calidad de servicio Variable 2: Satisfacción del cliente</p> <p>Población: 1200 clientes Muestra: 292 clientes</p> | <p>Proponer una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar la situación actual de la calidad de servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.</p> <p>Elaborar una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021</p> | <p>H0: El diseño de una estrategia de calidad de servicio mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.</p> <p>H1: El diseño de una estrategia de calidad de servicio no mejorará la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe 2021.</p> <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario para medir la calidad de servicio (Modelo Servqual) • Cuestionario de satisfacción del cliente. |

Nota. Elaboración propia.

Anexo 2. Cuestionario para medir la calidad de servicio (Modelo Servqual)

El propósito de esta encuesta es identificar la situación actual de la de calidad de servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. Por favor, expresar su conformidad en cada una de las afirmaciones siguientes:

Escala de respuestas

| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Indiferente | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| (T.D) | (D) | (I) | (A) | (T.A) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| Preguntas | | TD | D | I | A | TA |
|----------------------------------|---|----|---|---|---|----|
| Dimensión de fiabilidad | | | | | | |
| 1 | Cuando la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe promete hacer algo en cierto tiempo, lo deben cumplir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Cuando el cliente tiene un problema, la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe muestra un sincero interés en resolverlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe realiza bien el servicio a la primera vez. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe concluye sus servicios en el momento en que prometió hacerlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe insiste en mantener registros libres de error. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Dimensión de sensibilidad | | | | | | |
| 6 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debe mantener informado a sus clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben dar un servicio rápido. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben estar siempre dispuestos a ayudar a sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Dimensión de seguridad | | | | | | |
| 10 | El comportamiento de los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, debe infundir confianza en Ud. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 11 | Usted como cliente se siente seguro en las transacciones con la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | Los empleados, son corteses de manera constante con Ud. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Dimensión de empatía | | | | | | |
| 14 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe brinda a sus clientes una atención individualizada. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene empleados que ofrecen una atención personal, a cada uno de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe se preocupa por los mejores intereses de su cliente. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe comprenden las necesidades específicas de sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Dimensión de elementos tangibles | | | | | | |
| 19 | La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene equipos de apariencia moderna. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | Las instalaciones físicas de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, son visualmente atractivas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tienen apariencia pulcra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | En la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, los materiales asociados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc.), son visualmente atractivos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 3. Cuestionario para medir la Satisfacción de cliente

El propósito de esta encuesta es determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe. Por favor, expresar su conformidad en cada una de las afirmaciones siguientes:

Escala de respuestas

| Totalmente En desacuerdo | En desacuerdo | Indiferente | De acuerdo | Totalmente De acuerdo |
|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| (T.D) | (D) | (I) | (A) | (T.A) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| Preguntas | | TD | D | I | A | TA |
|--------------------------------|--|----|---|---|---|----|
| Rendimiento percibido | | | | | | |
| 1 | Percibe en los empleados que practican la responsabilidad de atender a los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | La atención telefónica de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe es eficiente y destacan en ayudarlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Percibe apoyo de los empleados en los servicios que solicita. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | La empresa realiza reconocimientos y/o descuentos especiales a los mejores clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Considera que el servicio al cliente ha sido una experiencia positiva. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Tiene alguna impresión con los servicios recibidos anteriormente. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Expectativas | | | | | | |
| 7 | Percibe entusiasmo y motivación de apoyo en las preguntas que realizas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | El personal tiene la iniciativa para afrontar soluciones más eficaces al conflicto cuando se presente. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | Los canales que usa para comunicarse la empresa son atendidos eficazmente. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | Cuando cada vez acudes a de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe agradece su visita. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | Los empleados les ofrecen opciones y alternativas para adecuarse a sus necesidades. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | El tiempo de espera para ser atendido es sumamente adecuado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Niveles de Satisfacción | | | | | | |
| 13 | Los empleados hacen seguimiento a su solución de problemas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | Como cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe recomienda el servicio a otras personas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | El asesor de servicio brinda un trato personalizado y entendible | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|
| 16 | Existe respeto y tolerancia hacia los clientes durante la permanencia dentro de la empresa. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Los empleados tienen un profundo conocimiento de sus servicios. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | Los servicios en general se adecuan de acuerdo a sus gustos y preferencias. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | Se le brinda atención con amabilidad, respetando etnia socio cultural. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | Los asesores cultivan los valores y principios de la empresa. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | Cuando prometen los empleados son responsables a la hora de entregar tu solicitud. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | Los empleados saben servir al cliente y tienen interés por hacerle sentir bien. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | El asesor tiene conocimiento para hablar con el cliente de los problemas y reclamos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | El personal que lo atendió muestra que estaba suficientemente preparado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 4: La validación de cuestionarios



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|---|---|
| 1. NOMBRE DEL EXPERTO | Mónica del Pilar Pintado Damián |
| 2. ESPECIALIDAD | Negocios Internacionales |
| 3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Licenciada en Comercio y Negocios Internacionales Magíster en Administración con Mención en Gerencia Empresarial |
| 4. EXPERIENCIA (AÑOS) | 13 |
| 5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA | Corporación AyM |
| 6. CARGO | Gerente General |
| TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENCIA MOTUPE - 2021 | |
| 7. NOMBRE DE LOS TESISISTAS | Ñique Nuñez, Alex Humberto |
| 8. INSTRUMENTO EVALUADO | Cuestionario calidad de servicio |
| 9. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | El objeto del instrumento es medir el nivel de calidad de servicio en los clientes de la empresa Vietel Perú S.A.C., agencia Motupe |
| 10. DETALLE DEL INSTRUMENTO | El instrumento consta de 22 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluará mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalía a estar “ Totalmente en desacuerdo ” y 5 a estar “ Totalmente de acuerdo ”. Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |

2. INSTRUCCIONES

Marque con un x su respuesta y con lapicero con azul o negro.

Lea detenidamente y con criterio de veracidad, marque con una X la alternativa que estime conveniente.


3. PREGUNTAS:

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>1. Cuando la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe promete hacer algo en cierto tiempo, lo deben cumplir.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>2. Cuando el cliente tiene un problema, la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe muestra un sincero interés en resolverlo.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>3. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe realiza bien el servicio a la primera vez.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>4. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe concluye sus servicios en el momento en que prometió hacerlo.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>5. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debe le mantener informado a sus clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>6. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben dar un servicio rápido.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>7. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben estar siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>8. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>9. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debe le mantener informado a sus clientes con respecto a cuando se ejecutarán los servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>10. El comportamiento de los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, debe infundir confianza en Ud.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|--|
| <p>11. Usted como cliente se siente seguro en las transacciones con la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>12. Los empleados, son corteses de manera constante con Uds.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>13. Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>14. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe brinda a sus clientes una atención individualizada.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>15. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene empleados que ofrecen una atención personal, a cada uno de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>16. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe se preocupa por los mejores intereses de su cliente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>17. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe comprenden las necesidades específicas de sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>18. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>19. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene equipos de apariencia moderna.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>20. Las instalaciones físicas de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, son visualmente atractivas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>21. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tienen apariencia pulcra.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>22. En la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, los materiales asociados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc.), son ser visualmente atractivos.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO:</p> | <p>Nº TA: 22 Nº TD: _____</p> |
| <p>COMENTARIOS GENERALES: OBSERVACIONES</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/> <p>FIRMA DEL EXPERTO DNI: 402406433</p> </div> | |

| | |
|--|---|
| 1. NOMBRE DEL EXPERTO | GABRIELA I. GARCIA SOTO |
| 2. ESPECIALIDAD | ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS |
| 3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | MBA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS |
| 4. EXPERIENCIA (AÑOS) | 11 AÑOS |
| 5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA | UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ |
| 6. CARGO | COORDINADORA ACADÉMICA |
| <u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u> | |
| CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENCIA MOTUPE - 2021 | |
| 7. NOMBRE DE LOS TESISISTAS | Ñique Nuñez, Alex Humberto |
| 8. INSTRUMENTO EVALUADO | Cuestionario calidad de servicio |
| 9. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | El objeto del instrumento es medir el nivel de calidad de servicio en los clientes de la empresa Viettel Perú S.A.C., agencia Motupe |
| 10. DETALLE DEL INSTRUMENTO | El instrumento consta de 22 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluará mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalía a estar " Totalmente en desacuerdo " y 5 a estar " Totalmente de acuerdo ". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>2. INSTRUCCIONES Marque con un x su respuesta y con lapicero con azul o negro. Lea detenidamente y con criterio de veracidad, marque con una X la alternativa que estime conveniente.</p> | |
| <p>3. PREGUNTAS:</p> | |
| <p>1. Cuando la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe promete hacer algo en cierto tiempo, lo deben cumplir.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>2. Cuando el cliente tiene un problema, la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe muestra un sincero interés en resolverlo.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>3. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe realiza bien el servicio a la primera vez.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>4. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe concluye sus servicios en el momento en que prometió hacerlo.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>5. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debe le mantener informado a sus clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>6. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben dar un servicio rápido.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>7. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben estar siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>8. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>9. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debe le mantener informado a sus clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>10. El comportamiento de los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, debe infundir confianza en Ud.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>11. Usted como cliente se siente seguro en las transacciones con la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>12. Los empleados, son corteses de manera constante con Uds.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>13. Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>14. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe brinda a sus clientes una atención individualizada.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>15. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene empleados que ofrecen una atención personal, a cada uno de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>16. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe se preocupa por los mejores intereses de su cliente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>17. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe comprenden las necesidades específicas de sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>18. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>19. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene equipos de apariencia moderna.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>20. Las instalaciones físicas de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, son visualmente atractivas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>21. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tienen apariencia pulcra.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>22. En la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, los materiales asociados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc.), son ser visualmente atractivos.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO:</p> | <p>N° TA: 22 _____ N° TD: _____</p> |
| <p>COMENTARIOS GENERALES: Encuesta conforme para ser realizada con algunos cambios sugeridos.</p> <p>OBSERVACIONES: En la pregunta 10, la palabra infundir podría reemplazarse por generar. En la pregunta 16, se podría ser más específico porque la palabra intereses es muy general. Volver a revisar de manera general la redacción y palabras claves de acuerdo al público al que va dirigido.</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <hr style="width: 150px; margin: 0 auto;"/> <p>FIRMA DEL EXPERTO DNI</p> </div> | |

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN


CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|--|---|
| 1. NOMBRE DEL EXPERTO | LUIS ALVARADO MONTENEGRO |
| 2. ESPECIALIDAD | MARKETING |
| 3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | LIC. ADM. EMPRESAS / MAGISTER |
| 4. EXPERIENCIA (AÑOS) | 19 |
| 5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA | BUSINESS SERVICIOS 360° SAC |
| 6. CARGO | GERENTE COMERCIAL |
| <u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u> | |
| CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENCIA MOTUPE - 2021 | |
| 7. NOMBRE DE LOS TESISISTAS | Ñique Nuñez, Alex Humberto |
| 8. INSTRUMENTO EVALUADO | Cuestionario calidad de servicio |
| 9. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | El objeto del instrumento es medir el nivel de calidad de servicio en los clientes de la empresa Viettel Perú S.A.C., agencia Motupe |
| 10. DETALLE DEL INSTRUMENTO | El instrumento consta de 22 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluará mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalía a estar " Totalmente en desacuerdo " y 5 a estar " Totalmente de acuerdo ". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>6. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben dar un servicio rápido.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>7. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe deben estar siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>8. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>9. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe debe le mantener informado a sus clientes con respecto a cuando se ejecutarán los servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>10. El comportamiento de los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, debe infundir confianza en Ud.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>11. Usted como cliente se siente seguro en las transacciones con la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>12. Los empleados, son corteses de manera constante con Uds.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>13. Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>14. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe brinda a sus clientes una atención individualizada.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>15. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene empleados que ofrecen una atención personal, a cada uno de los clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="radio"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>16. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe se preocupa por los mejores intereses de su cliente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>17. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe comprenden las necesidades específicas de sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>18. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>19. La empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tiene equipos de apariencia moderna.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>20. Las instalaciones físicas de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe, son visualmente atractivas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|--|
| <p>21. Los empleados de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe tienen apariencia pulcra.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>22. En la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe, los materiales asociados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc.), son ser visualmente atractivos.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO:</p> | <p>N° TA: <u> 22 </u> N° TD: <u> </u></p> |
| <p>COMENTARIOS GENERALES: OBSERVACIONES</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <hr style="width: 100px; margin: 0 auto;"/> <p>FIRMA DEL EXPERTO DNI 40548605</p> </div> | |

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|--|---|
| 1. NOMBRE DEL EXPERTO | Juan Francisco Carbajal Alegria |
| 2. ESPECIALIDAD | Marketing |
| 3. TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Maestría en Marketing |
| 4. EXPERIENCIA (AÑOS) | 12 años |
| 5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA | UTP |
| 6. CARGO | Docente a tiempo parcial |
| <u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u> | |
| CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENCIA MOTUPE - 2021 | |
| 7. NOMBRE DE LOS TESISISTAS | Ñique Nuñez, Alex Humberto |
| 8. INSTRUMENTO EVALUADO | Cuestionario satisfacción del cliente |
| 9. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | El objeto del instrumento es medir el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Vietel Perú S.A.C., agencia Motupe |
| 10. DETALLE DEL INSTRUMENTO | El instrumento consta de 24 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluará mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalía a estar " Totalmente en desacuerdo " y 5 a estar " Totalmente de acuerdo ". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |

| | |
|--|--|
| <p>2. INSTRUCCIONES Marque con un x su respuesta y con lapicero con azul o negro. Lea detenidamente y con criterio de veracidad, marque con una X la alternativa que estime conveniente.</p> | |
| <p>3. PREGUNTAS:</p> | |
| <p>1. Percibe en los empleados que practican la responsabilidad de atender a los clientes. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |
| <p>2. La atención telefónica de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe es eficiente y destacan en ayudarlo. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |
| <p>3. Percibe apoyo de los empleados en los servicios que solicita. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |
| <p>4. La empresa realiza reconocimientos y/o descuentos especiales a los mejores clientes. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |
| <p>5. Considera que el servicio al cliente ha sido una experiencia positiva. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |

□

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>6. Tiene alguna impresión con los servicios recibidos anteriormente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>7. Percibe entusiasmo y motivación de apoyo en las preguntas que realizas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>8. El personal tiene la iniciativa para afrontar soluciones más eficaces al conflicto cuando se presente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>9. Los canales que usa para comunicarse la empresa son atendidos eficazmente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>10. Cuando cada vez acudes a de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe agradece su visita.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>11. Los empleados les ofrecen opciones y alternativas para adecuarse a sus necesidades.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>12. El tiempo de espera para ser atendido es sumamente adecuada.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>13. Los empleados hacen seguimiento a su solución de problemas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>14. Como cliente de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe recomienda el servicio a otras personas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>15. El asesor de servicio brinda un trato personalizado y entendible.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>16. Existe respeto y tolerancia hacia los clientes durante la permanencia dentro de la empresa.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>17. Los empleados tienen un profundo conocimiento de sus servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>18. Los servicios en general se adecuan de acuerdo a sus gustos y preferencias.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>19. Se le brinda atención con amabilidad, respetando etnia socio cultural.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>20. Los asesores cultivan los valores y principios de la empresa.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>21. Cuando prometen los empleados son responsables a la hora de entregar tu solicitud.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|--|
| <p>22. Los empleados saben servir al cliente y tienen interés por hacerle sentir bien.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>23. El asesor tiene conocimiento para hablar con el cliente de los problemas y reclamos.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>24. El personal que lo atendió muestra que estaba suficientemente preparado.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO:</p> | <p>N° TA: <u> 24 </u> N° TD: <u> </u></p> |
| <p>COMENTARIOS GENERALES: OBSERVACIONES</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <hr style="width: 100px; margin: 0 auto;"/> <p>FIRMA DEL EXPERTO DNI</p> </div> | |

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|--|---|
| 1. NOMBRE DEL EXPERTO | Jhoselin Helena Silva Martínez |
| 2. ESPECIALIDAD | Administración |
| 3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Maestría en MBA |
| 4. EXPERIENCIA (AÑOS) | 4 años |
| 5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA | Remax |
| 6. CARGO | Administradora |
| TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN | |
| CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENCIA MOTUPE - 2021 | |
| 7. NOMBRE DE LOS TESISISTAS | Ñique Nuñez, Alex Humberto |
| 8. INSTRUMENTO EVALUADO | Cuestionario satisfacción del cliente |
| 9. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | El objeto del instrumento es medir el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Viettel Perú S.A.C., agencia Motupe |
| 10. DETALLE DEL INSTRUMENTO | El instrumento consta de 24 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluará mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalía a estar "Totalmente en desacuerdo" y 5 a estar "Totalmente de acuerdo". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |

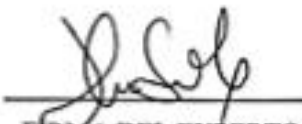
| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>2. INSTRUCCIONES Marque con un x su respuesta y con lapicero con azul o negro. Lea detenidamente y con criterio de veracidad, marque con una X la alternativa que estime conveniente.</p> | |
| <p>3. PREGUNTAS:</p> | |
| <p>1. Percibe en los empleados que practican la responsabilidad de atender a los clientes. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>2. La atención telefónica de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe es eficiente y destacan en ayudarlo. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>3. Percibe apoyo de los empleados en los servicios que solicita. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>4. La empresa realiza reconocimientos y/o descuentos especiales a los mejores clientes. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>5. Considera que el servicio al cliente ha sido una experiencia positiva. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

□

| | |
|--|---------------------------------------|
| <p>6. Tiene alguna impresión con los servicios recibidos anteriormente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>7. Percibe entusiasmo y motivación de apoyo en las preguntas que realiza.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>8. El personal tiene la iniciativa para afrontar soluciones más eficaces al conflicto cuando se presente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>9. Los canales que usa para comunicarse la empresa son atendidos eficazmente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>10. Cuando cada vez acudes a de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe agradece su visita.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>11. Los empleados les ofrecen opciones y alternativas para adecuarse a sus necesidades.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>12. El tiempo de espera para ser atendido es sumamente adecuada.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>13. Los empleados hacen seguimiento a su solución de problemas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>14. Como cliente de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe recomienda el servicio a otras personas.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>15. El asesor de servicio brinda un trato personalizado y entendible.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>16. Existe respeto y tolerancia hacia los clientes durante la permanencia dentro de la empresa.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>17. Los empleados tienen un profundo conocimiento de sus servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>18. Los servicios en general se adecuan de acuerdo a sus gustos y preferencias.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>19. Se le brinda atención con amabilidad, respetando etnia socio cultural.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>20. Los asesores cultivan los valores y principios de la empresa.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>21. Cuando prometen los empleados son responsables a la hora de entregar tu solicitud.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|--|--|
| <p>22. Los empleados saben servir al cliente y tienen interés por hacerle sentir bien.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>23. El asesor tiene conocimiento para hablar con el cliente de los problemas y reclamos.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>24. El personal que lo atendió muestra que estaba suficientemente preparado.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO:</p> | <p>Nº TA: <u>24</u> Nº TD: _____</p> |
| <p>COMENTARIOS GENERALES: OBSERVACIONES</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <hr style="width: 100%; border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> FIRMA DEL EXPERTO DNI 71309181 </div> | |

2. INSTRUCCIONES

Marque con un x su respuesta y con lapicero con azul o negro.

Lea detenidamente y con criterio de veracidad, marque con una X la alternativa que estime conveniente.


3. PREGUNTAS:

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>1. Percibe en los empleados que practican la responsabilidad de atender a los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>2. La atención telefónica de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe es eficiente y destacan en ayudarlo.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>3. Percibe apoyo de los empleados en los servicios que solicita.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>4. La empresa realiza reconocimientos y/o descuentos especiales a los mejores clientes.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>5. Considera que el servicio al cliente ha sido una experiencia positiva.</p> <ul style="list-style-type: none">1) Totalmente en desacuerdo2) En desacuerdo3) Indiferente4) De acuerdo<input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>6. Tiene alguna impresión con los servicios recibidos anteriormente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>7. Percibe entusiasmo y motivación de apoyo en las preguntas que realiza.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>8. El personal tiene la iniciativa para afrontar soluciones más eficaces al conflicto cuando se presente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>9. Los canales que usa para comunicarse la empresa son atendidos eficazmente.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>10. Cuando cada vez acudes a de la empresa VIETEL PERU S.A.C., Agencia Motupe agradece su visita.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>11. Los empleados les ofrecen opciones y alternativas para adecuarse a sus necesidades.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>12. El tiempo de espera para ser atendido es sumamente adecuada. <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>13. Los empleados hacen seguimiento a su solución de problemas. <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>14. Como cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C., Agencia Motupe recomienda el servicio a otras personas. <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>15. El asesor de servicio brinda un trato personalizado y entendible. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>16. Existe respeto y tolerancia hacia los clientes durante la permanencia dentro de la empresa. 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>17. Los empleados tienen un profundo conocimiento de sus servicios.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>18. Los servicios en general se adecuan de acuerdo a sus gustos y preferencias.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>19. Se le brinda atención con amabilidad, respetando etnia socio cultural.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>20. Los asesores cultivan los valores y principios de la empresa.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>21. Cuando prometen los empleados son responsables a la hora de entregar tu solicitud.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo <input checked="" type="checkbox"/> 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |

| | |
|---|---------------------------------------|
| <p>22. Los empleados saben servir al cliente y tienen interés por hacerle sentir bien.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>23. El asesor tiene conocimiento para hablar con el cliente de los problemas y reclamos.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>24. El personal que lo atendió muestra que estaba suficientemente preparado.</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p> | <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO:</p> | <p>N° TA: <u>24</u> N° TD: _____</p> |
| <p>COMENTARIOS GENERALES: OBSERVACIONES</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <hr style="width: 150px; margin: 0 auto;"/> <p>FIRMA DEL EXPERTO DNI</p> </div> | |

Anexo 5: Carta de autorización de la empresa

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Motupe, 11 de enero del 2021.



Dra. Cubas Carranza Janet Isabel
Directora de la EAP de Administración
Universidad Señor de Sipán

Asunto: Carta de Aceptación para aplicación de tesis.

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que el Sr. **ALEX HUMBERTO ÑIQUE NUÑEZ** identificado con **DNI N° 43390350**, egresado de la Escuela de Administración de la Institución Universitaria que usted representa, ha sido admitido para aplicar su tesis titulada **"CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETTEL PERÚ S.A.C. - AGENCIA MOTUPE - 2021"** en nuestra empresa, brindándole toda la información que el alumno requiera para desarrollar con éxito su investigación.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,

Waldemar Lewis Morje Huamán
Jefe de Centro de Negocios de Viettel Perú S.A.C.
Agencia Motupe

Chiclayo, 21 de julio de 2021.

VISTO:

El Oficio N°0174-2021/FACEM-DA-USS de fecha 20/07/2021, y el provido del decano de la FACEM, de fecha 21/07/2021, y

CONSIDERANDO:

Que, la constitución Política del Perú en su Artículo 18° establece que "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la constitución y las leyes".

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativas aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico". La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, según Oficio N°0174-2021/FACEM-DA-USS de fecha 20/07/2021, la Directora de la Escuela Profesional de Administración, Dra. Janet Isabel Cubas Carranza, solicita modificación de la Resolución N°1180-FACEM-USS-2020 de fecha 11 de noviembre de 2020, la cual designa asesor de tesis del egresado que se detalla en la parte resolutoria.

Estado a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes:

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: MODIFICAR la Resolución N°1180-FACEM-USS-2020 de fecha 11 de noviembre de 2020, numeral 05, según se detalla en cuadro adjunto:

DICE:

| N° | AUTOR(S) | TITULO | ASESOR |
|----|----------------------------|---|-------------------------------------|
| 1. | RIQUE NUÑEZ, ALEX HUMBERTO | ANÁLISIS DE LAS CAUSAS DE MOROSIDAD EN LA CARTERA DE CRÉDITOS DE FINANCIERA PROEMPRESA S.A. - AGENCIA COLONIAL - LIMA NORTE, 2020 | DRA. CUBAS CARRANZA JANET ISABEL |

DEBE DECIR:

| N° | AUTOR(S) | TITULO | ASESOR |
|----|----------------------------|--|-----------------------------------|
| 1. | RIQUE NUÑEZ, ALEX HUMBERTO | CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CUENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C. - AGENCIA MOTUPE - 2021 | DR. GARCIA YOVERA ABRAHAM JOSE |

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



[Handwritten signature]

Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES
Decano(a)
Facultad de Ciencias Empresariales



[Handwritten signature]

Mg. Carla Angélica Reyes Reyes
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

ADmisIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimental
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

Anexo 7: Formato T1

FORMATO T1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimente!, septiembre de 2022.

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito:

Alex Humberto Ñique Nuñez con DNI 43390350

En mi calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: "Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL S.A.C. - Agencia Motupe - 2021", presentado y aprobado en el año 2022, como requisito para optar el título de Licenciado en Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

| APellidos y Nombres | NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD | FIRMA |
|----------------------------|----------------------------------|-------|
| Ñique Nuñez, Alex Humberto | 43390350 | |

Anexo 8: Fotos de aplicación de la encuesta

Figura 10. Foto aplicando la encuesta



Figura 11. Foto aplicando la encuesta



Anexo 9: Reporte TURNITIN

Reporte de similitud

| | |
|--|--|
| NOMBRE DEL TRABAJO CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA VIETEL PERÚ S.A.C., AGENC | AUTOR Alex Humberto Ñique Nuñez |
|--|--|

| | |
|--|---|
| RECUENTO DE PALABRAS 9175 Words | RECUENTO DE CARACTERES 47780 Characters |
| RECUENTO DE PÁGINAS 37 Pages | TAMAÑO DEL ARCHIVO 379.2KB |
| FECHA DE ENTREGA Apr 28, 2022 3:39 PM GMT-5 | FECHA DEL INFORME Apr 28, 2022 3:41 PM GMT-5 |

● **18% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos:

- 16% Base de datos de Internet
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados

Resumen

Anexo 10: Acta de originalidad.



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0628-FACEM-USS-2021, presentado por el/la Bachiller, **Alex Humberto Ñique Nuñez**, con su tesis Titulada “**Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL Perú S.A.C., Agencia Motupe - 2021**”.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **18%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de Directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 06 de mayo de 2022.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. García Yovera', is written over a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.

Anexo 11: Ficha técnica satisfacción del cliente

1. **Autor** : Alex Humberto Ñique Núñez
2. **Administración** : Individual
3. **Duración** : 15 minutos
4. **Sujetos de Aplicación** : Clientes que adquieren el servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C. - Agencia Motupe

5. **Consigna**

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación, consta de 24 preguntas; conteste lo más honestamente posible todos y cada de los ítems o preguntas marcando el valor que crea conveniente.

6. **Consistencia Interna**

Para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicó la consistencia interna dada por el método del alfa de Cronbach, el mismo que se define como:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K = Número de Ítems

V_i = Varianza de cada Ítem

V_t = Varianza total

Luego para el instrumento conocimiento tiene una consistencia interna de:

| Alfa de Cronbach | N° de elementos |
|------------------|-----------------|
| ,901 | 24 |

Entonces podemos indicar que el instrumento es altamente confiable pues el valor encontrado se aproxima a 1.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

| ITEMS | RENDIMIENTO PERCIBIDO | | | | | | EXPECTATIVAS | | | | | | NIVELES DE SATISFACCIÓN | | | | | | | | | | | |
|-------|-----------------------|----|----|----|----|----|--------------|----|----|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 8 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 12 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 14 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 15 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 20 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 22 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 26 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 28 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 29 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 31 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 32 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 34 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 35 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 37 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 48 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 50 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 52 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 53 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 54 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 55 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 57 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 62 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 65 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 69 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 71 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 72 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 75 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 77 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 78 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 81 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 88 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 91 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 92 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 93 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 94 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 96 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 97 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 98 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 100 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 101 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 102 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 103 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 104 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 105 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 106 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 108 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 109 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 110 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 111 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 112 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 113 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 114 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 115 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 116 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 117 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 118 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 119 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 120 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 121 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 122 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 123 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 124 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 125 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 126 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 127 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 128 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 129 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 130 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 132 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 133 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 134 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 135 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 136 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 137 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 138 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 139 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 140 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 141 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 142 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 143 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 144 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 145 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 146 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 147 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 148 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 149 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 150 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 151 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 152 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 153 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 154 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 155 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 156 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 157 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 158 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 159 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 160 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 161 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 162 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 163 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 164 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 165 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 166 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 167 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 168 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 169 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 170 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 171 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 172 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 173 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 174 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 175 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 176 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 177 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 178 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 179 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 180 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 181 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 182 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 183 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 184 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 185 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 186 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 187 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 188 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 189 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 190 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 191 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 192 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 193 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 194 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 195 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 196 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 197 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 198 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 199 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 200 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 201 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 202 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 203 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 204 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 205 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 206 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 207 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 208 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 209 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 210 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 211 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 212 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 213 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 214 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 215 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 216 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 217 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 218 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 219 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 220 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 221 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 222 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | |
| 223 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | |
| 224 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | |
| 225 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | |
| 226 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | |
| 227 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | |
| 228 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | |
| 229 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 230 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | |
| 231 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 232 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 233 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 234 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 235 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | |
| 236 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 237 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | |
| 238 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | |
| 239 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | |
| 240 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | |
| 241 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | |
| 242 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 243 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | |
| 244 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | |
| 245 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | |
| 246 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 247 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 248 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | |
| 249 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | |
| 250 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | |
| 251 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | |
| 252 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 253 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 | |
| 254 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | |
| 255 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | |
| 256 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | |
| 257 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | |
| 258 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | |
| 259 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | |
| 260 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | |
| 261 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | |
| 262 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 263 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | |
| 264 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | |
| 265 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 266 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 267 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 268 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | |
| 269 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 270 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | |
| 271 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 272 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 273 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 274 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 275 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 276 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 277 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 278 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 279 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 280 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 281 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 282 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 283 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 284 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 285 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 286 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 287 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 288 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 289 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 290 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 291 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 292 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 12: Ficha técnica calidad de atención

1. **Autor** : Alex Humberto Ñique Núñez
2. **Administración** : Individual
3. **Duración** : 15 minutos
4. **Sujetos de Aplicación** : Clientes que adquieren el servicio de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C. - Agencia Motupe

5. Consigna

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación, consta de 22 preguntas; conteste lo más honestamente posible todos y cada de los ítems o preguntas marcando el valor que crea conveniente.

6. Consistencia Interna

Para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicó la consistencia interna dada por el método del alfa de Cronbach, el mismo que se define como:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K = Número de Ítems

V_i = Varianza de cada Ítem

V_t = Varianza total

| Alfa de Cronbach | N° de elementos |
|------------------|-----------------|
| ,901 | 22 |

Entonces podemos indicar que el instrumento es altamente confiable pues el valor encontrado se aproxima a 1.

CALIDAD DE ATENCIÓN

| ITEMS | FIABILIDAD | | | | | CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | SEGURIDAD | | | | | | | | EMPATÍA | | | | ELEMENTOS TANGIBLES | | | |
|-------|------------|----|----|----|----|------------------------|----|----|----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|---------------------|--|--|--|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | | | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | | | |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | | | |
| 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | | | |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 7 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 8 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | | | |
| 9 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 10 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | | | |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 14 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 15 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | | | |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | | | |
| 17 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | | | |
| 18 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 19 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 21 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 26 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 29 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 34 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 37 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 39 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 43 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 45 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 47 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 49 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 53 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 54 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 57 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 58 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 61 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 63 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 64 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 66 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 67 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 69 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 71 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 77 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 79 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 80 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 83 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 87 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 88 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 89 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 90 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 91 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 93 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 94 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 95 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 96 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 97 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 98 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 99 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 100 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 101 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 102 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 103 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 104 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 105 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 106 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 108 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 109 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 110 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 111 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 112 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 113 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 114 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 115 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 116 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 117 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 118 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 119 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 120 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 121 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 122 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 123 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 124 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 125 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 126 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 127 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 128 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 129 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 130 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 131 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 132 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 133 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 134 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 135 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 136 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 137 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 138 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 139 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 140 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 141 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 142 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 143 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 144 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 145 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 146 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 147 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 148 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 149 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 150 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 151 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 152 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 153 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 154 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 155 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 156 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 157 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 158 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 159 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 160 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 161 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 162 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 163 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 164 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 165 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 166 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 167 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 168 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 169 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 170 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 171 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 172 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 173 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 174 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 175 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 176 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 177 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 178 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 179 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 180 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 181 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 182 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 183 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 184 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 185 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 186 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 187 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 188 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 189 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 190 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 191 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 192 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 193 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 194 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 195 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 196 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 197 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 198 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 199 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 200 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 201 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 202 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 203 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 204 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 205 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 206 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 207 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 208 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 209 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 210 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 211 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 212 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 213 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 214 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 215 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 216 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 217 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 218 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 219 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 220 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 221 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 222 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 223 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 224 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 225 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 226 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 227 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 228 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 229 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 230 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 231 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 232 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 233 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 234 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 235 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 236 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 237 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 238 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 239 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 240 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 241 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 242 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 243 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 244 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 245 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |

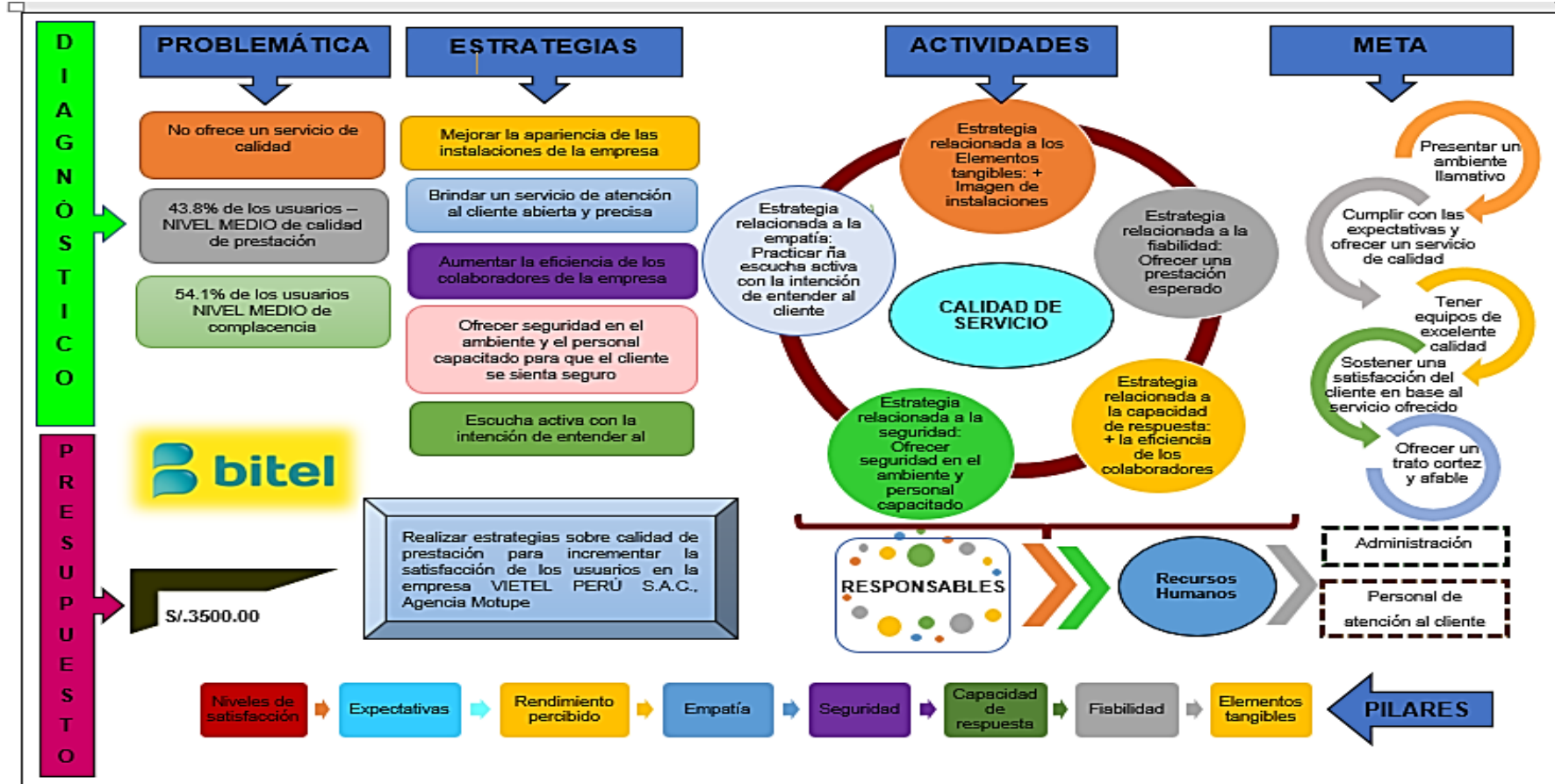
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 246 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 247 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 248 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 249 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 250 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 251 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 252 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 253 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 254 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 255 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 256 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 257 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 258 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 259 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 260 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 261 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 262 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 263 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| 264 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 265 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 266 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 267 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 268 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 269 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 270 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 271 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 272 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 273 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 274 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 275 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 276 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 277 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 278 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 279 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 280 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 281 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 282 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 283 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 284 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 285 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 286 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 287 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 288 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| 289 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 290 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 291 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 292 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Anexo 13: Propuesta

Figura 12.

Estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa VIETEL PERÚ S.A.C. – Agencia Motupe - 2021



Nota. Elaboración propia.