



# **Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática**

**Escuela Profesional de Ingeniería Electrónica**

**Calidad de señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del Distrito de Vegueta - Huaura 2023**

**Tesis**

**Para optar el Título Profesional de Ingeniero Electrónico**

**Autor**

**Yandy David Mejía Uzuriaga**

**Asesor**

**Msc. Ing. Luis Renato Fernández Jaeger**

**Huacho - Perú**

**2023**



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

## LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

*"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"*

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL, SISTEMAS E INFORMÁTICA

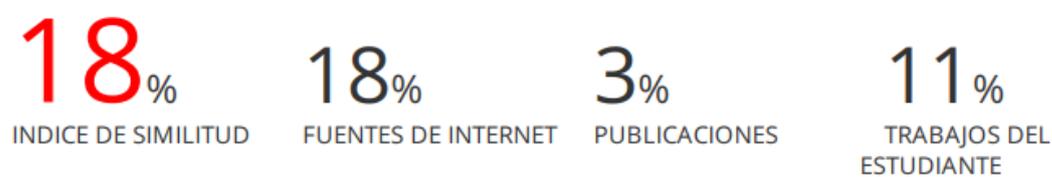
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ELECTRÓNICA

### INFORMACIÓN DE METADATOS

<b>DATOS DEL AUTOR (ES):</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b>
Yandy David Mejía Uzuriaga	73348018	08 de noviembre del 2023
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
Msc. Ing. Luis Renato Fernández Jaeger	18074490	0000-0003-0374-3937
<b>DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CODIGO ORCID</b>
Ing. Aldo Felipe Laos Bernal	15614107	0000-0003-0111-3667
Ing. Josue Joel Rios Herrera	41997989	0000-0002-1157-0194
Ing. Franco Jhordy Miranda Portella	73044452	0000-0002-7324-2858

# Calidad de señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS



Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

## **ASESOR Y JURADO EVALUADOR**

---

ASESOR

Msc. Ing. LUIS RENATO FERNÁNDEZ JAEGER

---

Ing. ALDO FELIPE LAOS BERNAL

PRESIDENTE

---

Ing. JOSUE JOEL RIOS HERRERA

SECRETARIO

---

Ing. FRANCO JHORDY MIRANDA PORTELLA

VOCAL

## **DEDICATORIA**

A mis padres por el amor y sacrificio que me han mostrado en cada paso del camino. Gracias por su apoyo incondicional, palabras de aliento y consejos sabios y oportunos. Has sido el motor que me empuja a superar obstáculos y alcanzar mis metas. Hoy, en esta etapa tan importante de mi vida, no puedo dejar de reconocer su dedicación y compromiso. Este trabajo también refleja su arduo trabajo y perseverancia. Te agradezco por ser el mejor padre del mundo.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias Dios por darme una familia maravillosa que siempre creyó en mí y fue un ejemplo de superación, humildad y sacrificio; me enseñó a valorar lo que tengo y mi más profundo agradecimiento a Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión me dio la oportunidad de continuar mis estudios. Durante este tiempo tuve la oportunidad de crecer y desarrollarme académica y personalmente, gracias al apoyo de excelentes profesores y del enriquecedor ambiente universitario.

## RESUMEN

Esta investigación tiene como **objetivo:** Determinar la calidad de la señal de internet y su relación con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023. **Metodología:** El método científico de tipo de investigación utilizado fue clásico, denominado puro o fundamental, el nivel de investigación fue descriptivo - correlacional. **Hipótesis:** La Calidad de la señal de internet se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023. **Muestra:** Estuvo constituido por 368 pobladores del Centro poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta. Las técnicas de recolección de datos utilizadas en este trabajo fue la encuesta. Los instrumentos que se aplicaron fue cuestionario. Finalmente, para la estadística se utilizó el paquete estadístico SPSS 25.0 para la investigación y se tiene en cuenta la interpretación de datos, tablas y figuras estadísticas una vez que se tiene un resultado de conexiones de Spearman que arroja un valor de 0.805 en la hipótesis general, lo cual es una muy buena asociación, y finalmente se llega a la **conclusión general:** Existe relación entre las causas de la pérdida de señal y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

**Palabras clave:** Baja cobertura, desvanecimiento, percepción, satisfacción.

## ABSTRACT

**This research aims to:** Determine the quality of the internet signal and its relationship with customer satisfaction in the Santa Cruz Populated Center of the Vegueta - Huaura 2023 district. **Methodology:** The scientific method of the type of research used was classic, called pure or fundamental, the level of research was descriptive - correlational. **Hypothesis:** The quality of the internet signal is significantly related to customer satisfaction in the Santa Cruz Town Center of the Vegueta district - Huaura 2023. **Sample:** It consisted of 368 residents of the Santa Cruz Town Center of the Vegueta district. The data collection techniques used in this work was the survey. The instruments that were applied was a questionnaire. Finally, for the statistics, the statistical package SPSS 25.0 was used for the investigation and the interpretation of data, tables and statistical figures is taken into account once a result of Spearman connections is obtained, which yields a value of 0.805 in the general hypothesis, which is a very good association, and finally the general conclusion is reached: There is a relationship between the causes of signal loss and customer satisfaction in the Santa Cruz Populated Center of the Vegueta district - Huaura 2023.

**Keywords:** Low coverage, fading, perception, satisfaction.

## INDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE TABLA .....</b>	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURA .....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Capítulo I. Planteamiento del problema.....</b>	<b>16</b>
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	16
1.2. Formulación del problema.....	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos .....	18
1.3. Objetivos de la investigación.....	18
1.1.1. Objetivo general .....	18
1.1.2. Objetivos específicos.....	18
1.4. Justificación de la investigación.....	19
1.5. Delimitaciones del estudio .....	19
1.6. Viabilidad del estudio.....	20
<b>Capítulo II. Marco teórico .....</b>	<b>21</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	21
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	25
2.2. Bases teóricas .....	29
2.2.1. Calidad de Señal de Internet (X).....	29
2.2.2. Satisfacción del Cliente (Y) .....	35
2.3. Definición de términos básicos .....	41
2.4. Formulación de la hipótesis.....	42
2.4.1. Hipótesis general .....	42
2.4.2. Hipótesis específicas .....	42
2.5. Operacionalización de variables.....	43

<b>Capítulo III. Metodología .....</b>	<b>44</b>
3.1. Diseño metodológico.....	44
3.2. Población y muestra .....	45
3.2.1. Población.....	45
3.2.2. Muestra.....	45
3.3. Técnicas de recolección de datos .....	46
3.4. Técnicas para el procedimiento de la información.....	47
<b>Capítulo IV. Resultados .....</b>	<b>50</b>
4.1. Análisis de resultados.....	50
4.2. Contrastación de hipótesis.....	57
<b>Capítulo V. Discusión .....</b>	<b>62</b>
5.1. Discusión .....	62
<b>Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>64</b>
6.1. Conclusiones.....	64
6.2. Recomendaciones.....	65
<b>Capítulo VII. Referencias bibliográficas .....</b>	<b>66</b>
7.1.-. Fuentes documental .....	66
<b>ANEXOS.....</b>	<b>72</b>

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Calidad de la señal de internet.....	50
Tabla 2. Calidad de servicio .....	51
Tabla 3. Causas de la pérdida de señal .....	52
Tabla 4. Satisfacción del cliente .....	53
Tabla 5. Rendimiento percibido .....	54
Tabla 6. Nivel de satisfacción.....	55
Tabla 7. Expectativas.....	56
Tabla 9. Prueba normalidad de la variable calidad de la señal de internet.....	57
Tabla 10. Prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente .....	58
Tabla 11: La calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente .....	59
Tabla 12: La calidad de servicio y la satisfacción del cliente .....	60
Tabla 13: Las causas de la pérdida de señal y la satisfacción del cliente.....	61

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Calidad de la señal de internet .....	50
Figura 2. Calidad de servicio.....	51
Figura 3. Causas de la pérdida de señal.....	52
Figura 4. Satisfacción del cliente.....	53
Figura 5. Rendimiento percibido .....	54
Figura 6. Nivel de satisfacción .....	55
Figura 7. Expectativas .....	56

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado: “Calidad de señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023”. Muñoz (2003) menciona que: Este aspecto usualmente sólo es bien conocido y entendido por usuarios con cierto nivel de conocimiento técnico. El desconocimiento general puede dar lugar a que los proveedores de servicio Internet usen una infraestructura insuficiente (sub provisionamiento de las redes) afectando la calidad del servicio final o por otro lado, los usuarios tengan demasiadas expectativas sobre el servicio y eso los lleven a usar la Internet en forma indiscriminada. (p.10). Por otro lado, afirma según Quintana (2018) mencionó que: “la satisfacción del cliente es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente”.

La investigación se ha estructurado de la siguiente manera: El I capítulo se tiene en cuenta el planteamiento del problema donde se hace la descripción de la realidad problemática, luego la formulación del problema con su respectivos objetivos de la investigación, tiene en cuenta Justificación de la investigación ,delimitaciones del estudio, viabilidad del estudio y las estrategias metodológicas en el II capítulo el marco teórico, que comprende los antecedentes del estudio, el cual tiene en cuenta las Investigaciones relacionadas con el estudio y tras publicaciones , en las bases teóricas hacemos el tratado de las Teorías sobre la variable independiente y dependiente , definiciones de términos básicos, Sistema de hipótesis y la operacionalización de variables en el III capítulo el marco metodológico que contiene el diseño de la investigación, la población y muestra, las técnicas de recolección de datos y las técnicas para el procesamiento de la información, el IV capítulo que contiene los

resultados estadísticos con el programa estadístico SPSS 25.0 y su respectiva contrastación de hipótesis, en el V capítulo tiene él cuenta la discusión de los resultados, en el VI capítulo contiene las Conclusiones, recomendaciones y finalmente las referencias bibliográficas y sus respectivos anexos.

## Capítulo I. Planteamiento del problema

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Chambergo (2021) nos indica que:

Basado en la problemática actual, la calidad del servicio de internet que se brinda en todos los hogares peruanos que no cuenten con una red de fibra óptica se evidencia un malestar general frente a ello surge la necesidad de mejorar en el aspecto tecnológico por parte de los proveedores de internet. Dado ello se pone en análisis aquellas redes distintas a la fibra óptica instaladas para brindar servicio y sus complicaciones en los usuarios finales, desde el punto de vista nacional y regional de tal modo que se pueda validar la existencia del problema planteado.

En el contexto de la era digital y los tiempos de confinamiento a causa de la pandemia, la comunicación entre personas se ha vuelto una necesidad. Por ello, la transformación y adaptación de estos servicios se ha vuelto primordial para poder cumplir con las necesidades de los usuarios; sin embargo, la realidad es distinta. Dentro del Perú los servicios de telefonía tienen una gran relevancia, esto se ve reflejado en la afirmación de que más del 95% de los hogares peruanos, al año 2018, contaban con al menos un servicio de telecomunicaciones y, solo un 4.2% declararon no tener servicios en su hogar. Por otro lado, aquellos que adquieren el servicio de internet llegan a representar el mayor crecimiento del mercado, pasando de tener una aceptación de 19.8% en el año 2012 a un 73% en el año 2018 (OSIPTEL, 2019).

En la actualidad el servicio de Internet es una herramienta muy importante, por el cual nos comunicamos con el resto del mundo mediante voz, video y audio; resulta fácil y sencillo. En el distrito de Végueta, muchos de sus zonas; por lo accidentado de su geografía y la falta de apoyo de inversión privada y pública en el sector de telecomunicaciones, no cuentan con servicio de Internet o lo tienen con baja intensidad, lo que conlleva a perjudicarlos en diferentes ámbitos.

Como podemos ver en estos tiempos la calidad de señal de internet es deficiente en lugares lejanos, en especial centros poblados, siempre se debe a diversos factores como ya menciona remos mas adelante. Por ello este estudio se desarrolla en base para ver la relación de la Calidad de señal de Internet y la Satisfacción de los clientes en el Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta.

Pero el gran problema es que esta posibilidad solamente la tienen los centros poblados más grande y por más grandes nos referimos a la ciudad de Lima y las principales provincias. Los demás centros poblados, o localidades, en este caso el Centro poblado de Santa Cruz no goza de estos beneficios debido a que los operadores de telecomunicaciones no lo consideran negocio realizar el despliegue de los sistemas de telecomunicaciones a gran escala y redes de acceso de banda ancha y los que existen son bastante deficientes o solo cubren las necesidades de voz a un costo significativamente mayor que en la ciudad.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo la calidad de la señal de internet se relaciona con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023?

### **1.2.2. Problemas específicos**

1. ¿Cómo la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023?
2. ¿Cómo las causas de la pérdida de señal se relacionan con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.1.1. Objetivo general**

Determinar la calidad de la señal de internet y su relación con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

### **1.1.2. Objetivos específicos**

1. Determinar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.
2. Determinar las causas de la pérdida de señal y su relación con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

La presente de tesis contribuirá en gran manera a abrir camino para llegar a la solución del problema planteado alineándose a las Normas de Gestión de Servicios Informáticos en la Administración Pública, a través de esta se influirá para mejorar el proceso de evaluación de los servicios informáticos, de manera que se logren evaluaciones integrales mucho más acertadas y se contribuya al logro de los objetivos organizacionales en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta.

#### **1.5. Delimitaciones del estudio**

##### **a. Delimitación temporal**

Esta investigación es de actualidad, por cuanto el tema calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente vigente.

##### **b. Delimitación espacial**

Esta investigación está comprendida dentro de la Región Lima, Provincia de Huaura, Distrito de Huaura, que serán los clientes en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta.

##### **c. Delimitación cuantitativa**

Esta investigación se efectuará con una muestra no probabilística y el procesamiento estadístico correspondiente.

##### **d. Delimitación conceptual**

Esta investigación abarca dos conceptos fundamentales: Calidad de la señal de Internet y la Satisfacción del cliente.

### **1.6. Viabilidad del estudio**

El presente trabajo de investigación será viable porque cuenta con el presupuesto auto financiado por el investigador, existen fuentes teóricas que respaldan la presente investigación, cuenta con el apoyo de los docentes especializado en el tema y la investigación, como metodólogo, asesores temáticos, estadísticos y una traductora de idioma extranjero y un especialista técnico en computación para desarrollar la investigación.

## Capítulo II. Marco teórico

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

morocho (2018). en su tesis titulada: “proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la prestación de servicios de internet ubicada en el Cantón Cayambe”, la institución que le respaldo fue la Universidad Central de Ecuador, el objetivo fue determinar la variabilidad financiera del proyecto a través del uso de los indicadores financieros. La investigación fue de tipo básica, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada 377 estudiantes, el instrumento de recolección de datos fue encuesta, llegando a las siguientes conclusiones:

- Como conclusión en la investigación realizada, se estableció la necesidad que tiene la ciudad de Cayambe ubicado en el cantón Cayambe, perteneciente a la parroquia de Cayambe, que se diseñe y cree una microempresa dedicada a la prestación de servicio de Internet, “Cibercafé Ians” ya que, dentro de este barrio, no existe ningún negocio que pueda brindar un servicio de calidad; lo que permitirá que esta microempresa cubra las necesidades de los usuarios.
- De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado, el presente proyecto es viable, debido a que tiene gran aceptación en el mercado al cual va dirigida la microempresa, está localizada en un lugar estratégico clave, ya que así dispondrá de todos los servicios básicos necesarios para brindar los servicios que interesen y satisfagan las necesidades de los clientes.

Vallejo (2022). en su tesis titulada: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora del servicio de acceso a internet basado en la tecnología GPON - FTTH, en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, en el año 2021”, la institución que le respaldó fue la Universidad Central de Ecuador, el objetivo fue determinar la factibilidad para la creación de una empresa proveedora del servicio de acceso a internet basado en la tecnología GPON - FTTH, en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, en el año 2021 por medio de un estudio de mercado y el análisis de la información financiera a un horizonte de 5 años. La investigación fue de tipo descriptiva, diseño experimental, la muestra estuvo conformada, el instrumento de recolección de datos fue cuestionario por 360 hogares, llegando a las siguientes conclusiones:

- El análisis de la normativa legal ecuatoriana en materia de Telecomunicaciones fue un paso importante para la realización de este estudio de factibilidad ya que, con el mismo, se conocieron los requisitos y obligaciones que deben cumplir las compañías que desean brindar el Servicio de Internet previo a obtener el permiso de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones.
- Luego del análisis de la regulación societaria, se propuso que la empresa fuese registrada como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) y se expresan los requisitos obligatorios para su registro, así como los pasos para constituir la como una S.A.S., se escogió este tipo de compañías en vista de algunos beneficios que presenta este tipo de sociedad.

Valverde (2019) en su tesis titulada: “Influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. caso de estudio hostería el Prado, Ibarra, Ecuador.”, la

institución que le respaldo fue la Universidad Técnica del Norte, el objetivo fue determinar la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente, hostería El Prado, Ibarra, Ecuador. El tipo de investigación fue básica, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 202 clientes, el instrumento de recolecta de datos fue cuestionario, llegando a las siguientes conclusiones:

- Se diagnosticó que el clima laboral en la hostería El Prado es inadecuado debido a las condiciones laborales tensas entre empleadores y empleados, sin embargo, entre empleados se registra un ambiente de unión, comunicación, colaboración y trabajo en equipo.
- Se determinó que el grado de satisfacción del personal que labora en la hostería El Prado es satisfactorio, dado que se cumple con las necesidades fisiológicas y condiciones favorables de seguridad y motivación para desarrollar el trabajo eficaz y eficientemente.
- Se identificó que la percepción del cliente sobre el servicio recibido en la hostería El Prado es alta, ya que se cumple con las necesidades y expectativas de los clientes.

Arias (2019) en su tesis titulada: “Plan de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos por el periodo septiembre 2018 – febrero 2019”, la institución que le respaldo fue la Universidad Central de Ecuador, el objetivo fue proponer el Plan de mejoramiento de la Calidad del Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos, a través de la aplicación de las normas ISO 9001-2015, para el mejoramiento en el área de Recursos Humanos. El tipo de investigación fue exploratoria, diseño

descriptivo, la muestra tendrá 196 usuarios, el instrumento de recolecta de datos fue encuesta, llegando a las siguientes conclusiones:

- En el GADM-S las personas encargadas de atender al usuario no tienen las aptitudes adecuadas para hacerlo.
- En el GADM-S las personas encargadas de atender al usuario no tienen la empatía con él, y el servicio se vuelve grosero
- En el GADM-S las personas encargadas de atender al usuario no tienen los conocimientos suficientes para poder atender eficaz y eficientemente a los usuarios
- En el GADM-S las personas encargadas de atender al usuario no dan la seguridad y confianza al usuario para poder acercar todos sus requerimientos.
- El usuario que visita el GADM-S no se siente seguro que sus necesidades puedan ser atendidas en tiempo y requerimiento justo.
- El usuario del GADM-S piensa que las instalaciones físicas que tiene este estamento gubernamental no son cómodas, ni apropiadas para el servicio

Cano (2018) en su tesis titulada: “Evaluación de la satisfacción de los clientes de un almacén de cadena en Buenaventura”, la institución que le respaldó fue la Universidad del Valle, el objetivo fue determinar el nivel de satisfacción de los clientes en un almacén de cadena en la ciudad de Buenaventura (p.16.). La investigación fue de tipo descriptiva, método cuantitativo, diseño experimental, la muestra estuvo conformada por 150 clientes, el instrumento de recolección de datos fue cuestionario (p.38.), llegando a las siguientes conclusiones:

- De acuerdo con la evaluación sobre la satisfacción de los clientes del almacén, se identificó que los clientes se encuentran en un nivel aceptable de satisfacción.
- La dimensión crítica que genera mayores niveles de insatisfacción, de acuerdo a la evaluación realizada a los clientes es la capacidad de respuesta donde los empleados no se encuentran capacitados para responder dudas de los clientes y también manifiestan su insatisfacción por la falta de personal para la atención.
- Además, se obtuvieron resultados muy bajos en los índices de instalaciones físicas, con 63.33% y en el estado de los elementos materiales con 68% los cuales se encuentran en un nivel de calificación malo, esto se debe a la falta de mantenimiento de los elementos materiales tales como; carros, canastas, refrigeradores. También se evidenció la insatisfacción de los clientes debido a no contar con zonas de esparcimiento, con unos baños públicos habilitados para todos los clientes, incluyendo los discapacitados y la falta de protección de la lluvia y el sol para los clientes que entran y salen del almacén

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Chambergó (2021). en su tesis titulada: “Sistema de red FTTH utilizando la tecnología GPON para mejorar la calidad de servicio de internet en los clientes con Red EOC de la empresa Cablered Perú 2021”, la institución que le respaldó fue la Universidad Nacional del Centro del Perú, el objetivo fue determinar de qué manera influye un sistema de red FTTH utilizando la tecnología GPON en la

mejora de la calidad de servicio de internet de clientes con red EOC en la empresa Cablered Perú. La investigación fue de tipo aplicada, diseño pre - experimental, llegando a las siguientes conclusiones:

- El sistema de red FTTH que utiliza la tecnología GPON influye positivamente en la calidad del servicio de internet en los clientes con red EOC de la empresa Cablered Perú.
- Las caídas de averías masivas mensuales disminuyen en un valor porcentual de 75% luego de la implementación de una red FTTH utilizando la tecnología GPON en la empresa Cablered Perú.

Rojas (2022). en su tesis titulada: “Diseño de una red de fibra óptica FFTH para mejorar la calidad de acceso a internet en el centro poblado Tomaque distrito de Bagua carretera Bagua Copallin región Amazonas”, la institución que le respaldo fue la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, el objetivo fue brindar el servicio de internet con una excelente conectividad y una mayor disponibilidad para navegar de manera segura y confiable a Empresas y entidades del sector Público en todo el Perú y Latinoamérica gracias a la amplia cobertura y atención personalizada de nuestro equipo. La investigación fue de tipo aplicada, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 34 trabajadores, el instrumento de recolección de datos fue encuesta, llegando a las siguientes conclusiones:

- Se diseña la red FTTH brindando acceso a fibra óptica al 90% de las viviendas del centro poblado Tomaque, y con ello se asegura la participación estudiantil en estrategias multinivel, como “Aprendo en Casa” durante la pandemia COVID 19.

- La red FTTH permite brindar servicios múltiples como internet, televisión IP y telefonía IP, que garantiza pueden usarse en otras estrategias multinivel.
- La red FTTH que brinda conexión a internet y demás servicios TriplePlay es capaz de soportar mejoras en el futuro, como el incremento del ancho de banda, aprovechando los beneficios de una red de fibra óptica.

Guevara y Guevara (2018) en su tesis titulada: “Diagnóstico de la Satisfacción del cliente en una financiera en Jaén – 2018”, la institución que le respaldó fue la Universidad Señor de Sipán, el objetivo es diagnosticar la satisfacción del cliente en una financiera en la ciudad de Jaén. La investigación fue de tipo descriptiva, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 361 clientes, el instrumento de recolección de datos fue cuestionario, las conclusiones fueron que se identificó que la satisfacción del cliente en la financiera es baja, esto se debe a que un trabajador nuevo debe tomarse un tiempo para conocer bien a los clientes, procedimientos, políticas y normas de la empresa. Si los puestos rotan mucho el impacto en los clientes es inminente. Los clientes no van a sentir un servicio estándar sino lleno de altibajos. Debido a que no han logrado crear un vínculo a largo plazo con los trabajadores de la empresa. Se identificó que factores influyen en la insatisfacción del cliente tales como: insatisfacción respecto a la confianza, voluntad, Amabilidad, cortesía, atención personalizada, Agilidad del servicio y servicios ajustados a las necesidades.

Chávez (2019) en su tesis titulada: “La Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en CINEMARK Huánuco, 2018”, la institución que le respaldó fue la Universidad Nacional Hermilio Vladizán Medrano, el objetivo fue determinar de qué manera incide la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en Cinemark Huánuco, 2018 (p.9.). La investigación fue de tipo evaluativo, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 370 clientes, el instrumento de recolección de datos fue guía de entrevista y cuestionario (p.51.), llegando a las siguientes conclusiones:

- La calidad de servicio ofrecida por Cinemark Huánuco incide directamente en el nivel de la satisfacción de sus clientes, debido a que existe una gran incidencia de las dimensiones de la calidad de servicio (elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) sobre su satisfacción. De acuerdo con los resultados obtenidos la calidad de servicio es calificada como media por los clientes, esto incide directamente a que a la vez éstos se sientan satisfechos con el servicio recibido. Por lo tanto, se ha logrado incidir en las variables, es decir si una sube la otra también o viceversa.
- Se determinó que la dimensión elementos tangibles incide directamente en el nivel de satisfacción del cliente en Cinemark Huánuco, debido a que los clientes se sienten satisfechos con los indicadores que corresponden a los elementos tangibles, siendo los más valorados: las instalaciones modernas, los elementos materiales y la correcta vestimenta del personal.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Calidad de Señal de Internet (X)**

Muñoz (2003) menciona que:

Otro factor tecnológico importante es que el paradigma empleado es el del "mejor esfuerzo" (best effort), sin garantía de envío y calidad. Este aspecto usualmente sólo es bien conocido y entendido por usuarios con cierto nivel de conocimiento técnico. El desconocimiento general puede dar lugar a que los proveedores de servicio Internet usen una infraestructura insuficiente (sub provisionamiento de las redes) afectando la calidad del servicio final o por otro lado, los usuarios tengan demasiadas expectativas sobre el servicio y eso los lleven a usar la Internet en forma indiscriminada. Las características del tráfico en la Internet también han cambiado drásticamente en los últimos años, antes no era tráfico en tiempo real, ahora si. Antes era sólo datos, ahora se desea y usa para servicios de voz (tipo telefónico o no). (p.10)

#### **2.2.1.1. Calidad de Servicio**

Asis (s.f.) menciona que:

La calidad de servicios comprende requerimientos en todos los aspectos de una conexión, tales como tiempo de respuesta de los servicios, pérdidas, ratio señal a ruido, diafonías, ecos, interrupciones, frecuencia de respuesta, niveles de sonido, entre otros. Una subcategoría de calidad de servicios de telefonía son los requerimientos de nivel de servicio, los cuales comprenden

aspectos de una conexión relacionados con la capacidad y cobertura de una red.

Asis (s.f.) menciona que:

Calidad de servicio es la habilidad de proveer diferentes prioridades a diferentes aplicaciones, usuarios, o flujos de datos, o de garantizar un cierto nivel de rendimiento para un flujo de datos. Por ejemplo, una requerida tasa de bits, retraso, *jitter*, probabilidad de eliminación de paquetes o tasa de bit de errores pueden ser garantizados. Las garantías de la calidad de servicio son importantes si la capacidad de la red es insuficiente, especialmente para aplicaciones de transmisión multimedia en tiempo real tales como voz sobre IP, juegos en línea y IP-TV, ya que a menudo estos requieren tasa de bit establecidas y son sensitivas al retraso, y en redes donde la capacidad es un recurso limitado, por ejemplo, en comunicación de datos celular.

#### **2.2.1.1.1. Accesibilidad de la red**

Mdn web docs (s.f.) menciona que:

La accesibilidad hace que tus sitios web puedan ser utilizados por el mayor número de personas posible. Tradicionalmente, se ideó para las personas con discapacidad, pero la creación de sitios accesibles también beneficia a otros grupos, como los que

utilizan los dispositivos móviles o los que tienen conexiones de red lentas.

#### **2.2.1.1.2. Continuidad del servicio**

Atlassian (s.f.) menciona que:

La gestión de continuidad del servicio es un componente clave de la prestación de servicios. Se centra en la planificación de la prevención, predicción y gestión de incidentes con el objetivo de mantener el rendimiento y la disponibilidad del servicio en los niveles más altos posibles antes, durante y después de un incidente a nivel de desastre.

#### **2.2.1.1.3. Integridad del servicio**

Cumple los deberes, funciones y responsabilidades asignados a su cargo, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos que ofrece. Actúa con imparcialidad y garantiza los derechos de las personas con equidad, igualdad y sin discriminación.

#### **2.2.1.2. Causas de la pérdida de señal**

Jiménez (2023) menciona que:

Una de las causas más comunes cuando se desconecta del internet constantemente es que estemos muy lejos conectados. Esto hace que la señal sea muy débil y que tengamos

problemas para establecer una conexión adecuada. Es un problema que no tendríamos si usamos el cable para navegar. Si la señal llega débil podría dar lugar a interrupciones, fallos al intentar abrir una página o aplicación y que, más allá de tener una mala velocidad, nuestro dispositivo busque conectarse constantemente. Por tanto, siempre que tengamos este problema podemos pensar en que la causa puede ser simplemente la distancia.

#### **2.2.1.2.1. Interferencia**

Reyes (2016) mencionó que:

Es el efecto por el cual la señal inicial, que varía en el tiempo y en una frecuencia fija es anulada por otras señales también transmitidas a frecuencias muy cercanas y/o adyacentes, por tal motivo se logran producir ruido en el canal de comunicación. Esto comúnmente sucede en las redes inalámbricas digitales haciendo que haya caídas de llamadas, mala calidad de voz y fallas de acceso a la red. (p. 29)

#### **2.2.1.2.2. Baja cobertura**

Reyes (2016) mencionó que: “Dependiendo en que ubicación se encuentre la torre de radio base más cercana, un dispositivo móvil muchas veces no puede ser capaz de

generar una señal muy fuerte para que pueda funcionar correctamente”.

Reyes (2016) mencionó que:

La pérdida de potencia puede ser también una de las causas de la pérdida y degradación de la señal telefónica móvil. Si un dispositivo móvil se queda sin energía en su batería, este será incapaz de poder recibir alguna señal. Hay algunas zonas rurales que pueden estar obteniendo una muy mala recepción de la señal telefónica, es decir no cuentan con muy buena calidad de señal lo cual provoca pérdidas del servicio telefónico, caídas de llamadas y una señal deficiente. (p. 34)

#### **2.2.1.2.3. Degradación de señal por lluvias**

Reyes (2016) mencionó que:

La absorción o atenuación por lluvia se refiere a la absorción de una señal RF (de radio frecuencia) por la lluvia o nieve, y prevalece en especial por arriba de los 11 GHz. También se puede referir a la degradación de la señal por la interferencia electromagnética del margen principal del lado de adelante de una tormenta. (p. 35)

Reyes (2016) mencionó que:

La atenuación por la lluvia o la nieve. No es necesario que se encuentre lloviendo en cierta parte de la localidad para que la señal sea afectada por la atenuación por lluvia, porque la señal pudo haber pasado a través de lluvia o nieve a muchos kilómetros de distancia, más aún si la antena satélite tiene un ángulo de elevación muy bajo. (p. 35)

Reyes (2015) mencionó que:

Hay algunos métodos para poder vencer la absorción por lluvia, como la diversidad de sitios, controlar la potencia al enlace de subida, la codificación para la tasa variable, antenas receptoras de diámetro superior al que se requiere para condiciones de tiempo normales y mejor revestimiento contra lluvia, nieve y hielo. (p. 35)

#### **2.2.1.2.4. Desvanecimiento de internet**

Reyes (2016) mencionó que:

El término “Desvanecimiento de la señal” es dicha señal que es atenuada por motivo a la pérdida en el espacio, los obstáculos y resistencia que debe ser traspasada durante toda su transmisión hasta llegar al destino. Este desvanecimiento se presenta como baja

o mala potencia recibida en el receptor. El desvanecimiento tiene un carácter probabilístico. (p. 30)

### **2.2.2. Satisfacción del Cliente (Y)**

Quintana (2018) mencionó que: “la satisfacción del cliente es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente”.

Harris (2001) mencionó que:

La Satisfacción del Cliente es parte vital del sistema de competencia en el mercado. Aunque en un sistema de libre competencia los clientes buscan la buena calidad a los mejores precios, como se dice en círculos de negocios "la satisfacción de los precios baratos se olvida mucho más rápido que un mal servicio durante y después de la compra". (p. 37)

Figueroa (2018) mencionó que:

La satisfacción del cliente es en sí un estado de ánimo proveniente de la asimilación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa, y si el efecto es neutral, se considera que no existe ningún tipo de relación positiva rendipara el cliente, puesto que la empresa solo se inclinó a realizar su labor diario como todos los días sin adicional ningún tipo de esfuerzo superior para lograr la verdadera satisfacción al cliente. (p. 47)

### **2.2.2.1. Rendimiento percibido**

Thompson (2005) mencionó que: “Es la entrega de valor agregado que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió”.

Millones (2010) mencionó que:

Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. (p. 18)

#### **2.2.2.1.1. Percepción**

Grandey Ildelfonso (2000) indicaron que: “las percepciones superan las expectativas, los clientes se encontrarán satisfechos. Cuando coincidan ambas, no existirá satisfacción porque se habrá recibido lo que se esperaba. Si las percepciones son inferiores a las expectativas se producirá insatisfacción”.

Vargas (1994) mencionó que:

La percepción debe ser entendida como relativa a la situación histórico-social pues tiene ubicación espacial y temporal, depende de las circunstancias cambiantes y de la

adquisición de experiencias novedosas que incorporen otros elementos a las estructuras previas, modificándolas y adecuándolas a las condiciones. (p. 50)

#### **2.2.2.1.2. Confianza**

Cáceres y Mamani (2020) mencionaron que:

Se refiere a la seguridad que el cliente muestra frente a la utilidad de un determinado servicio. Así mismo la confianza es uno de los pilares fundamentales de la fidelidad, es decir si no existe confianza no habría lealtad. Se refiere a la esperanza con carácter de firmeza que tiene un cliente al momento de opinar y/o manifestar de un servicio brindado a su entorno diario, familiares y compañeros de trabajo. De esta manera el cliente muestra fidelidad por nuestros servicios como también sentirse seguros para ser recomendado a otras personas.  
(p. 63)

#### **2.2.2.2. Nivel de satisfacción**

Thompson (2005) mencionó que: “Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan éstos tres niveles de satisfacción: Insatisfacción, Satisfacción y Complacencia”.

Thompson (2005) mencionó que: “Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan los niveles de satisfacción”.

Thompson (2005) mencionó que:

Dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho cambiara de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal, pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar y entregar después más de lo que prometieron. (p. 40)

#### **2.2.2.2.1. Insatisfacción**

Thompson (2005) mencionó que: “Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente”.

Tigani (2006) mencionó que:

El 96% de los clientes insatisfechos nunca se quejan, simplemente se van y nunca vuelven. Los clientes muy satisfechos, transmiten su satisfacción a 3 o menos personas. Los clientes insatisfechos, transmiten su insatisfacción a 9 o más personas, porque siempre una mala experiencia será un buen motivo de conversación. (p. 10)

#### **2.2.2.2. Satisfacción**

Lovelock y Wirtz (2009) definieron como: “Los sentimientos de placer o desilusión de una persona al comparar el desempeño o resultado percibido”.

Kotler y Keller (2016) mencionó que: “Es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto o servicio contra las expectativas”.

#### **2.2.2.3. Complacencia**

Thompson (2005) mencionaron que: “Se produce cuando el desempeño percibido es mayor a las expectativas que tenía el cliente”.

Thompson (2005) mencionó que: “Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente”.

### **2.2.2.3. Expectativas**

Thompson (2005) mencionó que: “Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por cuatro situaciones: Promesa implícitas y explícitas, comunicación boca – oreja y experiencias pasadas”.

Lovelock y Wirtz (2015) definieron como: “Los estándares internos que utilizan los clientes para juzgar la experiencia de la calidad de servicio”.

#### **2.2.2.3.1. Expectativas básicas**

Millones (2010) mencionó que:

Las expectativas básicas son simplemente lo que hay que cumplir con tal de conseguir la calidad, como una mesa tener una base o una superficie estable, o que una compañía aérea sea segura o puntual, una vez que se ha convertido en una expectativa normal. (p. 19)

#### **2.2.2.3.2. Expectativas diferenciadas**

Millones (2010) mencionó que: “Las expectativas diferenciadas son aquellas que una vez satisfechas hacen que los clientes sientan que han recibido algo especial, en

particular, cuando han sido reconocidos como personas individuales”.

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **a) Señal**

La señal es la transmisión de información entre diferentes dispositivos o, lo que es lo mismo, que te permite conectarte a la red de internet.

#### **b) Internet**

Internet es un conjunto descentralizado de redes interconectadas a través de un conjunto de protocolos denominado TCP/IP. La Real Academia de la Lengua (RAE) lo define como la red informática mundial, descentralizada y formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

#### **c) Red**

Una red es un conjunto de equipos nodos y software conectados entre sí por medio de dispositivos físicos que envían y reciben impulsos eléctricos, ondas electromagnéticas o cualquier otro medio para el transporte de datos, con la finalidad de compartir información, recursos y ofrecer servicios.

#### **d) Servicio**

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios raramente incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas (funcionarios,

empleados, empresarios) que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados); entre estos pueden señalarse los servicios de: electricidad, agua potable, limpieza, teléfono, telégrafo, correo, transporte, educación, internet, sanidad, asistencia social, etc.

#### **e) Rendimiento**

En un sentido amplio, la palabra rendimiento refiere el producto o la utilidad que rinde o da una persona o cosa. Poniéndolo de alguna manera en términos matemáticos, el rendimiento sería la proporción entre el resultado que se obtiene y los medios que se emplearon para alcanzar al mismo.

### **2.4. Formulación de la hipótesis**

#### **2.4.1. Hipótesis general**

La Calidad de la señal de internet se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

#### **2.4.2. Hipótesis específicas**

1. La Calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.
2. Las causas de la pérdida de señal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

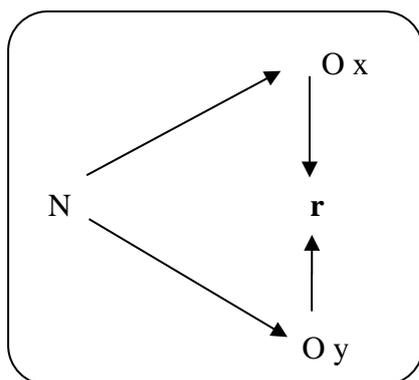
## 2.5. Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
(X) CALIDAD DE LA SEÑAL DE INTERNET	X.1. Calidad de servicio  X.2.- Causas de la pérdida de señal	X.1.1.- Accesibilidad de la red X.1.2.- Continuidad del servicio X.1.3.- Integridad del servicio  X.2.1.- Interferencia X.2.2.- Baja cobertura X.2.3.- Degradación de señal por lluvias X.2.4.- Desvanecimiento de internet	Escala de Likert:  Siempre. Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca
(Y). SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Y.1. Rendimiento percibido  Y.2. Nivel de satisfacción  Y.3. Expectativas	Y.1.1. Percepción Y.1.2. Confianza  Y.2.1. Insatisfacción Y.2.2. Satisfacción Y.2.3. Complacencia  Y.3.1 Expectativas básicas Y.3.2 Expectativas diferenciadas	Escala de Likert:  Siempre. Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca

## Capítulo III. Metodología

### 3.1. Diseño metodológico

El tipo de investigación de acuerdo al fin que se persigue fue la investigación básica, llamada pura o fundamental. Fue descriptivo por cuanto nos dio valiosa información diagnóstica de las variables, con un enfoque cuantitativa y un diseño no experimental transaccional correlacional por cuanto las variables estudiadas se relacionan o tienen un grado relación o dependencia de una variable en la otra, y está interesada en conocer a través de una muestra de las unidades de observación, la relación existente entre las variables identificadas, como podemos ver en la siguiente figura:



#### Denotación:

**N** = Población

**Ox** = Observación a la variable independiente.

**Oy** = Observación a la variable dependiente.

**r** = Relación entre variables.

#### Método de Investigación

Método Científico.

## **Estrategia procedimiento de contratación de hipótesis**

Las reglas estratégicas que se emplearon para la prueba de hipótesis fueron a través del paquete estadístico de la correlación, en su variante descriptiva y comparativa puesto que se trata de determinar y establecer el nivel de relación existente entre ambas variables. Finalmente, se hizo un análisis estadístico de los resultados mediante el coeficiente de correlación.

### **3.2. Población y muestra**

#### **3.2.1. Población**

Córdoba (2009) señala que: “La población es el conjunto bien definido de unidades de observación con características comunes y perceptibles. Es denotado por la letra N”.

El universo poblacional estuvo constituido por 8639 pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta - Huaura.

#### **3.2.2. Muestra**

Arias (2006) describió: “Un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83).

La muestra que se utilizó en la investigación fue probabilística aleatoria donde se considera los siguientes parámetros:

$Z_{95\%} = 1.96 \rightarrow$  Nivel de confiabilidad (nivel de confianza del 95%)

$p = 0.5 \rightarrow$  Probabilidad de ocurrencia

$q = 0.5 \rightarrow$  Probabilidad de no ocurrencia

$P = 8639 \rightarrow$  Población

$e_{5\%} = 0.05 \rightarrow$  Margen de error

$$n_0 = \frac{Z^2 \times p \times q \times P}{Z^2 \times p \times q + e^2 \times (P - 1)}$$

$$n_0 = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 8639}{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 + 0.05^2 \times 8638}$$

$$n_0 = 368$$

Como  $n_0 < 5\%$  de la población no necesita de reajuste.

Entonces la muestra estuvo conformada por 368 unidades de observación, que vale decir 368 pobladores del Centro poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta.

### 3.3. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos se utilizaron en el presente trabajo de investigación se muestran a continuación:

#### Técnicas:

- Análisis documental
- Observación
- Encuesta

#### Instrumentos:

- Fichas bibliográficas, hemerográficas y de investigación
- Guía de observación
- Cuestionario de preguntas.

### **3.4. Técnicas para el procedimiento de la información**

#### **Análisis Documental**

Mediante el análisis documental y sus respectivos instrumentos se revisaron fuentes bibliográficas, publicaciones especializadas y portales de Internet; directamente relacionados con el tema de investigación.

A través de la entrevista y su instrumento – cuestionario, elaborado por el tesista especialmente para esta investigación, se recopiló información sobre cada una de las dimensiones de la variable, las preguntas están referidas a los aspectos concretos que aportaran para recopilar datos y ubicar las deficiencias en la Vd.

Mediante la observación y su respectivo instrumento vamos a comprender procesos, interrelaciones entre personas y sus situaciones o circunstancias y eventos que suceden a través del tiempo, así como los patrones que se desarrollan y los contextos sociales y culturales en los cuales ocurren las experiencias humanas; así como identificar problemas.

#### **a) Ficha Técnica de Instrumentos**

La encuesta estuvo constituida por preguntas de la Vi y la Vd., La medición se realizó a través de la Escala de Likert, que mide de 1 a 5.

#### **b) Administración de los instrumentos y obtención de los datos**

Para el acopio de la información se formuló y contó con un cuestionario, confiable y validado por especialistas y expertos en la investigación, que dieron su opinión de expertos si el cuestionario es aplicable o puede ser observado para

luego ser corregido por el investigador. La confiabilidad se logró aplicando pruebas piloto que fueron aplicados el cuestionario varias veces a la muestra determinada para comprobar la precisión y exactitud del instrumento o en todo caso hacemos uso de la prueba de Alfa de Cronbach.

En la administración de cuestionarios se contó con el valioso apoyo en la recopilación de datos del personal.

### **Análisis Estadístico**

Se llevo a cabo utilizando el paquete estadístico SPSS 25.0 el cual proceso, para lograr la interpretación, análisis y discusión los gráficos y figuras estadísticos, para lograr los resultados y contar con las conclusiones, implicando los objetivos y las hipótesis que fue el producto final de la investigación.

### **Formulación del modelo**

#### **a. Hipótesis Nula.**

Existen evidencias que las medias de los tratamientos estadísticamente no difieren significativamente.

#### **b. Hipótesis alterna.**

Estadísticamente las medias de los tratamientos difieren significativamente.

#### **c. Recolección de datos y cálculos de los estadísticos correspondientes.**

La recolección de datos se efectuó una vez aplicado los tratamientos correspondientes a cada muestra y para el procesamiento se utilizarán programas estadísticos.

**d. Decisión estadística.**

La decisión estadística se tomó como consecuencia de la comparación del estadístico de prueba calculado y el obtenido mediante tablas estadísticas correspondientes a la distribución del estadístico de prueba; esto quiere decir si el valor del estadístico de prueba calculado se encuentra en la región de rechazo se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario se acepta; es decir: Si:

**$F_0 > F_{\alpha, a-1, N-a}$  se rechaza**

## Capítulo IV. Resultados

### 4.1. Análisis de resultados

Tabla 1.

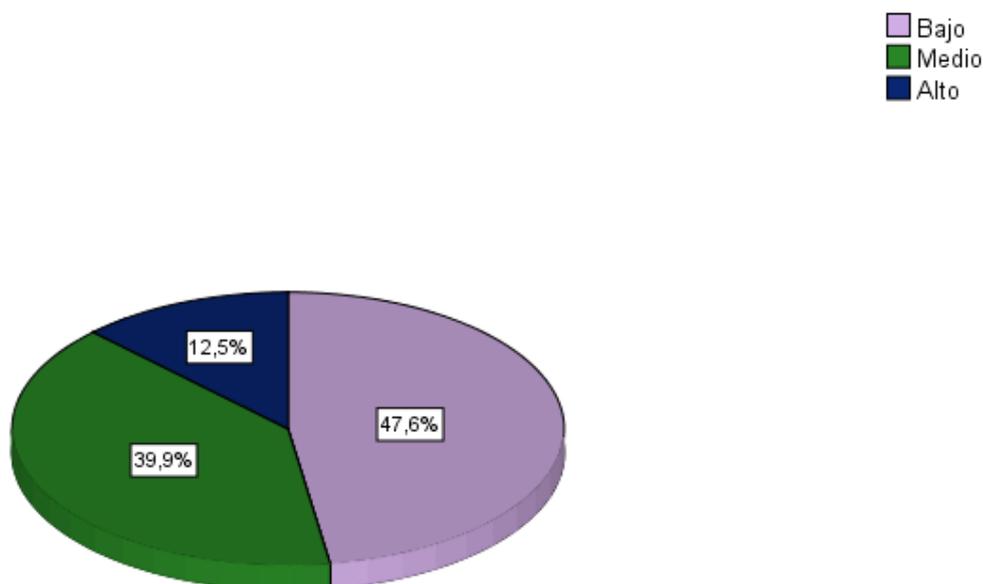
*Calidad de la señal de internet*

<i>Calidad de la señal de internet</i>				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Bajo	175	47,6	47,6	47,6
	Medio	147	39,9	39,9	87,5
	Alto	46	12,5	12,5	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

**Calidad de la señal de internet**



*Figura 1.*

Calidad de la señal de internet

De la figura 1, un 47,6% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel bajo en la variable de calidad de la señal de internet, un 39,9% un nivel medio y un 12,5% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

Tabla 2.

*Calidad de servicio*

<i>Calidad de servicio</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	160	43,5	43,5	43,5
	Medio	162	44,0	44,0	87,5
	Alto	46	12,5	12,5	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

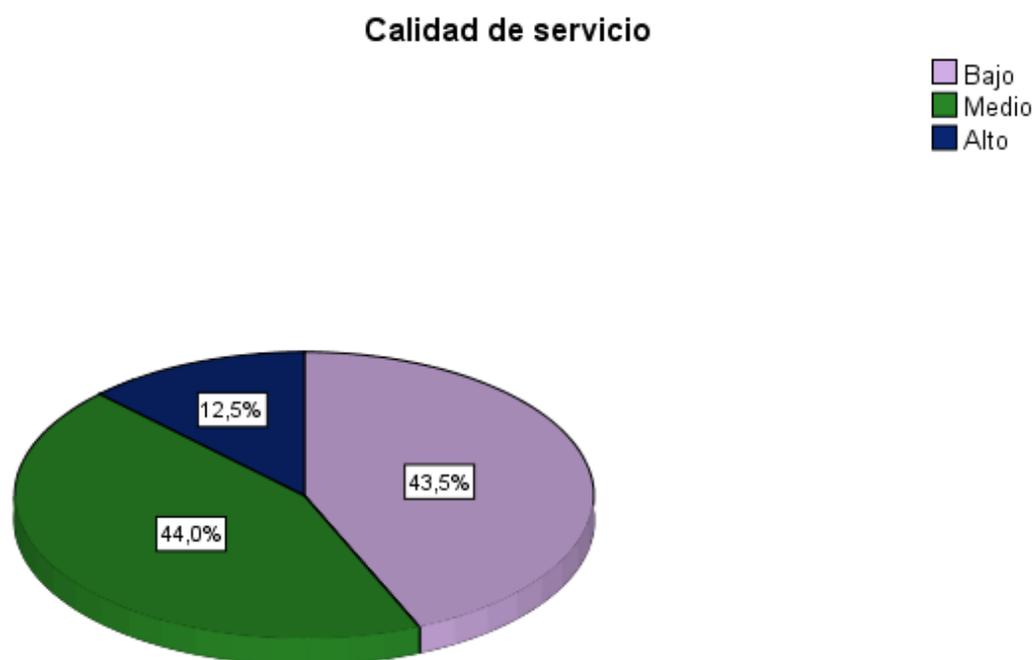


Figura 2.

## Calidad de servicio

De la figura 2, un 44,0% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión de calidad de servicio, un 43,5% un nivel bajo y 12,5% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

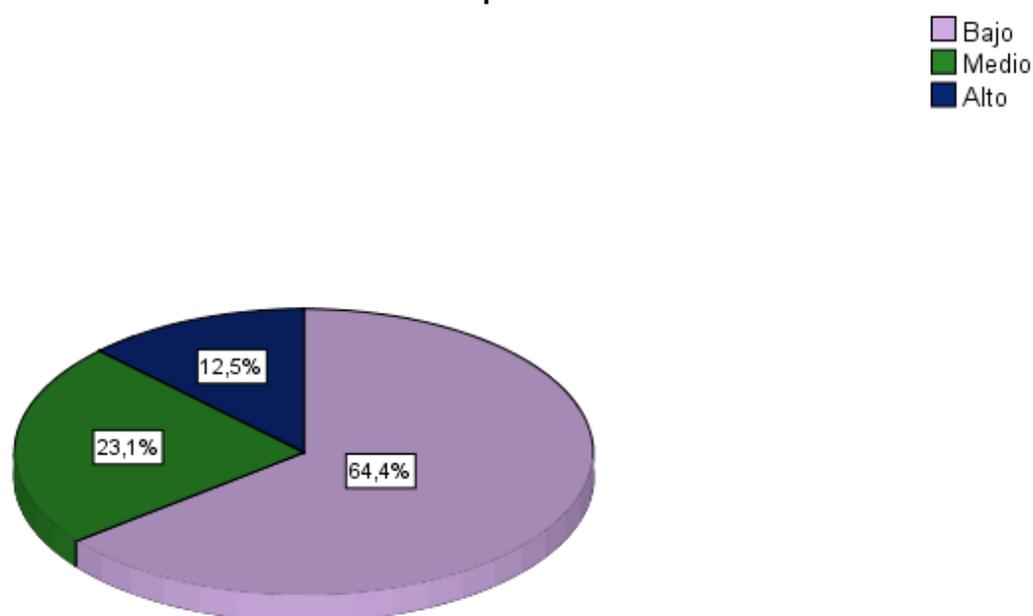
Tabla 3.

*Causas de la pérdida de señal*

<i>Causas de la pérdida de señal</i>				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Bajo	237	64,4	64,4	64,4
	Medio	85	23,1	23,1	87,5
	Alto	46	12,5	12,5	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

**Causas de la pérdida de señal***Figura 3.***Causas de la pérdida de señal**

De la figura 3, un 64,4% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel bajo en la dimensión de causas de la pérdida de señal, un 23,1% un nivel medio y un 12,5% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

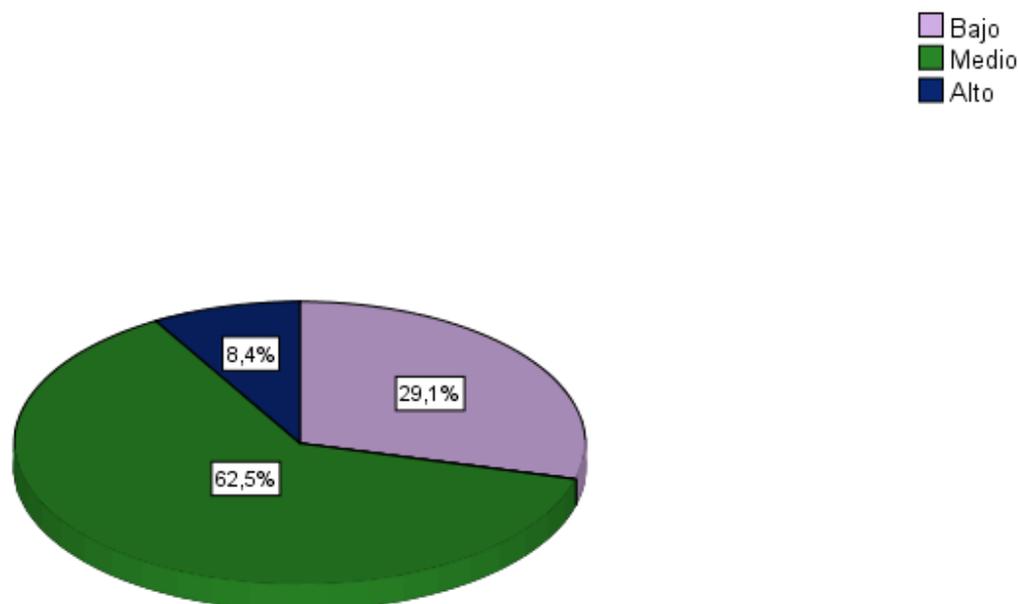
Tabla 4.

*Satisfacción del cliente*

<i>Satisfacción del cliente</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	107	29,1	29,1	29,1
	Medio	230	62,5	62,5	91,6
	Alto	31	8,4	8,4	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

**Satisfacción del cliente***Figura 4.***Satisfacción del cliente**

De la figura 4, un 62,5% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel medio en la variable de satisfacción del cliente, un 29,1% un nivel bajo y un 8,4% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

Tabla 5.

*Rendimiento percibido*

<i>Rendimiento percibido</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	252	68,5	68,5	68,5
	Medio	85	23,1	23,1	91,6
	Alto	31	8,4	8,4	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

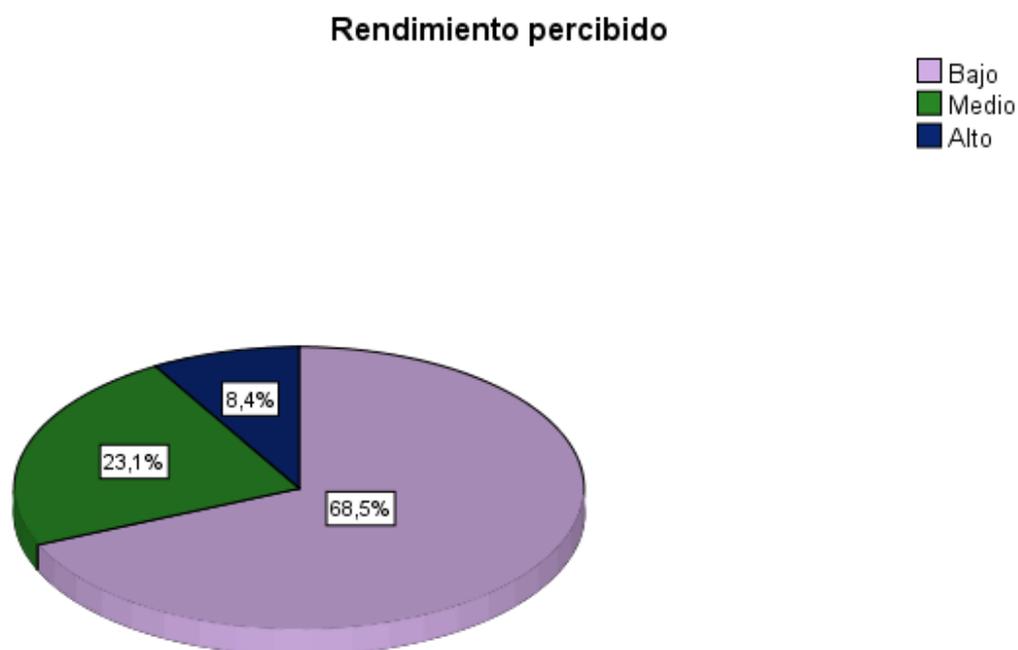


Figura 5.

## Rendimiento percibido

De la figura 5, un 68,5% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel bajo en la dimensión de rendimiento percibido, un 23,1% un nivel medio y un 8,4% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

Tabla 6.

*Nivel de satisfacción*

<i>Nivel de satisfacción</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	122	33,2	33,2	33,2
	Medio	215	58,4	58,4	91,6
	Alto	31	8,4	8,4	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

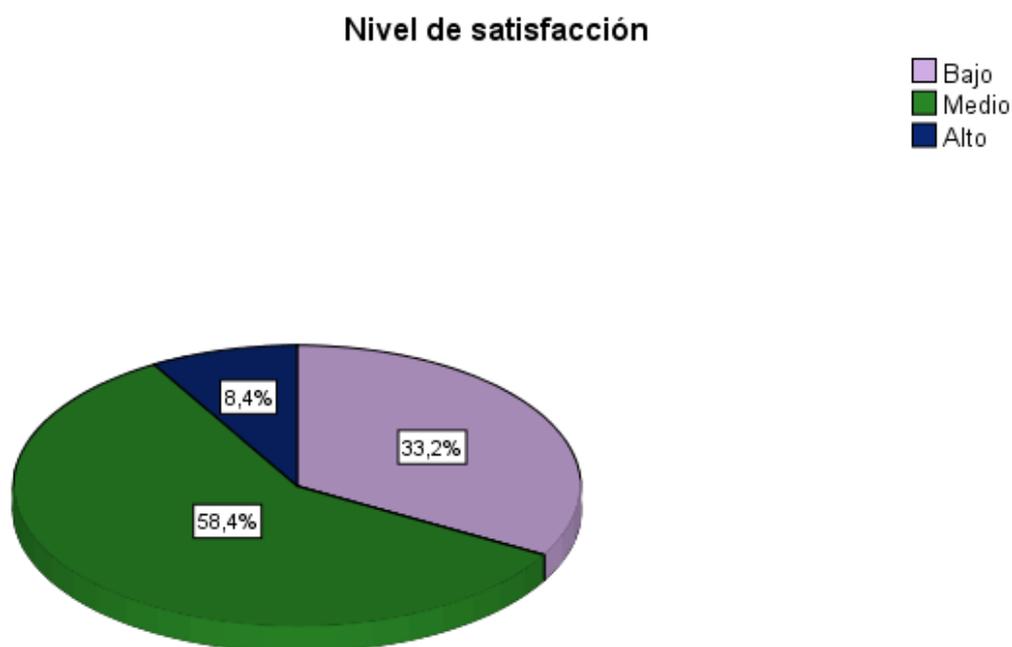


Figura 6.

## Nivel de satisfacción

De la figura 6, un 58,4% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión de nivel de satisfacción, un 33,2% un nivel bajo y un 8,4% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

Tabla 7.

*Expectativas*

<i>Expectativas</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	107	29,1	29,1	29,1
	Medio	192	52,2	52,2	81,3
	Alto	69	18,8	18,8	100,0
	Total	368	100,0	100,0	

**Fuente:** Ficha de observación aplicada a los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz, distrito de Vegueta – Huaura 2023.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

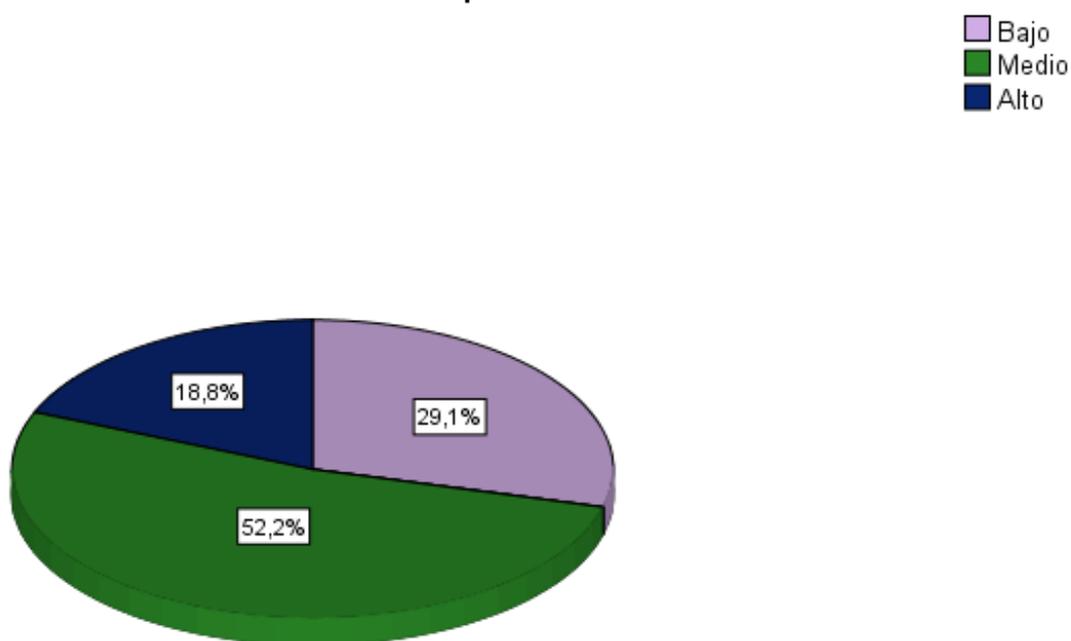
**Expectativas**

Figura 7.

## Expectativas

De la figura 7, un 52,2% de los pobladores del Centro poblado de Santa Cruz manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión de expectativas, un 29,1% un nivel bajo y un 18,8% un nivel alto en el distrito de Vegueta – Huaura.

## 4.2. Contrastación de hipótesis

Dado que se tiene 2 variables cuantitativas es necesario comprobar antes de cualquier análisis estadístico inferencial, si los datos de las variables aleatorias estudiadas siguen o no el modelo normal de distribución de probabilidades. Para realizar la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, dado que el tamaño de la muestra es mayor que 50.

### Prueba de normalidad la variable de calidad de la señal de internet

Para realizar la prueba de normalidad de la variable calidad de la señal de internet, se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov y se siguió el siguiente procedimiento:

a) Planteo de las hipótesis:

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** Las puntuaciones de la variable calidad de la señal de internet, tienen una distribución normal

**Hipótesis Alterna ( $H_a$ ):** Las puntuaciones de la variable calidad de la señal de internet, no tienen una distribución normal.

b) Nivel de significación o riesgo:  $\alpha = 5\% = 0,05$

c) Estadístico de la prueba: Kolmogórov-Smirnov

Tabla 8.

*Prueba normalidad de la variable calidad de la señal de internet*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de la señal de internet	,182	368	,000

d) Regla de decisión:

- Si:  $P_{\text{valor}}(\text{sig.}) \leq 0,05$  se rechaza la hipótesis nula
- Si:  $P_{\text{valor}}(\text{sig.}) > 0,05$  no se rechaza la hipótesis nula

Sobre la variable calidad de la señal de internet, el p-valor=Sig.= es igual 0,000 como este valor es mayor a 0,05 se infiere que no hay suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula, concluyendo que los datos no provienen de una distribución normal.

### **Prueba de normalidad de la variable de satisfacción del cliente**

Para realizar la prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente, se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov y se siguió el siguiente procedimiento:

a) Plántelo de las hipótesis:

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** Las puntuaciones de la variable satisfacción del cliente, tienen una distribución normal

**Hipótesis Alterna ( $H_a$ ):** Las puntuaciones de la variable satisfacción del cliente, no tienen una distribución normal.

b) Nivel de significación o riesgo:  $\alpha = 5\% = 0,05$

c) Estadístico de prueba: Kolmogórov-Smirnov

Tabla 9.

*Prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,166	368	,000

d) Regla de decisión:

- Si: P\_valor (sig.)  $\leq 0,05$  se rechaza la nula
- Si: P\_valor (Sig.)  $> 0,05$  no se rechaza la hipótesis nula

Sobre la variable satisfacción del cliente, el p-valor=Sig.= es igual 0,000 como este valor es menos a 0,05 se infiere que hay suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, concluyendo que los datos no provienen de una distribución normal.

## Hipótesis General

Hipótesis Alternativa: La Calidad de la señal de internet se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Hipótesis nula: La calidad de la señal de internet no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Tabla 10:

*La calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente*

			Calidad de la señal de internet	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de la señal de internet	Coefficiente de correlación	1,000	,809**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,809**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

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

Como se muestra en la tabla 11 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r = 0.809$ , con una  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **muy buena**.

### Hipótesis Específica 1

Hipótesis Alternativa: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Hipótesis nula: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Tabla 11:

*La calidad de servicio y la satisfacción del cliente*

			Calidad de servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,794**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,794**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

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

Como se muestra en la tabla 12 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r= 0.794$ , con una  $p=0.000(p<0.05)$  con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **muy buena**

## Hipótesis Específica 2

Hipótesis Alternativa: Las causas de la pérdida de señal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Hipótesis nula: Las causas de la pérdida de señal no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Tabla 12:

*Las causas de la pérdida de señal y la satisfacción del cliente*

			Causas de la pérdida de señal	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Causas de la pérdida de señal	Coefficiente de correlación	1,000	,805**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,805**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

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

Como se muestra en la tabla 13 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r= 0.805$ , con una  $p=0.000(p<0.05)$  con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre las causas de la pérdida de señal y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **muy buena**.

## Capítulo V. Discusión

### 5.1. Discusión

Los resultados estadísticos demuestran que existe una relación significativamente entre la calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.809, representando una muy buena asociación entre las variables estudiadas. Coincidiendo con la investigación Chambergó (2021). en su tesis titulada: “Sistema De Red FttH Utilizando La Tecnología Gpon Para Mejorar La Calidad De Servicio De Internet En Los Clientes Con Red Eoc De La Empresa Cablered Perú 2021”, donde concluyó que el sistema de red FTTH que utiliza la tecnología GPON influye positivamente en la calidad del servicio de internet en los clientes con red EOC de la empresa Cablered Perú.

Entre las variables estudiadas, luego analizamos estadísticamente por dimensiones las variables el cual la primera dimensión se puede apreciar también existe una relación significativamente entre la calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,794, representando una buena asociación. Coincidiendo con la investigación Rojas (2022). en su tesis titulada: “Diseño de una red de fibra óptica FFTH para mejorar la calidad de acceso a internet en el centro poblado Tomaque distrito de Bagua carretera Bagua Copallin región Amazonas”, quien concluyó que se diseña la red FTTH brindando acceso a fibra óptica al 90% de las viviendas del centro poblado Tomaque, y con ello se asegura la

participación estudiantil en estrategias multinivel, como “Aprendo en Casa” durante la pandemia COVID 19.

En la segunda dimensión se puede apreciar también que existe una relación significativamente entre las causas de la pérdida de señal y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,805, representando una muy buena asociación. Coincidiendo con la investigación Morocho (2018). en su tesis titulada: “Proyecto de factibilidad para la Creación de una Microempresa dedicada a la prestación de Servicios de Internet ubicada en el Cantón Cayambe”, donde concluyó que la investigación realizada, se estableció la necesidad que tiene la ciudad de Cayambe ubicado en el cantón Cayambe, perteneciente a la parroquia de Cayambe, que se diseñe y cree una microempresa dedicada a la prestación de servicio de Internet, “Cibercafé Ians” ya que, dentro de este barrio, no existe ningún negocio que pueda brindar un servicio de calidad; lo que permitirá que esta microempresa cubra las necesidades de los usuarios.

## Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones

### 6.1. Conclusiones

De las pruebas realizadas podemos concluir:

1. Según el objetivo general, esta tesis logró dar a conocer que existe una muy buena relación entre la calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023. Demostrándose debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.809, porque se actualizo al Pazar el tiempo antes era sólo datos, ahora se desea y usa para servicios de voz.
2. Según el objetivo específico 1: Se logró conocer que existe una buena relación entre la calidad de la señal de internet y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023. Demostrándose debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.794, porque la capacidad de la red es insuficiente, especialmente para aplicaciones de transmisión multimedia.
3. Según el objetivo específico 2: Se logró conocer que existe una muy buena relación entre las causas de la pérdida de señal y la satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023. Demostrándose debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.805, porque ya no será necesario usar el cable para navegar.

## 6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda analizar que, en la actualidad, el ingenio es un factor fundamental para la subsistencia de cualquier compañía, el cual facilita resguardar un nivel competitivo en el mercado globalizado haciendo frente a la evolución del mismo.
2. Se recomienda desarrollar una mejor estrategia de atención al cliente, con la finalidad de actuar rápido ante reclamos del servicio de internet de los clientes. Surgir nuevos proveedores del servicio de internet, los cuales han reducido la tasa de mercado corporativo frente a los cambios que estos han ido desarrollando.
3. Se recomienda realizar otra investigación en sectores diferentes al sector corporativo, a fin de obtener un bosquejo mayor de la satisfacción de los clientes en los diferentes sectores, con el propósito de desarrollar objetivos estratégicos para cada sector.
4. Se recomienda desarrollar una mejor estrategia de atención al cliente, con la finalidad de actuar rápido ante reclamos del servicio de internet de los clientes.

## Capítulo VII. Referencias bibliográficas

### 7.1.-. Fuentes documental

Jiménez, J. (2023). Problemas con el Internet: por qué se desconecta. Redes Zone.

Recuperado de: <https://www.redeszone.net/tutoriales/redes-wifi/wifi-se-desconecta-evitar-consejos/>

Asis, J. (s.f.). Indicadores de calidad de los servicios de telecomunicaciones. Pagina web

Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/475709072/INDICADORES-DE-CALIDAD-DE-LOS-SERVICIOS-DE-TELECOMUNICACIONES-v4-docx#>

Muñoz, J. (2003). Desarrollo de métodos de medición para evaluar la calidad de servicio en el acceso a internet. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima –

Perú. Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/3107/Mu%c3%b1oz\\_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/3107/Mu%c3%b1oz_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mdn web docs (s.f.). ¿Qué es la accesibilidad? Recuperado de:

[https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn/Accessibility/What\\_is\\_accessibility](https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn/Accessibility/What_is_accessibility)

Atlassian (s.f.) ¿Qué es la gestión de la continuidad del servicio de TI? Recuperado de:

<https://www.atlassian.com/es/itsm/incident-management/itscm#:~:text=En%20ITIL%20%2C%20la%20gesti%C3%B3n,dentro%20de%20unos%20plazos%20acordados.>

Reyes, J. (2016). *Análisis De La Pérdida Y Degradación De La Señal Telefónica Móvil En El Sector De Socio Vivienda I De La Ciudad De Guayaquil*. (Tesis Pregrado)

Universidad de Guayaquil. Guayaquil – Ecuador. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20567/1/JAIRO-CORRECCI%C3%93N.pdf>

- Quintana, F. (2018). *El secreto mejor guardado. La primera ley de los servicios: Satisfacción = Percepción – Expectativas*. Recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/el-secreto-mejor-guardado-la-primera-ley-de-los-felipe-quintana#:~:text=La%20satisfacci%C3%B3n%20vista%20desde%20la,superan%20las%20expectativas%20del%20cliente.>
- Harris, J. (2001). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos. (Tesis Pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima – Perú. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/323346014.pdf>
- Figuroa, Y. (2018) *Caracterización De Calidad De Servicio Y Satisfacción Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas De Restaurantes Menú Del Distrito De San Juan Bautista, Ayacucho, 2018*. (Tesis Pregrado). Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Ayacucho – Perú. Recuperado de: <https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21315/CALIDAD DE SERVICIO CALIDAD SATISFACCION AL CLIENTE FIGUEROA LOPEZ%20 YETTI YARUSSI.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Thompson, I. (2005) La Satisfacción del Cliente (Artículo). Recuperado de: <https://www.procace.cl/demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>
- Millones, P. (2010). *Medición Y Control Del Nivel De Satisfacción De Los Clientes En Un Supermercado*. (Tesis Pregrado). Universidad de Piura. Piura- Perú.

Recuperado de:

[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING\\_479.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING_479.pdf)

Grande, E. y Ildelfonso, A. (2000). *Marketing de los servicios. Primera Edición.*

*Editorial* Esic. España. Recuperado de:

<http://ojs.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/1640/3765>

Vargas, L. (1994) *Sobre el concepto de percepción.* Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Caceres, V. y Mamani, S. (2020) *Calidad De Servicio Y Su Relación En La Satisfacción Del Cliente En El Banco De Crédito Del Perú- Agencia J.L.B. Y Rivero - 2019*

(Tesis Pregrado) Universidad Nacional San Agustín de Arequipa, Arequipa – Perú. Recuperado de:

[http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/12705/BScagovd\\_macas.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/12705/BScagovd_macas.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio* (Libro primera edición). Recuperado de:

[http://www.laqi.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf)

Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios* (Libro sexta edición). Recuperado de:

<https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

Kotler y Keller (2016). *Dirección de Marketing* (Libro catorceava edición). Recuperado

de: <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>

Morocho, C. (2018). Proyecto de factibilidad para la Creación de una Microempresa dedicada a la prestación de Servicios de Internet ubicada en el Cantón Cayambe (Tesis Pregrado). Universidad Central de Ecuador, Quito – Ecuador. Recuperado

de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19185/1/T-UCE-0003-CAD-155.pdf>

Cano, C. (2018) Evaluación de la satisfacción de los clientes de un almacén de cadena en Buenaventura (Tesis Pregrado) Universidad del Valle, Buenaventura – Colombia. Recuperado de:

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/10802/0552850.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arias, E. (2019). Plan de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos por el periodo septiembre 2018 – febrero 2019 (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Ecuador, Quito - Ecuador. Recuperado de:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19168/1/T-UCE-0003-CAD-131.pdf>

Arias, Fidias. (2006). Proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica. (Quinta Edición). Caracas: Editorial Epitesme, C.A

Valverde, L. (2019). Influencia del Clima Laboral en la Satisfacción del Cliente. Caso de Estudio Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra – Ecuador. Recuperado de:

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/9048/1/02%20TUR%20109%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Chávez, R. (2019) La Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en CINEMARK Huánuco, 2018 (Tesis Pregrado) Universidad Nacional Hermilio Vladizán Medrano, Huánuco – Perú. Recaudado de:

<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/4546/TAD00648Ch533.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guevara, K. y Guevara, N. (2018) Diagnóstico de la Satisfacción del cliente en una financiera en Jaén – 2018 (Tesis Pregrado) Universidad, Pimentel – Perú.  
Recaudado de:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5434/Guevara%20Fern%c3%a1ndez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vallejo, A. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora del servicio de acceso a internet basado en la tecnología GPON - FTTH, en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, en el año 2021* (Tesis Pregrado). Universidad Central de Ecuador, Quito – Ecuador. Recuperado de:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/26945/1/FCA-CPO-VALLEJO%20ANDRES.pdf>

Chambergó, F. (2021). *Sistema De Red Fttth Utilizando La Tecnología Gpon Para Mejorar La Calidad De Servicio De Internet En Los Clientes Con Red Eoc De La Empresa Cablered Perú 2021* (Tesis Pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo – Perú. Recuperado de:

[https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6751/T010\\_70107345\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6751/T010_70107345_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rojas, J. (2022). *Diseño de una red de fibra óptica FFTH para mejorar la calidad de acceso a internet en el centro poblado Tomaque distrito de Bagua carretera Bagua Copallin región Amazonas* (Tesis Pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima – Perú. Recuperado de:

[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18871/Rojas\\_aj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18871/Rojas_aj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

OSIPTEL. (2019). Más de 7 millones de hogares peruanos tienen acceso a Internet.

<https://sociedadtelecom.pe/2019/09/05/mas-de-7-millones-de-hogares-peruanostienen-acceso-a-internet/>

## **ANEXOS**

**Anexo N°1:** Matriz de consistencia

**Anexo N°2:** Instrumento de recolección de datos

**Anexo N°3:** Confiabilidad de Alfa Cronbach

**Anexo N°4:** Base de datos

**Anexo N°1: Matriz de consistencia**

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MÉTODO Y TÉCNICAS</b>
<p><b><u>Problema General</u></b></p> <p>¿Cómo la Calidad de la señal de Internet se relaciona con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023?</p>	<p><b><u>Objetivos General</u></b></p> <p>Determinar la Calidad de la señal de Internet y su relación con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.</p>	<p><b><u>Hipótesis General</u></b></p> <p>La Calidad de la señal de Internet se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.</p>	<p>(X)</p> <p><b>CALIDAD DE LA SEÑAL DE INTERNET</b></p>	<p><b>X.1.</b> Calidad de servicio</p> <p><b>X.2.-</b> Causas de la pérdida de señal</p>	<p><b>X.1.1.-</b> Accesibilidad de la red</p> <p><b>X.1.2.-</b> Continuidad del servicio</p> <p><b>X.1.3.-</b> Integridad del servicio</p> <p><b>X.2.1.</b> Interferencia</p> <p><b>X.2.2.-</b> Baja cobertura</p> <p><b>X.2.3.-</b> Degradación de señal por lluvias</p> <p><b>X.2.4.-</b> Desvanecimiento de internet</p>	<p><b>Población</b> = 8639</p> <p><b>Muestra</b> = 368</p> <p><b>Método:</b> Científico.</p> <p><b>Técnicas:</b></p> <p><b>Para el acopio de Datos:</b></p> <p>La observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Análisis Documental y Bibliográfica.</p> <p><b>Instrumentos de recolección de datos:</b></p> <p>Guía de observación.</p> <p>Guía de entrevista.</p> <p>Cuestionario.</p> <p>Análisis de contenido y Fichas.</p>
<p><b><u>Problemas Específicos:</u></b></p> <p>1. ¿Cómo la Calidad de servicio se relaciona con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023?</p> <p>2. ¿Cómo las causas de la pérdida de señal se relacionan con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023?</p>	<p><b><u>Objetivos Específicos:</u></b></p> <p>1. Determinar la Calidad de servicio y su relación con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.</p> <p>2. Determinar las causas de la pérdida de señal y su relación con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.</p>	<p><b><u>Hipótesis Específicos:</u></b></p> <p>1. La Calidad de servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.</p> <p>2. Las causas de la pérdida de señal se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.</p>	<p>(Y).</p> <p><b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b></p>	<p><b>Y.1.</b> Rendimiento percibido</p> <p><b>Y.2.</b> Nivel de satisfacción</p> <p><b>Y.3.</b> Expectativas</p>	<p><b>Y.1.1.</b> Percepción</p> <p><b>Y.1.2.</b> Confianza</p> <p><b>Y.2.1.</b> Insatisfacción</p> <p><b>Y.2.2.</b> Satisfacción</p> <p><b>Y.2.3.</b> Complacencia</p> <p><b>Y.3.1</b> Expectativas básicas</p> <p><b>Y.3.2</b> Expectativas diferenciadas</p>	<p><b>Para el Procesamiento de datos.</b></p> <p>Consistenciación, Codificación</p> <p>Tabulación de datos.</p> <p><b>Técnicas para el análisis e interpretación de datos.</b></p> <p>Paquete estadístico SPSS 24.0</p> <p>Estadística descriptiva para cada variable.</p> <p><b>Para presentación de datos</b></p> <p>Cuadros, gráficos y figuras estadísticas.</p> <p><b>Para el informe final:</b></p> <p>Tipo de Investigación: Básica</p> <p><b>Diseño de Investigación</b></p> <p>Esquema propuesto por la EPG. UNJFSC.</p> <p>Nivel Correlacional</p> <p>Transeccional.</p> <pre> graph LR     M --&gt; X     M --&gt; Y     X --- r --- Y     </pre>

## Anexo N°2: Instrumento de recolección de datos



### UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

“Cuestionario para determinar la Calidad de la señal de Internet y la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023”.

Estimado colaborador esperamos tu colaboración respondiendo con responsabilidad y honestidad, el presente cuestionario. Se agradece no dejar ninguna pregunta sin contestar.

**El objetivo** es recopilar información, para determinar la Calidad de la señal de Internet y la Satisfacción del cliente en el Centro Poblado Santa Cruz del distrito de Vegueta - Huaura 2023.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente las preguntas y marque con un aspa (x) la escala que crea conveniente.

#### Escala valorativa

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

CALIDAD DE LA SEÑAL DE INTERNET (X)						
N°	X.1. Calidad de servicio	N.	C.N	A.	C.S.	S.
01	¿Con que frecuencia tiene una accesibilidad a la red en el Centro poblado de Santa Cruz?					
02	¿Con que frecuencia es continuo el servicio de la señal de internet en el Centro poblado de Santa Cruz?					
03	¿Con que frecuencia puede decir que es integro el servicio de internet en el Centro poblado de Santa Cruz?					

<b>X.2. Causas de la pérdida de señal</b>						
<b>04</b>	¿Con qué frecuencia hay interferencia con la señal de internet en el Centro poblado de Santa Cruz?					
<b>05</b>	¿Con qué frecuencia la cobertura es baja con respecto al internet en el Centro poblado de Santa Cruz?					
<b>06</b>	¿Con qué frecuencia hay una degradación de señal por causa de la lluvia en el Centro poblado de Santa Cruz?					
<b>07</b>	¿Con qué frecuencia se desvanece el internet en el Centro poblado de Santa Cruz?					
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (Y)</b>						
<b>Y.1. Rendimiento percibido</b>						
<b>08</b>	¿Con que frecuencia a percibido si el servicio es bueno?					
<b>09</b>	¿Con que frecuencia podría decir que hay una confianza con el servicio?					
<b>Y.2. Nivel de satisfacción</b>						
<b>10</b>	¿Con que frecuencia tuvo una insatisfacción con el servicio que le brindaron?					
<b>11</b>	¿Con que frecuencia estuvo satisfecho con el servicio que le brindaron?					
<b>12</b>	¿Con qué frecuencia estuvo complacido con el servicio brindado?					
<b>Y.3. Expectativas</b>						
<b>13</b>	¿Con que frecuencia puede decir que es buena la expectativa básica por el servicio brindado?					
<b>14</b>	¿Con que frecuencia puede decir que es buena la expectativa diferencial por el servicio brindado?					

### Anexo N°3: Confiabilidad de Alfa Cronbach

#### CONFIABILIDAD

##### FORMULACIÓN

El alfa de Cronbach es siempre la relación promedio entre las variables (o elementos) que pertenecen al tamaño. Se pueden calcular de dos maneras: contraste o asociación con factores. Cabe señalar que las dos fórmulas son versiones de esto y el otro se puede deducir.

##### **A partir de las varianzas**

A partir de las varianzas, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right],$$

donde

- $S_i^2$  es la varianza del ítem  $i$ ,
- $S_t^2$  es la varianza de la suma de todos los ítems y
- $K$  es el número de preguntas o ítems.

##### **A partir de las correlaciones entre los ítems**

A partir de las correlaciones entre los ítems, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n-1)},$$

donde

- $n$  es el número de ítems y
- $p$  es el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems

#### Midiendo los ítems del cuestionario

##### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	14

## Anexo N°4: Base de datos

N	Calidad de la señal de internet													ST1	X
	Calidad de servicio					Causas de la pérdida de señal									
	1	2	3	S1	D1	4	5	6	7	S2	D2				
1	3	1	4	8	Medio	2	3	1	4	10	Bajo	18	Medio		
2	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	13	Bajo		
3	2	5	1	8	Medio	5	1	5	1	12	Medio	20	Medio		
4	2	5	5	12	Alto	5	5	3	5	18	Alto	30	Alto		
5	4	2	3	9	Medio	2	3	2	3	10	Bajo	19	Medio		
6	3	3	5	11	Medio	3	5	3	5	16	Medio	27	Medio		
7	2	1	2	5	Bajo	1	2	1	2	6	Bajo	11	Bajo		
8	2	3	4	9	Medio	3	4	3	4	14	Medio	23	Medio		
9	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	13	Bajo		
10	3	5	3	11	Medio	5	3	3	3	14	Medio	25	Medio		
11	2	3	1	6	Bajo	3	1	3	1	8	Bajo	14	Bajo		
12	3	1	2	6	Bajo	1	2	1	2	6	Bajo	12	Bajo		
13	4	2	2	8	Medio	2	2	2	2	8	Bajo	16	Bajo		
14	2	3	2	7	Bajo	3	2	3	2	10	Bajo	17	Bajo		
15	3	4	3	10	Medio	4	3	4	3	14	Medio	24	Medio		
16	2	5	5	12	Alto	5	5	5	5	20	Alto	32	Alto		
17	2	3	2	7	Bajo	3	2	3	2	10	Bajo	17	Bajo		
18	1	2	3	6	Bajo	2	3	2	3	10	Bajo	16	Bajo		
19	3	1	4	8	Medio	1	4	1	4	10	Bajo	18	Medio		
20	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	13	Bajo		
21	3	3	2	8	Medio	3	2	3	2	10	Bajo	18	Medio		
22	2	5	5	12	Alto	5	5	5	5	20	Alto	32	Alto		
23	3	1	3	7	Bajo	1	3	1	3	8	Bajo	15	Bajo		
24	3	1	4	8	Medio	1	4	1	4	10	Bajo	18	Medio		
25	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	13	Bajo		
26	2	5	1	8	Medio	5	1	5	1	12	Medio	20	Medio		
27	2	5	5	12	Alto	5	5	5	5	20	Alto	32	Alto		
28	4	2	3	9	Medio	2	3	2	3	10	Bajo	19	Medio		
29	3	3	5	11	Medio	3	5	3	5	16	Medio	27	Medio		
30	2	1	2	5	Bajo	1	2	1	2	6	Bajo	11	Bajo		
31	2	3	4	9	Medio	3	4	3	4	14	Medio	23	Medio		
32	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	13	Bajo		
33	3	5	3	11	Medio	5	3	5	3	16	Medio	27	Medio		
34	2	3	1	6	Bajo	3	1	3	1	8	Bajo	14	Bajo		
35	3	1	2	6	Bajo	1	2	1	2	6	Bajo	12	Bajo		
36	4	2	2	8	Medio	2	2	2	2	8	Bajo	16	Bajo		
37	2	3	2	7	Bajo	3	2	3	2	10	Bajo	17	Bajo		
38	3	4	3	10	Medio	4	3	4	3	14	Medio	24	Medio		
39	2	5	5	12	Alto	5	5	5	5	20	Alto	32	Alto		
40	2	3	2	7	Bajo	3	2	3	2	10	Bajo	17	Bajo		

41	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
42	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
43	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
44	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
45	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
46	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
47	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
48	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
49	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
50	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
51	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
52	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
53	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
54	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
55	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
56	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
57	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
58	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
59	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
60	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
61	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
62	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
63	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
64	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
65	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
66	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
67	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
68	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
69	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
70	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
71	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
72	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
73	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
74	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
75	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
76	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
77	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
78	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
79	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
80	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
81	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
82	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
83	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
84	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
85	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
86	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio

87	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
88	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
89	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
90	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
91	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
92	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
93	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
94	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
95	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
96	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
97	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
98	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
99	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
100	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
101	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
102	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
103	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
104	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
105	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
106	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
107	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
108	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
109	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
110	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
111	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
112	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
113	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
114	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
115	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
116	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
117	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
118	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
119	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
120	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
121	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
122	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
123	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
124	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
125	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
126	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
127	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
128	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
129	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
130	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
131	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
132	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo

133	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
134	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
135	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
136	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
137	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
138	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
139	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
140	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
141	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
142	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
143	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
144	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
145	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
146	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
147	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
148	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
149	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
150	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
151	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
152	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
153	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
154	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
155	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
156	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
157	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
158	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
159	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
160	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
161	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
162	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
163	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
164	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
165	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
166	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
167	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
168	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
169	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
170	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
171	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
172	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
173	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
174	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
175	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
176	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
177	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
178	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo

179	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
180	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
181	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
182	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
183	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
184	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
185	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
186	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
187	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
188	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
189	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
190	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
191	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
192	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
193	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
194	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
195	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
196	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
197	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
198	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
199	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
200	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
201	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
202	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
203	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
204	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
205	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
206	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
207	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
208	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
209	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
210	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
211	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
212	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
213	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
214	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
215	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
216	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
217	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
218	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
219	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
220	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
221	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
222	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
223	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
224	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo

225	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
226	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
227	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
228	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
229	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
230	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
231	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
232	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
233	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
234	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
235	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
236	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
237	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
238	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
239	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
240	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
241	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
242	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
243	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
244	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
245	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
246	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
247	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
248	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
249	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
250	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
251	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
252	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
253	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
254	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
255	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
256	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
257	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
258	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
259	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
260	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
261	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
262	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
263	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
264	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
265	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
266	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
267	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
268	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
269	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
270	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo

271	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
272	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
273	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
274	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
275	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
276	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
277	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
278	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
279	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
280	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
281	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
282	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
283	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
284	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
285	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
286	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
287	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
288	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
289	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
290	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
291	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
292	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
293	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
294	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
295	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
296	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
297	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
298	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
299	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
300	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
301	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
302	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
303	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
304	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
305	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
306	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
307	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
308	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
309	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
310	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
311	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
312	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
313	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
314	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
315	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
316	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio

317	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
318	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
319	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
320	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
321	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
322	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
323	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
324	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
325	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
326	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
327	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
328	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
329	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
330	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
331	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
332	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
333	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
334	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
335	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
336	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
337	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
338	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
339	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
340	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
341	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
342	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
343	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
344	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
345	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
346	3	5	3	<b>11</b>	Medio	5	3	5	3	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
347	2	3	1	<b>6</b>	Bajo	3	1	3	1	<b>8</b>	Bajo	<b>14</b>	Bajo
348	3	1	2	<b>6</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>12</b>	Bajo
349	4	2	2	<b>8</b>	Medio	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
350	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
351	3	4	3	<b>10</b>	Medio	4	3	4	3	<b>14</b>	Medio	<b>24</b>	Medio
352	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
353	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
354	1	2	3	<b>6</b>	Bajo	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
355	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
356	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
357	3	3	2	<b>8</b>	Medio	3	2	3	2	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
358	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
359	3	1	3	<b>7</b>	Bajo	1	3	1	3	<b>8</b>	Bajo	<b>15</b>	Bajo
360	3	1	4	<b>8</b>	Medio	1	4	1	4	<b>10</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
361	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
362	2	5	1	<b>8</b>	Medio	5	1	5	1	<b>12</b>	Medio	<b>20</b>	Medio

363	2	5	5	<b>12</b>	Alto	5	5	5	5	<b>20</b>	Alto	<b>32</b>	Alto
364	4	2	3	<b>9</b>	Medio	2	3	2	3	<b>10</b>	Bajo	<b>19</b>	Medio
365	3	3	5	<b>11</b>	Medio	3	5	3	5	<b>16</b>	Medio	<b>27</b>	Medio
366	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	1	2	1	2	<b>6</b>	Bajo	<b>11</b>	Bajo
367	2	3	4	<b>9</b>	Medio	3	4	3	4	<b>14</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
368	1	2	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	2	2	<b>8</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo

N	Satisfacción del cliente														ST2	Y
	Rendimiento percibido				Nivel de satisfacción					Expectativas						
	8	9	S1	D1	10	11	12	S2	D2	13	14	S3	D3			
1	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>20</b>	Medio	
2	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	1	1	<b>2</b>	Bajo	<b>9</b>	Bajo	
3	5	1	<b>6</b>	Medio	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio	
4	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto	
5	2	3	<b>5</b>	Bajo	3	3	2	<b>8</b>	Medio	2	4	<b>6</b>	Medio	<b>19</b>	Medio	
6	3	5	<b>8</b>	Medio	1	4	4	<b>9</b>	Medio	4	2	<b>6</b>	Medio	<b>23</b>	Medio	
7	1	2	<b>3</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>19</b>	Medio	
8	3	4	<b>7</b>	Medio	4	3	4	<b>11</b>	Medio	4	5	<b>9</b>	Alto	<b>27</b>	Medio	
9	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo	
10	5	3	<b>8</b>	Medio	2	2	2	<b>6</b>	Bajo	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>21</b>	Medio	
11	3	1	<b>4</b>	Bajo	3	3	1	<b>7</b>	Bajo	1	5	<b>6</b>	Medio	<b>17</b>	Bajo	
12	1	2	<b>3</b>	Bajo	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>18</b>	Medio	
13	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	5	2	<b>8</b>	Medio	2	3	<b>5</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo	
14	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	2	4	<b>9</b>	Medio	4	4	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio	
15	4	3	<b>7</b>	Medio	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>23</b>	Medio	
16	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto	
17	3	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	3	<b>7</b>	Bajo	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>19</b>	Medio	
18	2	3	<b>5</b>	Bajo	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo	
19	1	4	<b>5</b>	Bajo	5	3	2	<b>10</b>	Medio	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>22</b>	Medio	
20	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo	
21	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	3	3	<b>9</b>	Medio	3	1	<b>4</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio	
22	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>22</b>	Medio	
23	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	2	1	<b>3</b>	Bajo	<b>10</b>	Bajo	
24	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>20</b>	Medio	
25	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	1	1	<b>2</b>	Bajo	<b>9</b>	Bajo	
26	5	1	<b>6</b>	Medio	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio	
27	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto	
28	2	3	<b>5</b>	Bajo	3	3	2	<b>8</b>	Medio	2	4	<b>6</b>	Medio	<b>19</b>	Medio	
29	3	5	<b>8</b>	Medio	1	4	4	<b>9</b>	Medio	4	2	<b>6</b>	Medio	<b>23</b>	Medio	
30	1	2	<b>3</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>19</b>	Medio	
31	3	4	<b>7</b>	Medio	4	3	4	<b>11</b>	Medio	4	5	<b>9</b>	Alto	<b>27</b>	Medio	
32	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo	
33	5	3	<b>8</b>	Medio	2	2	2	<b>6</b>	Bajo	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>21</b>	Medio	

34	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
35	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
36	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
37	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
38	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
39	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
40	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
41	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
42	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
43	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
44	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
45	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
46	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
47	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
48	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
49	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
50	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
51	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
52	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
53	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
54	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
55	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
56	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
57	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
58	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
59	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
60	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
61	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
62	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
63	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
64	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
65	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
66	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
67	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
68	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
69	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
70	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
71	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
72	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
73	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
74	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
75	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
76	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
77	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
78	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
79	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio

80	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
81	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
82	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
83	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
84	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
85	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
86	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
87	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
88	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
89	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
90	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
91	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
92	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
93	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
94	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
95	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
96	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
97	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
98	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
99	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
100	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
101	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
102	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
103	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
104	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
105	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
106	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
107	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
108	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
109	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
110	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
111	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
112	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
113	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
114	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
115	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
116	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
117	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
118	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
119	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
120	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
121	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
122	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
123	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
124	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
125	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio

126	1	2	<b>3</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
127	3	4	<b>7</b>	Medio	4	3	4	<b>11</b>	Medio	4	5	<b>9</b>	Alto	<b>27</b>	Medio
128	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
129	5	3	<b>8</b>	Medio	2	2	2	<b>6</b>	Bajo	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>21</b>	Medio
130	3	1	<b>4</b>	Bajo	3	3	1	<b>7</b>	Bajo	1	5	<b>6</b>	Medio	<b>17</b>	Bajo
131	1	2	<b>3</b>	Bajo	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>18</b>	Medio
132	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	5	2	<b>8</b>	Medio	2	3	<b>5</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
133	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	2	4	<b>9</b>	Medio	4	4	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
134	4	3	<b>7</b>	Medio	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
135	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto
136	3	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	3	<b>7</b>	Bajo	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
137	2	3	<b>5</b>	Bajo	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
138	1	4	<b>5</b>	Bajo	5	3	2	<b>10</b>	Medio	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
139	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
140	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	3	3	<b>9</b>	Medio	3	1	<b>4</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
141	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>22</b>	Medio
142	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	2	1	<b>3</b>	Bajo	<b>10</b>	Bajo
143	1	2	<b>3</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
144	3	4	<b>7</b>	Medio	4	3	4	<b>11</b>	Medio	4	5	<b>9</b>	Alto	<b>27</b>	Medio
145	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
146	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	1	1	<b>2</b>	Bajo	<b>9</b>	Bajo
147	5	1	<b>6</b>	Medio	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
148	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto
149	2	3	<b>5</b>	Bajo	3	3	2	<b>8</b>	Medio	2	4	<b>6</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
150	3	5	<b>8</b>	Medio	1	4	4	<b>9</b>	Medio	4	2	<b>6</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
151	1	2	<b>3</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
152	3	4	<b>7</b>	Medio	4	3	4	<b>11</b>	Medio	4	5	<b>9</b>	Alto	<b>27</b>	Medio
153	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
154	5	3	<b>8</b>	Medio	2	2	2	<b>6</b>	Bajo	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>21</b>	Medio
155	3	1	<b>4</b>	Bajo	3	3	1	<b>7</b>	Bajo	1	5	<b>6</b>	Medio	<b>17</b>	Bajo
156	1	2	<b>3</b>	Bajo	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>18</b>	Medio
157	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	5	2	<b>8</b>	Medio	2	3	<b>5</b>	Bajo	<b>17</b>	Bajo
158	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	2	4	<b>9</b>	Medio	4	4	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
159	4	3	<b>7</b>	Medio	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
160	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto
161	3	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	3	<b>7</b>	Bajo	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
162	2	3	<b>5</b>	Bajo	2	3	2	<b>7</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>16</b>	Bajo
163	1	4	<b>5</b>	Bajo	5	3	2	<b>10</b>	Medio	2	5	<b>7</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
164	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
165	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	3	3	<b>9</b>	Medio	3	1	<b>4</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
166	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>22</b>	Medio
167	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	2	1	<b>3</b>	Bajo	<b>10</b>	Bajo
168	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
169	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	1	1	<b>2</b>	Bajo	<b>9</b>	Bajo
170	5	1	<b>6</b>	Medio	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
171	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto

172	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
173	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
174	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
175	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
176	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
177	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
178	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
179	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
180	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
181	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
182	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
183	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
184	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
185	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
186	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
187	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
188	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
189	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
190	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
191	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
192	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
193	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
194	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
195	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
196	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
197	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
198	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
199	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
200	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
201	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
202	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
203	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
204	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
205	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
206	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
207	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
208	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
209	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
210	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
211	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
212	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
213	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
214	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
215	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
216	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
217	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo

218	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
219	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
220	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
221	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
222	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
223	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
224	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
225	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
226	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
227	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
228	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
229	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
230	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
231	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
232	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
233	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
234	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
235	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
236	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
237	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
238	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
239	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
240	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
241	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
242	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
243	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
244	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
245	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
246	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
247	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
248	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
249	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
250	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
251	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
252	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
253	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
254	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
255	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
256	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
257	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
258	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
259	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
260	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
261	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
262	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
263	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo

264	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
265	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
266	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
267	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
268	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
269	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
270	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
271	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
272	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
273	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
274	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
275	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
276	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
277	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
278	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
279	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
280	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
281	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
282	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
283	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
284	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
285	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
286	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
287	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
288	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
289	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
290	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
291	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
292	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
293	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
294	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
295	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
296	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
297	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
298	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
299	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
300	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
301	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
302	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
303	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
304	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
305	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
306	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
307	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
308	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
309	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio

310	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
311	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
312	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
313	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
314	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
315	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
316	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
317	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
318	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
319	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
320	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
321	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
322	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
323	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
324	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
325	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
326	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
327	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
328	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
329	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
330	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio
331	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
332	3	2	5	Bajo	3	3	3	9	Medio	3	1	4	Bajo	18	Medio
333	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	22	Medio
334	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	Bajo	10	Bajo
335	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
336	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
337	1	4	5	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	4	7	Medio	20	Medio
338	2	2	4	Bajo	1	1	1	3	Bajo	1	1	2	Bajo	9	Bajo
339	5	1	6	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	8	Medio	22	Medio
340	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
341	2	3	5	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	6	Medio	19	Medio
342	3	5	8	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	6	Medio	23	Medio
343	1	2	3	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	19	Medio
344	3	4	7	Medio	4	3	4	11	Medio	4	5	9	Alto	27	Medio
345	2	2	4	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	4	Bajo	13	Bajo
346	5	3	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	7	Medio	21	Medio
347	3	1	4	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	6	Medio	17	Bajo
348	1	2	3	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	7	Medio	18	Medio
349	2	2	4	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	5	Bajo	17	Bajo
350	3	2	5	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	8	Medio	22	Medio
351	4	3	7	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	8	Medio	23	Medio
352	5	5	10	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	9	Alto	34	Alto
353	3	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	3	4	7	Medio	19	Medio
354	2	3	5	Bajo	2	3	2	7	Bajo	2	2	4	Bajo	16	Bajo
355	1	4	5	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	7	Medio	22	Medio

356	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo
357	3	2	<b>5</b>	Bajo	3	3	3	<b>9</b>	Medio	3	1	<b>4</b>	Bajo	<b>18</b>	Medio
358	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>22</b>	Medio
359	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	2	1	<b>3</b>	Bajo	<b>10</b>	Bajo
360	1	4	<b>5</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	4	<b>7</b>	Medio	<b>20</b>	Medio
361	2	2	<b>4</b>	Bajo	1	1	1	<b>3</b>	Bajo	1	1	<b>2</b>	Bajo	<b>9</b>	Bajo
362	5	1	<b>6</b>	Medio	2	3	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>22</b>	Medio
363	5	5	<b>10</b>	Alto	5	5	5	<b>15</b>	Alto	5	4	<b>9</b>	Alto	<b>34</b>	Alto
364	2	3	<b>5</b>	Bajo	3	3	2	<b>8</b>	Medio	2	4	<b>6</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
365	3	5	<b>8</b>	Medio	1	4	4	<b>9</b>	Medio	4	2	<b>6</b>	Medio	<b>23</b>	Medio
366	1	2	<b>3</b>	Bajo	3	2	3	<b>8</b>	Medio	3	5	<b>8</b>	Medio	<b>19</b>	Medio
367	3	4	<b>7</b>	Medio	4	3	4	<b>11</b>	Medio	4	5	<b>9</b>	Alto	<b>27</b>	Medio
368	2	2	<b>4</b>	Bajo	2	1	2	<b>5</b>	Bajo	2	2	<b>4</b>	Bajo	<b>13</b>	Bajo