



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Educación financiera y acceso a los canales digitales de los
clientes de la agencia BCP la Fontana, La Molina 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Robles Mendoza, Drina Naitza (ORCID: 0000-0003-2479-1348)

ASESOR:

Dr. Bardales Cárdenas, Miguel (ORCID: 0000-0002-1067-9550)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A mi familia por acompañarme en esta etapa, estar en mis madrugadas, tardes y noches ahí dispuestos a ayudarme, por su inmensa paciencia, por su apoyo y protección.

A mi papá por enseñarme a ser perseverante, por siempre dar más, por ser curiosa y lo más importante por aprender a yo misma lograr mis objetivos y sentir esa sensación de orgullo por el éxito. Gracias infinitas.

Agradecimiento

A los profesores Dr. Bardales Cárdenas, Miguel y Mg. Cervantes Ramón, Edgard Francisco por su ayuda y tiempo brindado en este proceso de formación profesional y el desarrollo de mi investigación.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
Tipo de investigación	12
Diseño de la investigación	12
3.2. Variables de operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	31
VII.- RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	41

Índice de tablas

Tabla 1 Tamaño de muestra	14
Tabla 2 Validacion por juicio de expertos V1.....	16
Tabla 3 Validacion por juicio de expertos V2.....	16
Tabla 4 Coeficiente de confiabilidad	17
Tabla 5 Coeficiente de alfa de Cronbach General.....	17
Tabla 6 Alfa de Cronbach Educación Financiera.....	18
Tabla 7 Alfa de Cronbach Acceso a los canales digitales	18
Tabla 8 Estadística discriptiva de Educación Financiera	20
Tabla 9 Estadística discriptiva de Acceso a los canales digitales	21
Tabla 10 Estadística discriptiva de Conociento financiero	22
Tabla 11 Estadística discriptiva de Estabilidad financiera.....	23
Tabla 12 Estadística discriptiva de toma de decisiones.....	24
Tabla 13 Prueba de normalidad.....	25
Tabla 14 Coeficiente de correlación por rango de Rho de Spearman.....	26
Tabla 15 Prueba de hipótesis entre la Educación financiera y Acceso a los canales digitales.....	27
Tabla 16 Prueba de hipótesis entre el Conocimiento financiero y Acceso a los canales digitales.....	28
Tabla 17 Prueba de hipótesis entre la estabilidad financiera y Acceso a los canales digitales.....	29
Tabla 18 Prueba de hipótesis entre la toma de decisiones y Acceso a los canales digitales.....	30

Índice de figuras

Figura 1 Fórmula de muestra infinita.....	14
Figura 2 Educación financiera.....	20
Figura 3 Acceso a los canales digitales	21
Figura 4 Conocimiento financiero	22
Figura 5 Estabilidad financiera.....	23
Figura 6 <i>Toma de decisiones</i>	24

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales de los clientes de la agencia La Fontana, La Molina 2020. Para alcanzar el objetivo se realizó mediante el método de investigación de tipo aplicada, con un diseño no experimental de corte transversal con un nivel correlacional tomando como muestra a 385 clientes utilizando como herramienta el cuestionario. Por consiguiente, se planteó como hipótesis general que existe relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales de los clientes de la agencia La Fontana, la Molina 2020, donde se corrobora nuestra confiabilidad del instrumento que arrojó el resultado de alfa de Cronbach de 0.953 lo que indica que tiene un alto grado de confiabilidad. Los resultados nos mostraron de acuerdo al grado de correlación Rho Spearman 0.745 que significa que existe una relación positiva considerable entre las variables de estudio. Entonces se resalta que es importante potenciar el desarrollo e importancia en la educación financiera logrando mayor acceso a los canales digitales obteniendo grandes beneficios y mayores oportunidades.

Palabras clave: Educación financiera, Conocimiento financiero, Estabilidad financiera, Canales digitales

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the relationship between financial education and access to digital channels of the clients of the La Fontana, La Molina 2020 agency. To achieve the objective, it was carried out through the applied research method, with a non-experimental cross-sectional design with a correlational level taking as a sample 385 clients using the questionnaire as a tool. Consequently, it was proposed as a general hypothesis that there is a relationship between financial education and access to digital channels of the clients of the La Fontana agency, La Molina 2020, where our reliability of the instrument that yielded the Cronbach's alpha result was corroborated 0.953 which indicates that it has a high degree of reliability. The results showed us according to the degree of correlation Rho Spearman 0.745, which means that there is a considerable positive relationship between the study variables. Then it is highlighted that it is important to promote the development and importance of financial education, achieving greater access to digital channels, obtaining great benefits and greater opportunities.

Keywords: Financial education, Financial knowledge, Financial stability, Digital channels

I. INTRODUCCIÓN

Crisis, palabra que sintetiza la coyuntura por la que se atraviesa a nivel mundial ante el aislamiento social impuesto en la gran mayoría de países, surgió un estancamiento económico, que generó un caos e incertidumbre en las personas, se encontró a muchos con pensamientos de oportunidad ante la situación y otros una gran tragedia, es en estas situaciones imprevistas donde es necesario indagar la capacidad y actitudes para salir de ella.

Otro factor que provocó la coyuntura fue el acceso de manera obligatoria a los canales digitales como la banca digital para evitar la pandemia, lo cual marcará tendencia y grandes beneficios para los usuarios como evitar la disolución de una empresa u servicio. También aquí encontramos una excelente alternativa para evitar salir de casa, pero cabe resaltar que a pesar de contar con dicha herramienta hay aglomeración en las agencias bancarias; entonces qué tan preparados y capacitados para el manejo de los canales digitales se encuentran los usuarios.

Debido a este problema generado existen diversas causas, se eligió para este estudio la educación financiera, es necesario indagar cuánto conocimiento, la capacidad, la toma de decisiones, los errores, actitudes, costumbres en la posición donde se encuentran económicamente los usuarios.

A nivel internacional de acuerdo con Ferguson, (2020) Estados Unidos tras el surgimiento de la crisis económica generado por el Covid19 en este país, el comportamiento de los ciudadanos fue la búsqueda de la educación financiera, el artículo utilizó el índice de volatilidad del Chicago Board Options Exchange. Entonces los que prestan sus servicios financieros se encuentran con una gran demanda actualmente. Una frase que se atribuye es “Aprende de los grandes” son actitudes que nuestro país debe considerar.

Alrededor de todo el mundo a partir de la pandemia surgieron cambios, como nos muestra el artículo que manifiesta el autor la reestructura en la banca digital a los cuales muchos se han adaptado a pesar de su resistencia debido a las normas de aislamiento. A mayor demanda en la plataforma será necesario cambios de mejora. Khidhir, (2020)

El autor Coca (2020) en la publicación nos relató testimonios de expertos del centro para la educación y capacidades financieras BBVA, resalta que en un actual

informe de la entidad bancaria indica que el 56% de las familias españolas es vulnerable en sus finanzas respecto a Arellano consultoría para crecer, realizó este año una encuesta a 600 personas con resultados impactantes debido a que más del 80 % se encuentra en actitud optimista según analizó debido a que anteriormente atravesaron grandes crisis en la economía peruana.

A nivel nacional según Gonzales M. (2020) Todo lo que puedes hacer desde tu Banca Móvil BCP, con los expositores Eduardo torres y Michael González quienes nos cuentan que desde el inicio de la pandemia en nuestro país se afiliaron más de 400000 mil clientes que han utilizado por primera vez estos canales.

De acuerdo con el diario La República, (2019) Perú ocupó el séptimo lugar en educación financiera contando con el 28% de la población. Lo cual permite un desarrollo personal y nacional si se aumenta esta cifra. Es importante desarrollarse en este tema ya que es vital ante riesgos, crisis financiera, para saber salir de ellas. Actualmente la pandemia Covid19 está golpeando fuertemente a nuestra nación esto básicamente debido a que gran parte de los peruanos aún siguen ahorrando bajo su colchón, debido a la informalidad de las pymes, falta de ahorros como un colchón financiero, entre otros.

En la publicación titulada “La transformación digital en el Perú” por UTEC¹, (2019) nos muestra testimonios y experiencias de los líderes empresariales de nuestro país, respecto al cambio tecnológico que se está desarrollando en las organizaciones, encontramos que el CEO² del BCP Gianfranco Ferrari, quien nos presenta y destaca que el objetivo es atender mucho mejor a los clientes, con mayor rapidez y generar una experiencia óptima. Esta entidad cuenta con un centro de innovación del cual ha sido creador de las aplicaciones como banca móvil, banca por internet, yape y muchas más innovaciones prontas a lanzarse lo que rompe el paradigma de creencia que para tener una mayor calidad de atención en los servicios bancarios se deba pagar más. También resalta el Gerente de BBVA³, Eduardo Torres Llosa, quien resalta que es necesario avanzar adaptarse hasta adelantarse a los cambios para no estancarnos y que la competencia le sobrepase. También indicó que hace nueve años el 49% de las transacciones se hacían en las agencias y ahora solo es el 7% clara diferencia del cambio.

¹ Universidad de Ingeniería y Tecnología

² Chief executive officer (Director ejecutivo)

³ Banco Bilbao Vizcaya Argentaria

Zaldívar, (2017) La situación de la educación financiera en el Perú, en este informe se ven datos importantes para esta investigación, lo que destaca es la principal barrera para la inclusión financiera es la falta conocimiento en el tema, datos acompañados del 59% de la población no tiene una cuenta en el sistema financiero, principal causa, su falta de conocimiento, otro dato importante es que el 17% de todos los peruanos contaba con un seguro privado de pensiones, debido a la coyuntura el gobierno decidió liberar una parte de ese fondo pero el problema es que la gran mayoría no cuenta con ello entonces aquí se ve la importancia de tener conocimiento de los recursos financieros para acceder a ellos y tener una alternativa de ingreso ante una crisis como la que actualmente atravesamos.

La autora Roa, (2020), en su artículo la investigadora manifiesta que la situación de crisis económica se viene dando desde antes de la pandemia, debido a falta de planificación financiera en los hogares, en muchos casos por la falta de oportunidad de una educación o por la falta de interés, lo que causa estar desprevenidos. Indica que tener una buena educación financiera ayuda a tener una buena salud financiera y poder hacer frente a imprevistos como sucede actualmente

A nivel local, en el distrito de la Molina, una zona residencial y de pobladores con buenos recursos sin embargo no todos cuentan con la misma situación existe en el distrito zonas rurales como Musa en los cuales son necesarios educar en finanzas personales para que puedan entender y estabilizar su salud financiera.

Las entidades bancarias en el país implementaron varias herramientas digitales, que ofrecen hacer tus operaciones como pagos de los servicios desde la comodidad de tu hogar como también, en lugares donde no hay agencias y agentes, sin hacer colas, sin tiempos de espera, en gran mayoría sin comisiones y sin manejar efectivo lo cual reduce los riesgos debido a la inseguridad el país entre otros beneficios, pero no todos acceden ¿A qué se debe? y más en esta situación de aislamiento social sería de gran beneficio, pero muchos clientes indican que no tienen conocimiento, que no saben manejarlo y que es muy riesgoso en la gran mayoría de los clientes manifiestan miedo ante estos problemas. Entonces la problemática de la diversidad de los clientes de la agencia BCP la fontana en la Molina se asocia a la falta de conocimiento financiero lo que genera desconfianza en los productos financieros y la falta de acceso a la herramienta de banca digital utilizada por varias entidades financieras lo que permiten menos riesgos debido a la coyuntura del país.

Teniendo como una de las causas destacadas la falta de conocimiento y manejo de sus finanzas como también de los canales digitales, el interés por desarrollar capacidades financieras es débil, la falta de adaptación a las tecnologías, el miedo hacia los cambios, estancamiento en la zona de confort, las costumbres, las actitudes y el caos generado por la incertidumbre lo que no permite una toma de decisión eficaz.

De no realizar cambios en los comportamientos de los clientes estarán con altas probabilidades de riesgos de entrar en una crisis financiera, expuesta a estafas, robos y también en la actualidad a la pandemia Covid19. Los cambios, las adaptaciones no son rápidas, pero frente a lo que atravesamos actualmente entre más rápido nos adaptemos y prefiramos los canales digitales será un gran potencial para mitigar la pandemia.

De manera que la formulación del problema general de nuestro del proyecto es:

¿De qué manera se relaciona la educación financiera con el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020?

Respectivamente sus problemas específicos son:

- ¿Cómo se relaciona el conocimiento financiero con el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020?
- ¿Cómo se relaciona la estabilidad financiera con el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020?
- ¿Cómo se relaciona la toma de decisiones con el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020?

Siguiendo con el trabajo de investigación, se justifica con los siguientes:

- Justificación de estudio teórico, busco enfatizar la importancia de las variables de estudio para concientizar que es vital tomar en cuenta y desarrollar las capacidades que conlleva la educación financiera y el acceso a la banca móvil los resultados nos darán gran aporte de visualización entre la relación de las variables logrando adquirir enfatizar en el desarrollo de las propias
- Justificación metodológica, de acuerdo al tipo de estudio realizado se utilizó para su desarrollo la siguiente herramienta: la encuesta a los clientes de la Agencia la Fontana, la metodología fue evaluada, confirmada su confiabilidad y validez para ser ejecutada.

- Justificación social, este estudio nos permitirá dar a visualizar la situación actual de los clientes de la agencia La Fontana, ante la crisis por la coyuntura de la pandemia, siendo un determinante que los peruanos necesitamos estar más desarrollados y preparados para los imprevistos.
- Justificación económica se considera de vital importancia, el gobierno tiene un plan respecto a este tema, pero a pesar de ello la población tiene un bajo nivel de desarrollo, básicamente es la actitud de la población que no tiene verdadera conciencia de lo significativo que puede tener al desarrollar su capacidad financiera. Se busca identificar las debilidades para mejorar personalmente y así obtener una buena salud financiera.

También se planteó como Objetivo General

Determinar la relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.

Teniendo en cuenta como los Objetivos Específicos:

- Determinar la relación entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.
- Determinar la relación entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.
- Determinar la relación entre la toma de decisión y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.

De igual forma se plantea como Hipótesis General

Si existe relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.

Teniendo en cuenta como las Hipótesis Específicas:

- Si existe relación entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.
- Si existe relación entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.
- Si existe relación entre la toma de decisión y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020.

Por lo tanto, se manifiesta la delimitación y viabilidad de nuestro proyecto son:

- La delimitación de estudio espacial del presente trabajo se realizó en el distrito de La Molina, específicamente en la agencia del BCP de La Fontana, donde se obtuvo los datos mediante el desarrollo del trabajo de campo.
- Delimitación social en el ámbito social se aplicó cuestionarios los cuales serán vitales para nuestro desarrollo, pero también de manera indirecta tendrán gran despertar en los encuestados debido a que podrán reflexionar a través de cada pregunta desarrollada.
- Viabilidad el desarrollo de este proyecto de investigación ha sido posible a los conocimientos adquiridos en mi alma mater la Universidad César Vallejo y la capacitación en mi centro laboral del Banco de Crédito del Perú, además se contó con los recursos económicos y el tiempo adquirido para su realización es importante destacar que debido a la coyuntura generada por la pandemia, el aislamiento social será un reto pero no quiere decir que no podemos realizar los cuestionarios debido a que se usarán los canales alternativos a favor y si hay la factibilidad de realizar presencial se aprovechará dicha oportunidad.

II. MARCO TEÓRICO

Para continuar con el avance del trabajo de investigación se tomó de manera destacable los siguientes trabajos, entre ellos presentamos los internacionales.

La siguiente autora Pérez Morejón, (2018) en su trabajo de investigación titulado estrategias de comunicación para la adopción de servicios de banca de banca porinternet en el sector financiero de la provincia de Tungurahua. utilizando el instrumento del cuestionario, una investigación descriptiva-correlacional con una muestra de 17 instituciones financieras. tuvo como resultado un alfa de Cronbach de 0.928 y con una correlación positiva mínima de 0.335 por lo que acepta la hipótesis alterna que indica con una adecuada aplicación de estrategias de comunicación se lograra la adopción de los servicios de banca por internet.

Montoya Magallanes & Toala Grijalva, (2016) en su investigación titulada medición de la inclusión financiera digital en las parroquias rurales de la ciudad de Guayaquil, con el método empleado lógico-deductivo con una muestra de 462 encuestados con un muestreo probabilístico, con un alfa de Cronbach de 0.731 Las variables de edad y nivel de educación influye inversamente en la utilización de canales financieros. respaldado con lo mostrado en la dimensión de las personas que usan banca electrónica tiene una relación importante con el grado de escolaridad, con un Rho de Spearman de 0.153 siendo una relación positiva baja.

De acuerdo con los autores Domazet, Slađana, & Vladimir, (2019) en su artículo titulado "*La importancia de las redes sociales como canales digitales de comunicación en los bancos serbios*" publicada en SEMA⁴. Este documento, tuvo como objetivo investigar las opiniones de los gerentes bancarios. El plan de investigación logro entrevistar a 171 gerentes. Se utilizó un método de cuestionario estructurado, El documento la prueba de chi-cuadrado para verificar la correlación potencial de la variable independiente. Los resultados mostraron que más de la mitad (52,9%) de los gerentes encuestados creen que la digitalización es una nueva tendencia que debe ser aceptada e implementada en las operaciones del banco.

La autora Boitan, (2019). En su artículo titulado Análisis exploratorio de las preferencias de los clientes europeos de banca minorista en el uso de servicios financieros donde uso el análisis de clústeres una técnica exploratoria no supervisada para descubrir la similitud entre las variables con el método Ward y el algoritmo de distancia euclidiana al cuadrado. El análisis comprendió una muestra

⁴ Asociación Serbia de Marketing y Facultad de Economía, Belgrado,

de 30 países europeos dando como resultado un panorama mixto, ya que 19 de los 30 países europeos registran niveles altos de todos los indicadores de inclusión financiera, mientras que los restantes fluctúan a niveles por debajo de la media también se halló los indicadores con mayor desviación estándar: los pagos realizados mediante un teléfono móvil o Internet (media 10.74) y el uso del teléfono móvil o Internet para comprobar el saldo de la cuenta (media 12.26). concluyen que el perfil de los clientes de banca minorista en países de Europa Central, Occidental y del Norte es sofisticado, abierto a la implementación de innovaciones tecnológicas y digitalización en los servicios bancarios. Por otro lado, los clientes de los países del este y sur de Europa son más reacios a confiar en las tecnologías de banca digital, utilizan para ahorrar menos y muestran una preferencia por utilizar efectivo en lugar de tarjetas de débito / crédito para realizar pagos.

Los autores O'Neil & Xiao, (2016) en su artículo de nombre, *Educación financiera para el consumidor y capacidad financiera*. Revista Internacional de Estudios del Consumidor. Su finalidad fue explorar los posibles efectos de la educación financiera en la capacidad financiera de los consumidores estadounidenses. Los datos del Estudio Nacional de Capacidad Financiera de 2012 se utilizaron para probar la hipótesis de que la educación financiera influye con la capacidad de sus finanzas. Los resultados de regresión lineal multivariante mostraron que los mandatos de educación en finanzas personales pueden aumentar los efectos de la educación financiera debido a que en la categoría estándar k-12 el coeficiente estimado para los estados con este requisito fue de 0.520 mientras que en los estados sin este requisito fue solo de -181 siendo no significativo, con un tamaño de muestra de 24 242 utilizado para este estudio, los encuestados que alguna vez recibieron educación financiera tuvieron puntajes más altos en todos los indicadores de capacidad financiera. Demostrados por el coeficiente de determinación (R^2).

Del mismo modo, menciona los antecedentes nacionales que nos aportarán conocimientos a nuestro proyecto.

Se resalta también el aporte de Meneses Jiménez, (2018) en su artículo que llevó como título la educación financiera y el nivel de endeudamiento de los colaboradores de la universidad autónoma Ica, 2018. su estudio fue correlacional utilizó el cuestionario con un total de muestra de 50 colaboradores, el resultado fundamentado por el estadístico Rho de Spearman fue de 0.909 mostrando una correlación alta entre ambas variables.

Autora Gonzales (2017) en su tesis con variables similares donde utilizó el método de investigación básica- explicativa, con un diseño no experimental, cuantitativa y transversal asimismo descriptivo correlacional con una muestra de 385 personas tuvo como resultado con un chi cuadrado de Pearson 120.37 es menor que el chi cuadrado crítico 7.815 aceptando que existe relación entre el desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de lima metropolitana

Según las autoras Arteaga & Choquehuanca, (2017) "*los factores perceptuales y su relación con la utilización de los servicios de banca móvil en Arequipa metropolitana 2016*", publicada en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Cuyo fin era verificar la correlación entre sus variables de estudio utilizando el método de la encuesta a 384 clientes determinada por conveniencia con un método descriptivo, correlacional y no experimental- corte transversal con un alfa de Cronbach .938 siendo confiable y un coeficiente de Pearson 0.787 es una correlación positiva fuerte resaltando que más del 50% de sus encuestados tenían educación superior universitaria, se concluyó que existe una determinante relación entre ambas variables descritas.

De acuerdo con Infantes Leandro, (2017) en su tesis titulada educación financiera y gestión de riesgo crediticio en la financiera crediscotia S.A Puente piedra 2017. utilizando un método hipotético deductivo de diseño no experimental de corte transversal con un nivel de estudio descriptivo-correlacional de tipo aplicada con una muestra de 180 clientes, tuvo como resultado un alfa de Cronbach 0.939 para la variable educación financiera mientras para la variable gestión de riesgo crediticio 0.886, con un grado de correlación de 0.314 por que lo se acepta la hipótesis alterna es decir la educación financiera influye significativamente con el riesgo crediticio.

Según Tocto & Pisco, (2016) en su trabajo de investigación llamado "*Evaluación del marketing digital y su relación con el posicionamiento de las empresas de banca múltiple del distrito de Tarapoto del año 2014*" cuyo objetivo fue analizar el grado de beneficio del marketing electrónico en las entidades financieras, utilizando un diseño de estudio no experimental, con corte trasversal, Descriptivo y correlacional como resultado se obtuvo = 0.803 de la prueba de Rho Spearman entonces se demostró que las variables se relacionan entre sí.

De igual manera se redactó el marco teórico al respecto de la primera variable de investigación la educación financiera con definiciones de diversidad de autores. La educación financiera es el nivel de conocimiento para la toma de decisiones con objetivos de corto y largo plazo para lograr el bienestar económico.

La revista web (Consolidated Credit, 2020) nos manifestó que la Educación financiera es la capacidad de entender los conceptos básicos para poder aplicarlos en la toma de decisiones diarias. Donde nos resalta las ocho áreas básicas para la comprensión financiera: el presupuesto, el ahorro, necesidades básicas de gestión, la banca, la gestión de costos del cuidado de la salud, la gestión de la deuda, la gestión del crédito y la planificación para la jubilación.

Yuh & Tae Kim, (2018) en su publicación titulada “*Conocimiento financiero y ahorro de hogares: evidencia de la Encuesta de finanzas del consumidor*” en la Revista de Investigación de Ciencias de la Familia y del Consumidor, Este estudio muestra que el conocimiento financiero se relaciona con el comportamiento de ahorro de los hogares. A pesar de que un marco teórico normativo que describe los comportamientos de consumo / ahorro. El tamaño total de la muestra del SCF 2016 fue de 6.248 encuestas. Donde resalto que los programas de educación financiera diseñados para mejorar el conocimiento financiero deben considerar tanto el conocimiento financiero percibido como el real de sus poblaciones objetivo. Específicamente, proporcionar programas sistemáticos de educación financiera más allá de la educación obligatoria en la escuela secundaria puede aumentar el conocimiento financiero de los hogares y ayudarlos a alcanzar el bienestar financiero.

Robb, (2014) nos manifiesta sobre el enigma del conocimiento financiero personal. Las personas tienen acceso a una cantidad de información sin precedentes con respecto a las opciones y alternativas en el mercado. En consecuencia, un debate considerable se ha centrado en el papel del conocimiento financiero personal y las regulaciones del mercado. Este artículo destaca los hallazgos empíricos relacionados con el conocimiento financiero del consumidor y proporciona consejos prácticos para profesionales de servicios financieros que desean ayudar a sus clientes.

Dewi & Barlian, (2020) definen a la educación financiera como capacidad de conocer y comprender el recurso del dinero, la confianza para la toma de decisiones que afectan a la condición financiera de la persona.

Por otro lado, Silva, (2019) el autor nos redactó en su artículo 10 pasos para adquirir una estabilidad financiera que no necesariamente se tiene que ser rico para lograr ello atribuye el intérprete. Manifiesta centrarse en su propia economía personal sin compartirla, invertir en uno mismo, ganar dinero con algo que te apasione, tu presupuesto es vital, compra como si no tuvieras en síntesis que no gastes por gastar, importante tener un colchón financiero, disminuir sus deudas o mejor erradicarlas, ahorre para su vejez, prevee cierta cantidad para tu diversión y relajación, intenta ser persistente en el control de tu presupuesto. Son alternativas muy buenas que menciona Silva.

Murillo Herrera & Rojas Coronado, (2019) nos manifiesta respecto a la estabilidad financiera desde el enfoque de una empresa entre mayor aumento de ahorro y inversión se logrará un crecimiento económico, al igual que en el caso de finanzas personales entre mayor ahorro y inversión logrará una sostenibilidad financiera.

Según Hernández, (2017) nos da a conocer que la toma de decisión tiene que tomarse con conocimiento racional con objetivos en el futuro, el análisis que es tomado desde una empresa nos manifiesta que es necesario verificar las utilidades y las diferencias entre cantidad de dinero con cantidad de inventario, lo cual nosotros lo reflejamos a la situación de una persona natural que tiene que analizar sus ingresos mensuales para determinar cuál decisión tiene que tomar de acuerdo a la situación económica actual y la que pronostica de acuerdo a la situación.

De acuerdo con nuestra segunda variable es muy importante verificar teorías y definiciones respecto a los canales digitales, esta herramienta que nos dan como canal alternativo que si tienen el conocimiento en el manejo del propio será de gran beneficio como muy eficiente en sus operaciones.

La autora, considera que son canales a través de las redes de información que proporciona establecer comunicación con las personas la cual se diferencia por sus mecanismos y métodos. Jiménez, (2019)

Los autores del artículo concluyen que si la entidad ofrece un servicio de una interacción bancaria con mayor eficiencia, efectividad, innovación y virtualización potenciando a los millennials sin olvidar a otros tipos de clientes con el fin de ayudarlos a manejo de estos canales para ello se requiere analizar la utilización y preferencia. Cognizant, (2014)

Tanner, (2020) en la publicación nos dice que el miedo es uno de los motivos de resistencia al cambio, pero el principal que indica es la falta de comunicación, información y claramente la comprensión, el manifestó que los individuos no se resisten al cambio cuando tienen fe que es lo mejor para ellos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación es aplicada debido a que haremos uso de un marco teórico y la realidad con la finalidad de proponer alternativas de solución o recomendaciones.

Busca resolver grandes preguntas sin respuesta sobre el universo o la sociedad. Más bien, su objetivo es simplemente genere respuestas para resolver problemas concretos con los pies en la tierra que alguien enfrenta de acuerdo a lo mencionados con Mahabat, (2018)

Diseño de la investigación

Describe al estudio no experimental como observar, analizar la situación, objeto, suceso o evento en su estado natural. Hernández Sampiere, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014)

De acuerdo con Manterola, Quiroz, Salazar, & García, (2019) nos resalta que este estudio de corte trasversal solo se realiza en un determinado momento del suceso de interés.

El proyecto estuvo determinado por un diseño no experimental debido a que en su estudio no se manipulará los datos y de corte trasversal debido a que se realizó en un solo momento.

Nivel de investigación

El autor Jervis, T. M, (2019) En el presente artículo nos manifiesta que el estudio correlacional tiene por objetivo analizar dos variables con el fin de demostrar su correlación.

El proyecto tendrá un nivel correlacional ya que el objetivo es determinar si existe relación entre ambas variables de estudio.

Enfoque de la investigación

Según Mousalli-Kayat, G, (2015) nos manifiesta que la investigación cuantitativa se relaciona con la medición de la descomposición de sus variables mediante métodos precisos.

Nuestra investigación conto con variables cualitativas de enfoque cuantitativo debido a que mediremos los resultados de manera numérica dando un valor correspondiente.

3.2. Variables de operacionalización

Variables de estudio:

La autora Pacheco, (2019) nos indica que es una variable estadística que menciona características del suceso, objeto o persona.

De acuerdo a lo mencionado nuestro proyecto utilizó las variables cualitativas, pero con un enfoque cuantitativos debido a que se le dará un valor determinado para poder analizarlas.

Variable 1: Educación financiera

Variables 2: Acceso financiero

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Según Will, (2020) lo define como un grupo de diversos sujetos las cuales se agrupan por intereses similares para su estudio.

Nuestra población estuvo conformada por los clientes de la agencia BCP La Fontana, La Molina por lo tanto se consideró una población infinita debido a la variedad de afluencia de clientes en la oficina.

Criterios de selección:

Inclusión

Para nuestra investigación se utilizó los clientes atendidos de la agencia BCP La Fontana en La Molina, 2020.

Exclusión

Para el logro de los objetivos de estudio no se consideró a los no clientes que asistan a la agencia, tampoco se considerará a los colaboradores tanto de dicha agencia como de otras sedes y clientes que no deseen ser partícipes propiamente.

Unidad de análisis

Es el cliente de la agencia BCP La Fontana en La Molina

Muestra

Los autores Miranda, Villasís, & Arias, (2016) nos señala que la muestra es el resultado de la búsqueda por que tiene como fin determinar el número de involucrados para lograr los objetivos planteados.

De acuerdo a lo definido la cantidad necesaria, se determinó para poder lograr los objetivos fue 385 personas, la muestra cuenta con un nivel de confianza de 1.96 y un error de estimación del 0.05 para lograr una mayor precisión en nuestros resultados y así determinar las recomendaciones propiamente.

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

Figura 1 Fórmula de muestra infinita

Tabla 1

Tamaño de muestra

Parámetro	Insertar valor	Tamaño de muestra
Z	1.96	N=384.16
P	50%	
Q	50%	
e	5%	

Muestreo

Según Manterola & Otzen, (2017) describen dos métodos el muestreo el probabilístico la cual nos proporciona la posibilidad de cada individuo de ser

parte de la muestra de estudio y el no probabilístico que existe criterios de exclusión e inclusión.

Nuestro proyecto de investigación utilizó el muestreo no probabilístico aleatorio simple.

3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

La técnica que se empleó es la encuesta para obtener los datos necesarios para recoger el valor de las respuestas y proceder a evaluarlos, se abordó los medios digitales para desarrollar en mayor aceptación de respuesta a nuestro cuestionario.

Al respecto a lo manifestado en el artículo Ponto, (2015) indica que es método que puede ser desde lo sencillo hasta lo complejo dependiendo del objetivo de estudio y de que o cuantos instrumentos se utilizaran para el desarrollo.

Instrumento

Nos redacta que son medios perceptibles y visibles que permiten el desarrollo eficiente del objetivo. Ávila, (2017)

Por lo manifestado en nuestro proyecto se utilizó el cuestionario como medio para el registro de los datos. Nuestro instrumento es de tipo Likert que contiene 5 escalas que nos permitirá medir, de acuerdo con ello también se contará con 44 ítems.

De acuerdo con Meneses, (2016) nos indica que el cuestionario es una herramienta por la cual nos permite recolectar datos específicos a partir de una serie de preguntas realizadas a nuestra muestra con el fin de analizarlas para validar las hipótesis planteadas.

Validez

Contreras, (2015) nos comenta que la validez es aludida a la amplitud del instrumento a utilizar para cuantificar de la manera correcta con lo planteado.

Por lo que se determinó al juicio de expertos, profesores con grado de maestría y doctorado del área de finanzas con el fin de aprovechar su

experiencia y conocimiento en la materia para la validación propia de nuestro instrumento, contando con sus comentarios y aprobación antes de su aplicación.

Tabla 2

Validación por juicio de expertos - V1

VARIABLE 1: EDUCACIÓN FINANCIERA				
CRITERIOS	EXP.01	EXP.02	EXP.03	TOTAL
Claridad	86%	85%	85%	256%
Objetividad	86%	85%	85%	256%
Pertinencia	86%	85%	85%	256%
Actualidad	86%	85%	85%	256%
Organización	86%	85%	85%	256%
Suficiencia	86%	85%	85%	256%
intencionalidad	86%	85%	85%	256%
Consistencia	86%	85%	85%	256%
Coherencia	86%	85%	85%	256%
Metodología	86%	85%	85%	256%
			Total	2560%
			PV	85%

Se visualiza el promedio de la validación realizada por los tres expertos de la primera variable resultado el 85% donde se corrobora con los establecido obteniendo una calificación aceptable.

Tabla 3

Validación por juicio de expertos - V2

VARIABLE 2: ACCESO A LOS CANALES DIGITALES				
CRITERIOS	EXP.01	EXP.02	EXP.03	TOTAL
Claridad	84%	86%	85%	255%
Objetividad	84%	86%	85%	255%
Pertinencia	84%	86%	85%	255%
Actualidad	84%	86%	85%	255%
Organización	84%	86%	85%	255%
Suficiencia	84%	86%	85%	255%
intencionalidad	84%	86%	85%	255%
Consistencia	84%	86%	85%	255%
Coherencia	84%	86%	85%	255%
Metodología	84%	86%	85%	255%
			Total	2550%
			PV	85%

Se aprecia el promedio de la validación realizada por los tres expertos de la segunda variable teniendo como resultado el 85% donde se verifica de acuerdo con lo establecido una calificación aceptable.

Confiabilidad

Manterola, et al. (2018) nos manifiesto que son las principales características para determinar la confiabilidad de nuestro instrumento cuando la medición estadística lo demuestra por lo tanto se disminuye los sesgos.

Entonces para el avance de la indagación se hizo uso del programa SPSS lo que nos posibilito determinar el nivel de confiabilidad como también se consideró la fiabilidad con el alfa de Cronbach con el que se determinó el valor de las respuestas obtenidas a los clientes.

Resaltando que el valor del alfa de Cronbach fluctúa de 0 a 1 donde nos muestra que entre más cercano a uno es más el nivel de confianza de las preguntas planteadas en el instrumento Frías, (2019)

Tabla 4

Coeficientes de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

Alfa de Cronbach general

Tabla 5

Coeficiente alfa de Cronbach general

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	38

El análisis de la fiabilidad del instrumento mediante el alfa de Cronbach fue de 0.953 siendo este coeficiente de nivel muy alta, por lo tanto, se considera la medición del instrumento es confiable.

Asimismo, se realizó el análisis de la fiabilidad de la primera variable: Educación Financiera

Tabla 6

Alfa de Cronbach Educación Financiera

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	19

El análisis de fiabilidad con respecto a la variable de Educación Financiera mediante el alfa de Cronbach fue .937 siendo este de nivel muy alta. Por lo tanto, la medición del instrumento es confiable.

De igual forma, se realizó el análisis de fiabilidad de la segunda variable: Acceso a los canales digitales

Tabla 7

Alfa de Cronbach Acceso a los canales digitales

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	19

El análisis de fiabilidad con respecto al acceso a los canales digitales mediante el alfa de Cronbach fue de 0.896 siendo este coeficiente considerada muy alta, por lo tanto, la medición del instrumento es confiable.

3.5. Procedimientos

Este proyecto comenzó primero escogiendo el título y empresa donde aplicamos el desarrollo de la investigación. Se procedió a redactar nuestra realidad problemática desde lo más amplio a lo más específico, se resaltó el marco teórico con trabajos previos los más recientes de las variables de nuestro estudio, entonces procedimos a sacar nuestras dimensiones e indicadores, luego logramos el desarrollo e cálculo de nuestra población y muestra.

Para el logro del proceso de investigación se recogió los datos con el instrumento del cuestionario para su análisis, cuando recolectados los datos se procedió a ordenarlo en Excel para trasladarla propiamente al programa de SPSS,

donde se logró la medición de las variables con la finalidad de obtener los datos gráficos y estadísticos que nos mostró el programa procediendo con la estadística descriptiva e inferencial.

3.6. Método de análisis

Estadística descriptiva

Claramente nos manifiesta en lo redactado Glass & Hopkins, (1996) “La estadística descriptiva sirve como una herramienta para describir y resumir, y reducir a una forma manejable las propiedades de una masa de datos que de otro modo sería difícil de manejar” Sulistyani, (2019, pág. 2)

Por lo tanto, se utilizó el estadístico SPSS los cuales nos permitió una eficiente obtención de datos detallados en tablas, gráficos y niveles de correlación datos necesarios para el desarrollo de nuestro proyecto.

Estadística inferencial

Entonces podemos manifestar que nuestro estudio fue inferencial debido a que dicho resultados obtenidos serán interpretados los cuales nos permitieron el desarrollo de las conclusiones a partir de la información arrojada.

De acuerdo con lo citado por Garfield y Andrew, (1988) “El contenido típico de una estadística inferencial es estimar parámetros y probar hipótesis” (Sulistyani, 2019, pág. 2)

3.7. Aspectos éticos

El desarrollo de nuestra investigación cumplió con los aspectos morales, en la ejecución y recolección de datos, considerando el derecho de autores en los trabajos teóricos utilizados como fundamento a nuestro trabajo, contando con un objetivo académico se utilizó las normas APA establecidas por la escuela profesional, resaltado que dicha participación será voluntaria y anónima por parte de los clientes de la agencia BCP La Fontana, culminado se dio conocimiento a la empresa para que tome en cuenta las recomendaciones o propuestas de soluciones obtenidas en nuestro proyecto.

IV. RESULTADOS

Análisis Descriptivo de los resultados estadísticos

Tabla 8

Estadística descriptiva de Educación Financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	11	2,9	2,9	2,9
	Probablemente no	88	22,9	22,9	25,7
	Indeciso	132	34,3	34,3	60,0
	Probablemente si	114	29,6	29,6	89,6
	Definitivamente si	40	10,4	10,4	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

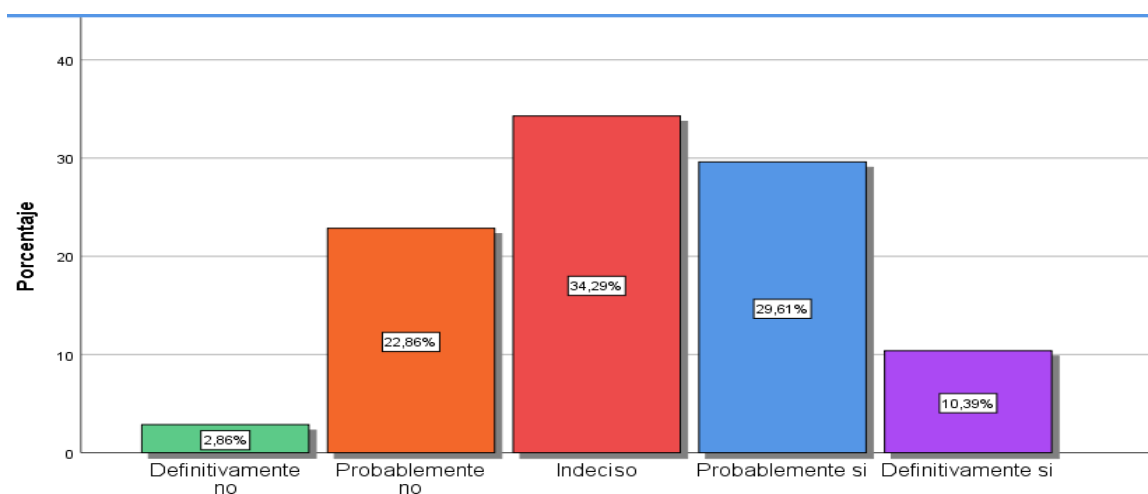


Figura 2 *Educación financiera*

De acuerdo con la tabla 8 y la figura 2 con relación a la educación financiera, los 385 clientes encuestados de la agencia BCP la Fontana, se entendió que el 34.29% equivalente a 132 clientes indicaron estar indecisos en cuanto a la educación financiera, mientras que el 29.61% con una cantidad de 114 clientes manifestaron probablemente si existe relación con la educación financiera, por otro lado el 22.86% con 88 encuestados indicaron que probablemente no exista relación con la educación financiera, mientras que el 10.39% con 40 clientes indicaron que

definitivamente si existe relación con la educación financiera y el 2.86% concluyeron con 11 cliente que definitivamente no existe la educación financiera.

Tabla 9

Estadística descriptiva de Acceso a los canales digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	1,0	1,0	1,0
	Probablemente no	82	21,3	21,3	22,3
	Indeciso	166	43,1	43,1	65,5
	Probablemente si	111	28,8	28,8	94,3
	Definitivamente si	22	5,7	5,7	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

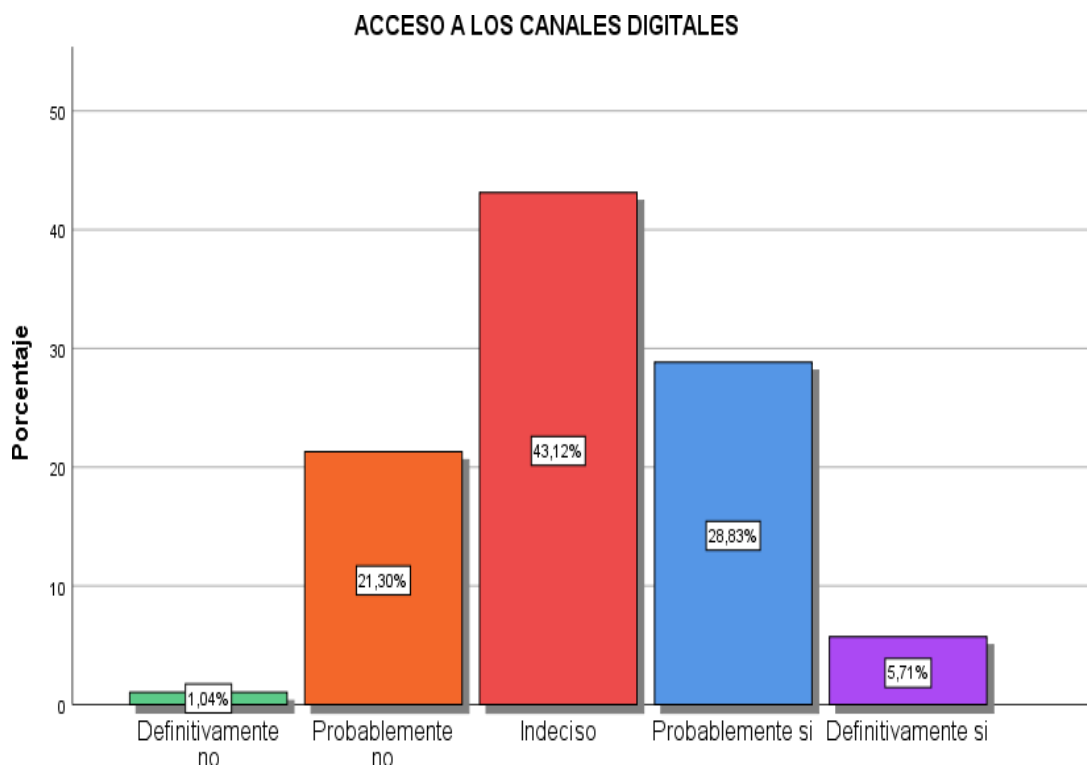


Figura 3 Acceso a los canales digitales

De acuerdo con la tabla 9 y la figura 3 de la segunda variable el acceso a los canales digitales; los resultados alcanzados de los 385 clientes encuestados de la agencia BCP la Fontana, se entendió que el 43.12% equivalente a 166 clientes indicaron estar indecisos en cuanto al acceso a los canales digitales, mientras que el 28.83% con una cantidad de 111 clientes manifestaron probablemente si existe relación con el acceso a los canales digitales, por otro lado el 21.30% con 82 encuestados

indicaron que probablemente no exista el acceso a los canales digitales, mientras que 5.71% con 22 clientes manifestaron que definitivamente si existe relación con el acceso a los canales digitales y el 1.04% concluyeron con 4 cliente que definitivamente no existe relación con el acceso a los canales digitales.

Tabla 10

Estadística descriptiva de conocimiento financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	22	5,7	5,7	5,7
	Probablemente no	95	24,7	24,7	30,4
	Indeciso	130	33,8	33,8	64,2
	Probablemente si	97	25,2	25,2	89,4
	Definitivamente si	41	10,6	10,6	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

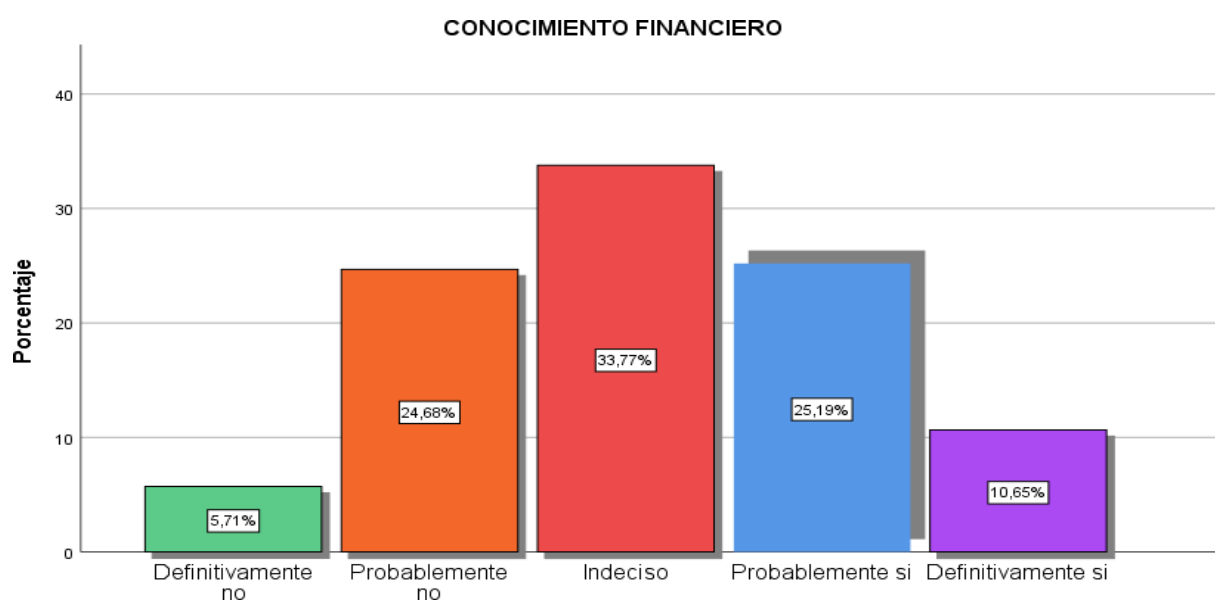


Figura 4 *Conocimiento financiero*

De acuerdo con la tabla 10 y la figura 4 con relación al conocimiento financiero, los 385 clientes encuestados de la agencia BCP la Fontana, se entendió que el 33.77% equivalente a 130 clientes indicaron estar indecisos en cuanto al conocimiento financiero, mientras que el 25.19% con una cantidad de 97 clientes manifestaron probablemente si existe relación con el conocimiento financiero, por otro lado el 24.68% con 95 encuestados indican que probablemente no exista relación con el conocimiento financiero, mientras que el 10.65% con 41 clientes nos indicaron que definitivamente si exista relación con el conocimiento financiero y el 5.71%

concluyeron con 22 clientes que definitivamente no existe el conocimiento financiero.

Tabla 11

Estadística descriptiva de estabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	19	4,9	4,9	4,9
	Probablemente no	77	20,0	20,0	24,9
	Indeciso	99	25,7	25,7	50,6
	Probablemente si	126	32,7	32,7	83,4
	Definitivamente si	64	16,6	16,6	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

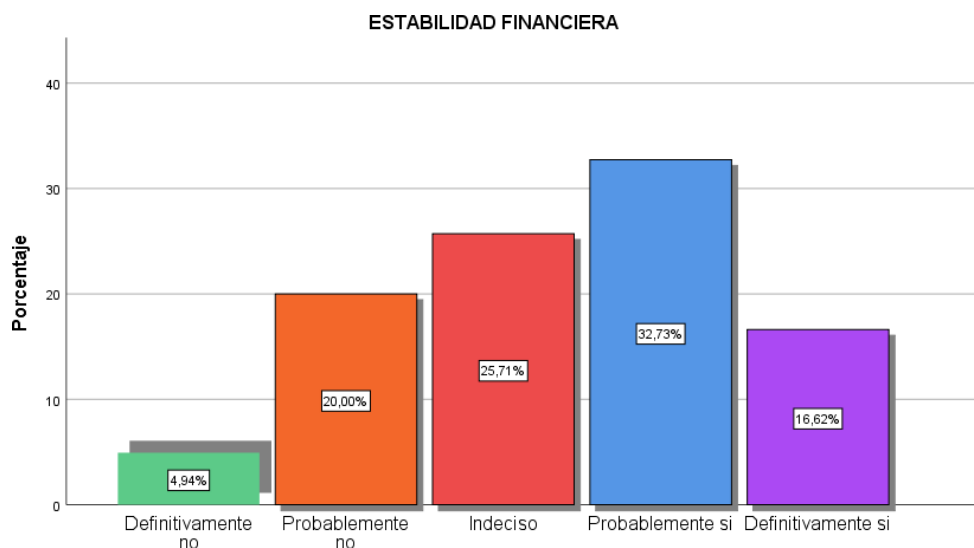


Figura 5 *Estabilidad financiera*

De acuerdo con la tabla 11 y la figura 5 con relación al estabilidad financiera, los 385 clientes encuestados de la agencia BCP la Fontana, se entendió que el 32.73% equivalente a 126 clientes indicaron probablemente si exista relación con la estabilidad financiera, mientras que el 25.71% con una cantidad de 99 clientes manifestaron estar indecisos con la relación de la estabilidad financiera, por otro lado el 20% con 77 encuestados indican que probablemente no exista relación con la estabilidad financiera, mientras que el 16.62% con 64 clientes nos indicaron que definitivamente si exista relación con la estabilidad financiera y el 4.94% concluyeron con 19 clientes que definitivamente no existe relación con la estabilidad financiera.

Tabla 12

Estadística descriptiva de toma de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	18	4,7	4,7	4,7
	Probablemente no	64	16,6	16,6	21,3
	Indeciso	116	30,1	30,1	51,4
	Probablemente si	133	34,5	34,5	86,0
	Definitivamente si	54	14,0	14,0	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

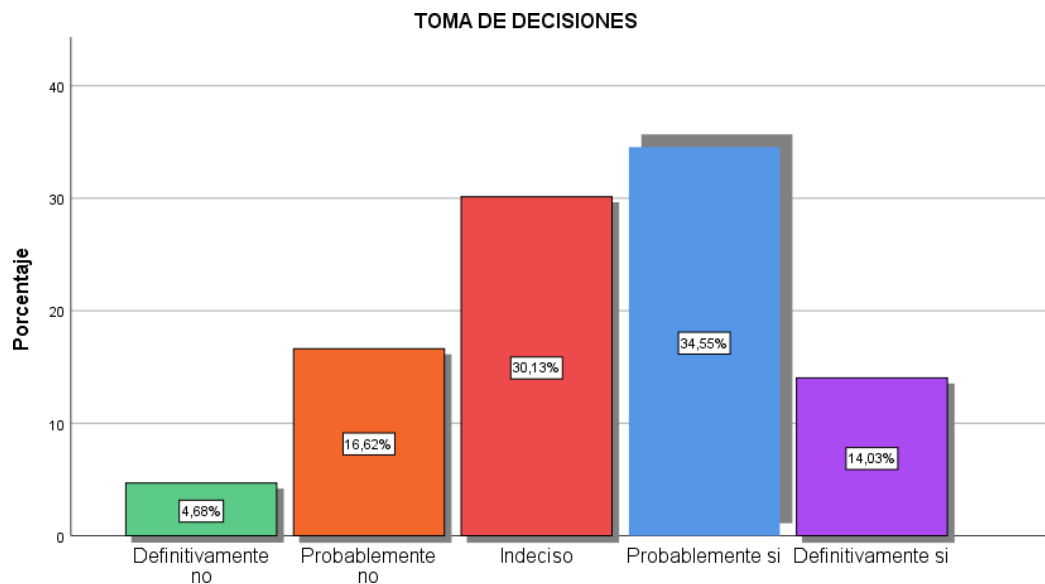


Figura 6 Toma de decisiones

De acuerdo con la tabla 12 y la figura 6 con relación a la toma de decisiones, los 385 clientes encuestados de la agencia BCP la Fontana, se entendió que el 34.55% equivalente a 133 clientes indicaron probablemente si exista relación con la toma de decisiones, mientras que el 30.13% con una cantidad de 116 clientes manifestaron estar indecisos con la relación de la toma de decisiones, por otro lado el 16.62% con 64 encuestados indican que probablemente no exista relación con la toma de decisiones, mientras que el 14.03% con 54 clientes nos indicaron que definitivamente si exista relación con la toma de decisiones y el 4.66% concluyeron con 18 clientes que definitivamente no existe relación con la toma de decisiones.

Análisis inferencial de los resultados

Prueba de normalidad

H0: La distribución es normal

H1: La distribución no es normal

Regla de decisión:

Si Sig. P-Valor < 0.05, entonces, se rechaza la hipótesis nula ($\square 0$)

Si Sig. P-Valor > 0.05, entonces, se acepta la hipótesis nula ($\square 0$)

Tabla 13

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,186	385	,000	,905	385	,000
V2	,232	385	,000	,882	385	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Con una totalidad de 385 clientes encuestados de la agencia BCP La Fontana, la prueba de normalidad constato mediante el programa SPSS con el estadístico de Kolmogorov- Smirnov; que se aplicó por ser una muestra mayor a 50, determinando como resultado el nivel de significancia presentado en la tabla 13 resultado = .000 en ambas variables de estudio (<0.05), por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces al rechazar la hipótesis nula se consideró una distribución estadística no normal por lo que se utilizó en la contrastación de hipótesis el estadístico Rho de Spearman para el trabajo de investigación.

Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

Tabla 14

Coefficiente de correlación por rango de Rho de Spearman

-0.90	=	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	=	Correlación negativa muy considerable.
-0.50	=	Correlación negativa media.
-0.25	=	Correlación negativa débil.
-0.10	=	Correlación negativa muy débil.
0.00	=	No existe relación alguna entre las variables.
+0.10	=	Correlación positiva muy débil.
+0.25	=	Correlación positiva débil.
+0.50	=	Correlación positiva media.
+0.75	=	Correlación positiva considerable.
+0.90	=	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	=	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

Prueba de hipótesis de la educación financiera y acceso a los canales digitales.

H0: No existe relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

H1: Si existe relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

Estrategia de decisión

Si Sig. P-Valor < 0.05, entonces, se acepta la hipótesis nula ($\square 0$)

Si Sig. P-Valor > 0.05, entonces, se rechaza la hipótesis nula

($\square 0$)

Tabla 15

Prueba de hipótesis entre la educación financiera y acceso a los canales digitales.

			EDUCACIÓN FINANCIERA	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES
Rho de Spearman	EDUCACIÓN FINANCIERA	Coeficiente de correlación	1,000	,745**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES	Coeficiente de correlación	,745**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

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

De acuerdo con el resultado presentado en la tabla 15 el coeficiente Rho de Spearman fue de 0.745 por ello se percibe que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables, con un nivel de significancia de .000 siendo este (<0.005) por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador determinando que si existe relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales.

Prueba de hipótesis específicas

Prueba de hipótesis entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales

H0: No existe relación entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

H1: Si existe relación entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

Estrategia de decisión

Si Sig. P-Valor <0.05 , entonces, se rechaza la hipótesis nula ($\square 0$)

Si Sig. P-Valor > 0.05 , entonces, se acepta la hipótesis nula ($\square 0$)

Tabla 16

Prueba de hipótesis entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales

			CONOCIMIENTO FINANCIERO	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES
Rho de Spearman	CONOCIMIENTO FINANCIERO	Coeficiente de correlación	1,000	,672**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES	Coeficiente de correlación	,672**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

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

De acuerdo con el resultado obtenido en la tabla 16 el coeficiente Rho de Spearman es de 0.672 es por ello que se percibe que existe una correlación positiva media entre ambas variables, también con un nivel de significancia de .000 siendo este (<0.005) por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador determinando que si existe relación entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales.

Prueba de hipótesis entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales

H0: No existe relación entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

H1: Si existe relación entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

Estrategia de decisión

Si Sig. P-Valor < 0.05 , entonces, se rechaza la hipótesis nula ($\square 0$)

Si Sig. P-Valor > 0.05 , entonces, se acepta la hipótesis nula ($\square 0$)

Tabla 17

Prueba de hipótesis entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales

		ESTABILIDAD FINANCIERA	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES
Rho de Spearman	ESTABILIDAD FINANCIERA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 385
	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,650** ,000 385

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

De acuerdo a la hipótesis general del presente trabajo de investigación se realizaron con la base de datos resultados de las encuestas, los cuales fueron procesados en el SPSS V25.

De acuerdo con el resultado obtenido en la tabla 17 el coeficiente Rho de Spearman es de 0.650 es por ello que se percibe que existe una correlación positiva media entre ambas variables, también con un nivel de significancia de .000 siendo este (<0.005) por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador determinando que si existe relación entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales.

Prueba de hipótesis entre la toma de decisiones y el acceso a los canales digitales

H0: No existe relación entre la toma de decisiones financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

H1: Si existe relación entre la toma de decisiones y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP la Fontana la Molina 2020

Estrategia de decisión

Si Sig. P-Valor < 0.05 , entonces, se rechaza la hipótesis nula ($\square 0$)

Si Sig. P-Valor > 0.05 , entonces, se acepta la hipótesis nula ($\square 0$)

Tabla 18

Prueba de hipótesis entre la toma de decisiones y el acceso a los canales digitales

			TOMA DE DECISIONES	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES
Rho de Spearman	TOMA DE DECISIONES	Coeficiente de correlación	1,000	,699**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES	Coeficiente de correlación	,699**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

****.** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

De acuerdo con el resultado obtenido en la tabla 18 el coeficiente Rho de Spearman es de 0.699 es por ello que se percibe que existe una correlación positiva media entre ambas variables, también con un nivel de significancia de .000 siendo este (<0.005) por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador determinando que si existe relación entre la toma de decisiones y el acceso a los canales digitales.

V. DISCUSIÓN

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general: analizar la relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020, en las que se obtuvieron resultados de otros autores e investigaciones.

De acuerdo con el primer objetivo general determinar la relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020, se pudo encontrar en la tabla 15 que existe una relación positiva considerable entre ambas variables de estudio considerando un Rho de Spearman de 0.745, esto quiere decir que la educación financiera se correlaciona con el acceso a los canales digitales, debido a mayor conocimiento, manejo, control de sus finanzas personales los clientes tienen la facultad de realizar también sus operaciones bancarias mediante el recurso digital. Este resultado al ser contrastado con Infantes (2017) en su trabajo de investigación entre la relación de la educación financiera y gestión de riesgo obteniendo una correlación de 0.339 lo que muestra una correlación positiva débil entre sus variables. Encontramos un referente a la variable acceso a los canales digitales, con la misma situación en el trabajo de investigación de Pérez (2018) en su tesis de maestría sobre marketing digital y comercio electrónico con un Rho de Spearman de 0.335 obteniendo una correlación positiva débil entre una adecuada aplicación de estrategias de comunicación si se lograra, la adopción de servicios de banca por internet. Esto quiere decir ambos autores determinaron la relación, con los datos encontrados se afirma que la educación financiera tiene relación moderada con el acceso a los canales digitales, la diferencia de la proporción de los resultados se debe principalmente al tamaño de la muestra mientras que los autores tienen 180-17 en el presente trabajo se aplicó a un total de 385 clientes lo que nos manifiesta mayor confiabilidad de los resultados.

Por consiguiente, el objetivo específico 1, determinar la relación entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020, lo mostrado en la tabla 16 manifiesta que existe una relación positiva media entre ambas variables de estudio (Rho de Spearman fue de 0.672). Entonces se puede afirmar que el conocimiento financiero es determinante para el uso de los canales digitales debido a que entre mayor conocimiento habrá menor temor al uso de la banca digital. Con dichos resultados son comparados con Montoya y toala (2016) en su trabajo de investigación que

relaciono medición de la inclusión financiera digital en las parroquias rurales de la ciudad de Guayaquil con un alfa de Cronbach de 0.731 donde sus resultados mostraron que la dimensión de personas que usan banca electrónica tiene una relación importante con el grado de escolaridad con un Rho de Spearman de 0.153. también de acuerdo con Dewi & Barlian, (2020) donde analizo la variable conocimiento financiero encuestado a 535 estudiantes encontrando la correlacion positiva considerable con Rho de spearman de 0.804. Esto quiere decir que los autores Montoya y toala determinaron una relación, pero débil a pesar de que utilizaron una muestra de 462 personas mientras que Dewi & Barlian coincidieron de resultados, con los datos obtenidos se afirma que el conocimiento financiero se relaciona significativamente con el acceso a los canales digitales.

Según el objetivo específico 2, determinar la relación entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020, de acuerdo con lo presentado en la tabla 17 manifiesta que existe una relación positiva media entre ambas variables de estudio (Rho de Spearman fue de 0.650). En otras palabras, si un cliente tiene una estabilidad financiera hay más probabilidad de que si acceda a realizar operaciones bancarias mediante los canales digitales. Con los resultados encontrados se compara con, el autor Meneses (2018) en su investigación sobre la educación financiera y nivel de endeudamiento tuvo como resultado una correlación de Rho de Spearman con un valor de 0.873 lo que determina una relación fuerte entre la dimensión educación financiera y capacidad de endeudamiento. De acuerdo a lo fundamentado por Murillo Herrera & Rojas Coronado , (2019) en su tesis que analizo la incidencia de las herramientas de gestión y la sustentabilidad financiera, con un Rho de Spearman de 0.462 siendo una relación moderada según la interpretación de correlación de Guilford 1956, de acuerdo con nuestra comparación tuvo una relación positiva débil. La diferencia de resultado se debe principalmente a la muestra analizada mientras que se utilizó 385 para el presente trabajo, los autores Murillo y Rojas utilizaron a 26 trabajadores. Con los datos encontrados se afirma que la estabilidad financiera tiene relación considerable con el acceso a los canales digitales.

En base con el objetivo específico 3, determinar la relación entre la toma de decisiones y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020, el resultado obtenido en la tabla 18 manifiesta que existe una relación positiva media entre ambas variables de estudio (Rho de

Spearman fue de 0.699). Lo que nos indica que entre mayor capacidad para analizar una decisión es más probable que el cliente aproveche, se adapte, se arriesgue a utilizar los canales digitales. Datos que al ser comparados con el trabajo Arteaga & Choquehuanca, (2017) los factores perceptuales y su relación con la utilización de los servicios de banca móvil, con un coeficiente de Pearson 0.787 es una correlación positiva fuerte. Coincidentemente con los datos encontrados se afirma que la toma de decisiones tiene relación considerable con el acceso a los canales digitales.

VI.- CONCLUSIONES

En la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera. Se tuvo como objetivo general que existe relación entre la educación financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020. Dado el coeficiente de correlación 0.745 que se interpreta como una correlación positiva considerable entre ambas variables de estudio. Por lo tanto, se concluye que la relación es directa, entonces a mayor nivel la educación financiera existirá un mayor acceso a los canales digitales.

Segunda. Por otro lado, la primera el objetivo específico indica que existe entre el conocimiento financiero y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020. El coeficiente de correlación 0.672 es de manifiesta que existe una relación positiva media entre ambas variables de estudio. Por lo tanto, se concluye que la relación es directa entonces a mayor conocimiento financiero, mayor acceso a los canales digitales.

Tercera. Además, el segundo objetivo específico nos indica que existe entre la estabilidad financiera y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020. El coeficiente de correlación 0.650 es de manifiesta que existe una relación positiva media entre ambas variables de estudio. Por lo tanto, se concluye que la relación es directa entonces a mayor estabilidad financiera, mayor acceso a los canales digitales

Cuarta. Por último, el tercer objetivo específico nos indica que existe entre la toma de decisiones y el acceso a los canales digitales en los clientes de la agencia del BCP La Fontana La Molina 2020. El coeficiente de correlación 0.699 es de manifiesta que existe una relación positiva media entre ambas variables de estudio. Por lo tanto, se concluye que la relación es directa entonces a mayor capacidad de toma de decisiones, mayor acceso a los canales digitales.

VII.- RECOMENDACIONES

Primera. Se sugiere implementar un cuestionario sobre conocimientos básicos de finanzas personales, sencillo pero preciso al momento de apertura de una cuenta bancaria para calificar el grado de educación financiera del cliente, con el objetivo de enviar correos sobre la información que necesita saber para un buen manejo y provecho del producto adquirido de acuerdo a la su calificación.

Segunda. Se sugiere implementar inteligencia artificial en los aplicativos móviles con el fin de brindar mayor facilidad de su uso, como dar a conocer los comportamientos financieros que tenga la capacidad de indicar el desbalance de ingresos y gastos, que brinde consejos como porque canales evitas mayor comisión al momento de una operación bancaria, que ayude a la tome de decisiones, que sea interactiva como un chat Bot, que indique las medidas de seguridad, que tenga la capacidad de responder dudas del cliente, sería de gran provecho para los clientes, mayor inclusión a los canales digitales, mayor satisfacción, combinación de aprendizaje de finanzas y migración a la banca digital.

Tercera. Se sugiere crear herramientas innovadoras y dinámicas en el portal VIABCP como juegos interactivos y cursos sobre temas de finanzas personales (conocimiento, control, bienestar, estrés financiero, emprendimiento) incentivándolos con certificados y premios, con el objetivo de lograr una buena salud financiera, un buen control de gastos e ingresos, entre otros aspectos importantes de la vida diaria.

Cuarta. Se sugiere dar a conocer casos de la rutina diaria exitosas, mediante spot publicitarios para llegar a clientes y futuros clientes, con mensajes cortos pero precisos de la importancia de la toma de decisiones en aspectos financieros que demuestren la disposición al cambio y a los beneficios que conlleva el uso de la tecnología bancaria.

REFERENCIAS

- Arteaga, V., & Choquehuanca, N. (2017). *Los factores perceptuales y su relación con la utilización*. Arequipa- Peru: universidad nacional de san agustín de arequipa.
- Ávila, G. J. (2017). Los instrumentos y técnicas como cuestiones indisolubles en. *Margen*, 1-10.
- Boitan, I. A. (2019). Exploratory Analysis of European Retail Banking Customers' Preferences in Using Financial Services. *International Journal of Applied Research in Management and Economics*, 2(3), 1-6. Obtenido de <https://dpublication.com/journal/IJARME/article/view/266/237>
- Coca, M. (15 de 05 de 2020). *BBVA*. Obtenido de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria: <https://www.bbva.com/es/la-educacion-financiera-perspectivas-desde-la-crisis-de-la-covid-19/>
- Cognizant. (August de 2014). For Effective Digital Banking Channels, Put Customers First (PART II OF III). *Cognizant*, 7.
- Consolidated Credit. (1 de abril de 2020). *Consolidated Credit*. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de Consolidated Credit: <https://www.consolidatedcredit.org/es/quienes-somos/que-es-la-educacion-financiera/>
- Contreras, M. (17 de 03 de 2015). *Educapuntes*. Obtenido de Educapuntes: <http://educapuntes.blogspot.com/2015/03/validez-y-confiabilidad-ejemplos.html>
- Dewi, V. I., & Barlian, I. (2020). LA RELACIÓN ENTRE LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA Y EL. *Frontiers Journal of Accounting and Business Research*, 27-31.
- Domazet , I., Slađana, N., & Vladimir, S. (2019). Ivana, D., NeogZnaèaj društvenih mreža kao digitalnih kanala komunikacije u srpskim bankama. *Marketing*, 289–297.
- Ferguson, J. (17 de april de 2020). *Consumers Seek Financial Education During Coronavirus Uncertainty*. Obtenido de Comscore:

<https://www.comscore.com/Insights/Blog/Consumers-Seek-Financial-Education-During-Coronavirus-Uncertainty>

Frías, D. (2019). Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*, 1-13.

Gonzales, A. K. (2017). “*El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú.*”. Lima-Perú: Universidad san Ignacio de Loyola. Obtenido de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3581>

Gonzales, M. (2 de mayo de 2020). Todo lo que puedes hacer desde tu Banca Movil BCP. (E. Torres, Entrevistador)

Hernandez. (27 de marzo de 2017). La toma de decisiones financieras. *ESAN Graduate School of Business*. Recuperado el 13 de mayo de 2020, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/la-toma-de-decisiones-financieras>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6 ed.). México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf&ved=2ahUKEwjS5ZKUxY7qAhVgK7kGHf4hDS4QFjAAegQIAhAB&usq=AOvVaw0S6BhGROt3pwwqwcYBTJ1Q>

Infantes Leandro, J. G. (2017). *La educación financiera y la gestión de riesgo crediticio en la financiera Crediscotia S.A Puente pedra 2017*. Lima: Universidad César Vallejo .

Jervis, T. M. (12 de diciembre de 2019). Investigación correlacional: características, tipos y ejemplos. Recuperado el 13 de mayo de 2020, de <https://www.lifeder.com/investigacion-correlacional/>

Jimenez, S. (26 de marzo de 2019). *Marketing público digital: los canales*. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de Marketing público digital: los canales: <https://analiticapublica.es/canales-digitales-y-organizaciones-publicas/>

- Khidhir, A. (17 de May de 2020). *Will COVID-19 reshape digital banking?*
Obtenido de Finextra: <https://www.finextra.com/blogposting/18766/will-covid-19-reshape-digital-banking>
- La Republica. (29 de Noviembre de 2019). *Solo un 24% de peruanos poseen un buen nivel de educación financiera*. Obtenido de La Republica: <https://larepublica.pe/economia/2019/11/29/solo-un-24-de-peruanos-poseen-un-buen-nivel-de-educacion-financiera/>
- Lührmann, M., Garcia, M., & Winter, J. (Agosto de 2018). The Impact of Financial Education on Adolescents' Intertemporal Choices. *American Economic Journal: Economic Policy*, 10(3), 309–332. Obtenido de Melanie Lührmann, Marta Serra-Garcia, and Joachim Winter. (August 2018). The Impact of Financial Education on Adolescents' Intertemporal Choices. *American Economic Journal: Economic Policy* , 10 (3), 309–332. 04/05/2020, De EBSCO Base de datos.
- Mahabat. (2018). Beginners' Guide for Applied Research. *University of Central Asia*(4), 1-46.
- Manterola, C., & Otzen, T. (2017). Tecnicas de muestreo sobre una poblacion a estudio. *scielo*, 35(1), 227-232.
- Manterola, C., Grande, L., Otzen, T., García, N., Salazar, P., & Quiroz, G. (2018). Confiabilidad, precisión o reproducibilidad. *Rev Chilena Infectol*, 35(6), 680-688.
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 36-49.
doi:10.1016/j.rmclc.2018.11.005
- Meneses Jiménez, J. Á. (2018). *Educación financiera y nivel de endeudamiento de los colaboradores de la universidad autonoma de ica, 2018*. Ica: Universidad Autónoma de Ica.
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. *Universitat Oberta de Catalunya*, 9-10.
- Miranda, M. G., Villasís, M. Á., & Arias, J. (abril-junio de 2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.

- Montoya Magallanes, K. D., & Toala Grijalva, P. K. (2016). *Medición de la inclusión financiera digital en las parroquias*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Mousalli, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Mérida:: Creative Commons. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa
- Murillo Herrera , H. V., & Rojas Coronado , K. C. (2019). Evaluación de las herramientas de gestión y su incidencia en la sostenibilidad financiera del grupo económico soluciones S.A. *UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES*, 31-32.
- O'Neil, B., & Xiao, J. (6 de November de 2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 40, 712-721.
- Pacheco, J. (15 de octubre de 2019). *web y empresas*. Obtenido de web y empresas: <https://www.webyempresas.com/variable-cualitativa/>
- Pérez Morejón, C. G. (2018). *Estrategias de comunicación para la adopción de servicios de banca por internet en el sector financiero de la provincia Tungurahua*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato .
- Ponto, J. (Mar-Apr de 2015). Understanding and Evaluating Survey Research. *Journal of the advanced practitioner in oncology*, 6(2), 168–171.
- Roa, M. J. (03 de April de 2020). *Financial literacy to curb inequality from coronavirus*. (BBVA, Editor) Obtenido de Financial Education: <https://www.bbva.com/en/financial-literacy-to-curb-inequality-from-coronavirus/>
- Robb, C. A. (2014). The Personal Financial Knowledge Conundrum. *Revista Journal of Financial Service Professionals, America.*, 69-72.
- Silva, D. (23 de July de 2019). *10 Steps to Reach Financial Stability*. Obtenido de Smartasset: <https://smartasset.com/retirement/10-steps-to-reach-financial-stability>
- Sulistiyani, N. (2019). Error analysis in solving inferential statistics. *Journal of Physics: Conference Series*(1180), 2. doi:10.1088/1742-6596/1180/1/012006

- Tanner, R. (7 de April de 2020). *Organizational Change: 8 Reasons Why People Resist Change*. Obtenido de Management is a Journey®:
<https://managementisajourney.com/organizational-change-8-reasons-why-people-resist-change/>
- Tocto, S. M., & Pisco, S. S. (2016). *"Evaluación del marketing digital y su relación con el posicionamiento de las empresas de banca múltiple del Distrito de Tarapoto del año 2014"*. Tarapoto: Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.
- UTEC, E. y. (2019). *La transformación digital en el Perú*. Lima: Everist.
- Will, K. (19 de March de 2020). *Population Definition*. Obtenido de Investopedia:
<https://www.investopedia.com/terms/p/population.asp>
- Yuh, Y., & Tae Kim, K. (septiembre de 2018). Financial Knowledge and Household Saving: Evidence from the Survey of Consumer Finances. *Family and consumer sciences research journal*, 47(1), 5-24.
- Zaldivar, M. (11-12 de Diciembre de 2017). *Situación de la Educación Financiera*. (M. Zaldivar, Intérprete) Second Regional Seminar, Rio de Janeiro, Brasilia, Brasil.

ANEXOS
ANEXO 1 Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
EDUCACION FINANCIERA	La revista web Consolidated Credit (2020) nos manifestó que la Educación financiera es la capacidad de entender los conceptos básicos para poder aplicarlos en la toma de decisiones diarias. Donde nos resalta las ocho áreas básicas para la comprensión financiera: el presupuesto, el ahorro, necesidades básicas de gestión, la banca, la gestión de costos del cuidado de la salud, la gestión de la deuda, la gestión del crédito y la planificación para la jubilación.	Las mediciones de las correspondientes variables serán desarrolladas con encuestas por lo tanto se hará uso del instrumento el cuestionario de acuerdo con la escala de Likert (Definitivamente si- Definitivamente no) este elemento estará conformado por 19 ítems, con el fin de dirigirlo a los clientes de la agencia BCP de la Fontana, la Molina.	CONOCIMIENTO FINANCIERO	PRESUPUESTO	1-3	ORDINAL
				EL AHORRO	4-5	
				NECESIDADES BASICAS DE GESTIÓN	6	
				LA BANCA	7-8	
			ESTABILIDAD FINANCIERA	LA GESTIÓN DE COSTOS DEL CUIDADO DE LA SALUD	9	
				GESTIÓN DE LA DEUDA	10-11	
				GESTIÓN DEL CREDITO	12-13	
			TOMA DE DECISIONES	DECISIONES DE INVERSIÓN	14-15	
				DECISIONES DE FINANCIAMIENTO	16-17	
				PLANIFICACIÓN PARA LA JUBILACIÓN	18-19	
ACCESO A LOS CANALES DIGITALES	Jiménez, considera que son canales a través de las redes de información que proporciona establecer comunicación con las personas la cual se diferencia por sus mecanismos y métodos. (2019, marzo 26). Marketing público digital: los canales.	Las mediciones de las correspondientes variables serán desarrolladas con encuestas por lo tanto se hará uso del instrumento el cuestionario de acuerdo con la escala de Likert (Definitivamente si- Definitivamente no) este elemento estará conformado por 19 ítems, con el fin de dirigirlo a los clientes de la agencia BCP de la Fontana, la Molina.	CONOCIMIENTO DE LOS CANALES DIGITALES	BANCA POR INTERNET	20-21	ORDINAL
				BANCA MOVIL	22-23	
				YAPE	24-25	
			RESISTENCIA AL CAMBIO	FACTORES CULTURALES	26	
				ACTITUD	27	
				CONOCIMIENTO	28	
				SEGURIDAD	29	
			RIESGOS PERCIBIDOS	ADECUADO CONOCIMIENTO	30-33	
				PROTECCION DE DATOS	34-35	
				RIESGO DE SEGURIDAD	36	
RIESGO DE FUNCIONALIDAD	37-38					

ANEXO 2 cuestionario

Educación Financiera y acceso a los canales digitales de los clientes del BCP

Se tiene como propósito recabar información para la realización de un trabajo

LEYENDA

1 = Definitivamente no, 2 = No, 3 = Sí, 4 = Definitivamente sí

CONOCIMIENTO FINANCIERO

¿Cree usted conocer la clasificación de sus ingresos y sus gastos mensuales?

1 2 3 4

¿Considera usted tener un presupuesto entre sus ingresos y su gasto?

1 2 3 4

¿Cree usted reconocer sus gastos hormiga?

1 2 3 4

¿Considera usted que ahorra de su ingreso mensual?

1 2 3 4

Definitivamente sí

¿Considera usted que tiene un fondo de emergencia?

Definitivamente no Definitivamente sí

1 2 3 4

Definitivamente sí

TOMA DE DECISIONES

¿Considera usted adecuado analizar los riesgos antes de invertir en un producto?

1 2 3 4

¿Considera usted tener la capacidad de invertir a largo plazo?

1 2 3 4

¿Considera usted que utiliza con frecuencia los créditos financieros?

¿Considera usted adecuado comparar las tasas de interés antes de adquirir un préstamo?

1 2 3 4

¿Considera usted importante la adherencia de un logo para su fidelización?

1 2 3 4

¿Considera usted importante verificar sus ganancias de su fondo de jubilación?

1 2 3 4

¿Considera usted que los gastos de sus servicios se ajustan a sus necesidades?

Definitivamente sí

¿Considera usted que conoce las políticas de su cuenta bancaria?

Definitivamente no Definitivamente sí

¿Considera usted que conoce que es la Tasa de Rentabilidad Anual (TREA)?

Definitivamente sí

ESTABILIDAD FINANCIERA

¿Considera usted que planifica los gastos requeridos para el cuidado de su familia?

¿Usted analiza su capacidad de pago antes de adquirir un préstamo?

¿Considera usted que tiene control sobre las deudas que contrae con las entidades financieras?

¿Usted compara y analiza los costos financieros?

1 2 3 4

Definitivamente sí

CONOCIMIENTO DE LOS CANALES DIGITALES

¿Cree usted conveniente que se solicite datos para hacer una operación por la banca por internet?

¿Cree usted conveniente que operaciones de depósito realice por la banca por internet?

1 2 3 4

¿Cree usted conocer los límites en las operaciones de la Banca móvil?

1 2 3 4

¿Cree usted conocer los datos necesarios para realizar una operación por la Banca móvil?

¿Cree usted conocer los accesos que le permite el aplicativo Yape?

1 2 3 4

¿Cree usted conocer los límites de montos por el aplicativo Yape?

1 2 3 4

RESISTENCIA AL CAMBIO

1 2 3 4 5

¿Considera Usted la preferencia de ir a las agencias para realizar su operación?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Considera Usted estar mas expuesto a los fraudes al realizar sus operaciones bancarias por los canales digitales?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Cree usted conocer el manejo de los canales digitales?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Considera Usted que los canales digitales le permiten mayor seguridad ante coyuntura?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

RIESGOS PERCIBIDOS

¿Cree usted conocer que es phishing?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Conoce Usted como opera el smishing?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Conoce usted si existen canales de prevención para evitar el vishing?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Conoce Usted la diferencia de los mensajes de la entidad bancaria con los mensajes que no lo son?

¿Conoce Usted los métodos para mantener segura sus cuentas bancarias?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Conoce usted que datos el banco nunca le pedirá por estos medios?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Considera Usted que no expone al peligro su privacidad por el uso indebido de mi información personal?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Considera usted que hay mayor seguridad al realizar mis operaciones en ventanilla? *

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

¿Usted suele almacenar sus claves e información en su celular?

1 2 3 4 5

Definitivamente no Definitivamente si

Enviar

ANEXO 3 validación de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. ARAMBURU GENG CARLOS _____
- I.2. Cargo el institución donde labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO _____
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACIÓN _____
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario _____
- I.5. Autor del instrumento: Drina Robles Mendoza _____

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					86
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					86
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					86
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					86
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					86
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					86
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					86
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					86
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					86
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					86
PROMEDIO DE VALORACIÓN						86

ÍTEMES DE LA PRIMERA VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			

08	✓			
----	---	--	--	--

09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	I ✓			
14	II ✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

PROMEDIO DEVALORACIÓN:

8

Ate, 24 de setiembre del 2020



.....
Firma de experto informante
DNI N° 44075484
.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. ARAMBURU GENG CARLOS _____
- I.2. Cargo e Institución donde labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO _____
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACIÓN _____
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario _____
- I.5. Autor del instrumento: Drina Robles Mendoza _____

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					84
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					84
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					84
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					84
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					84
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					84
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					84
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					84
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					84
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					84
PROMEDIO DE VALORACIÓN						84

ÍTEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			

10	✓			
----	---	--	--	--

11	✓			
12	✓			

13	i	✓			
14	ii	✓			
15		✓			
16		✓			
17		✓			
18		✓			
19		✓			
20		✓			

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE _____

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

8

Ate, 24 de setiembre del 2020



Firma de experto informante
DNI N° 44075484

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. CERVANTES RAMÓN EDGARD FRANCISCO _____
- I.2. Cargo en la institución donde labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO _____
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN _____
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario _____
- I.5. Autor del instrumento: Drina Robles Mendoza _____

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ÍTEM DE LA PRIMERA VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			

10	✓			
----	---	--	--	--

11	✓			
12	✓			

13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

PROMEDIO DEVALORACION:

8

Ate, 24 de setiembre del 2020



Firma de experto informante

.....
DNI N° 06614765
.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. CERVANTES RAMÓN EDGARDFRANCISCO _____
- I.2. Cargo e Institución donde labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO _____
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN _____
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario _____
- I.5. Autor del instrumento: Drina Robles Mendoza _____

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					86
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					86
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					86
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					86
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					86
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					86
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					86
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					86
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					86
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					86
PROMEDIO DE VALORACIÓN						86

ÍTEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			

10	✓			
----	---	--	--	--

11	✓			
12	✓			

13		✓			
14		✓			
15		✓			
16		✓			
17		✓			
18		✓			
19		✓			
20		✓			

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

PROMEDIO DEVALORACIÓN:

8

Ate, 24 de setiembre del
2020



Firma de experto informante
DNI N° 06614765

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. NAVARRO TAPIA JAVIER FELIX
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial-UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: ROBLES MENDOZA DRINA

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ÍTEM DE LA PRIMERA VARIABLE: CULTURA FINANCIERA

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			

08	✓			
----	---	--	--	--

09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	✓	✓		
14	✓	✓		
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

PROMEDIO DEVALORACIÓN:

85%

Ate, 24 de setiembre del 2020

Firma de experto informante
DNI N° 08814139

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. NAVARRO TAPIAJAVIERFELIX
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: ROBLES MENDOZA DRINA

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ÍTEM DE LA SEGUNDA VARIABLE: ACCESO AL CREDITO

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			

09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACIÓN:

85

Ate, 24 de setiembre del 2020

Firma de experto informante DNI N° 08814139

ANEXO 4 data de base de datos

Variable		EDUCACIÓN FINANCIERA																					
Dimensiones		CONOCIMIENTO FINANCIERO						ESTABILIDAD FINANCIERA						TOMA DE DECISIONES									
Indicadores		PRESUPUESTO			AHORRO			NECESIDADES BASICAS DE GESTIÓN		LA BANCA		GESTION DE COSTOS DEL CUIDADO DE LA SALUD		GESTION DE DEUDA		GESTION DEL CREDITO		GESTIÓN DE INVERSION		DECISIONES DE FINANCIAMIENTO		PLANIFICACIÓN PARA LA JUBILACIÓN	
Preguntas		¿Cree usted conocer la clasificación de sus ingresos y sus gastos mensuales?	¿Considera usted tener un equilibrio entre sus ingresos y sus gastos?	¿Cree usted reconocer sus gastos hormiga?	¿considera usted que ahorra de su ingreso mensual?	¿Considera usted que tiene un fondo de emergencia?	¿Considera usted que los gastos de sus servicios se ajustan a sus necesidades?	¿Considera usted que conoce las políticas de su cuenta bancaria?	¿Considera usted que conoce la Tasa de rentabilidad efectiva anual (TREA)?	¿Considera usted que planifica los gastos requeridos para el cuidado de su salud?	¿Usted analiza su capacidad de pago antes de adquirir un préstamo?	¿Considera usted que tiene control sobre las deudas que contrago con las entidades financieras?	¿Usted compara y analiza los costos financieros?	¿Considera usted que mantiene un buen historial crediticio?	¿Considera usted analizar los riesgos antes de invertir en un proyecto?	¿Considera usted tener la capacidad de invertir a largo plazo?	¿Considera usted que utiliza con frecuencia los créditos financieros?	¿Considera usted adecuado comparar las tasas de interés antes de adquirir un préstamo?	¿Considera usted importante la aportación de un fondo para su jubilación?	¿Considera usted importante verificar sus ganancias de su fondo de jubilación?			
1	1	2	4	2	2	2	2	1	1	1	3	3	3	3	5	5	1	3	1	1			
2	5	5	5	4	2	4	1	1	3	5	4	3	5	5	2	1	2	5	2	2			
3	2	3	5	3	3	2	3	4	3	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2			
4	2	2	3	2	4	2	3	5	4	5	4	5	5	5	2	1	5	2	2	2			
5	3	4	4	4	1	3	3	4	3	5	4	3	3	2	3	1	5	3	3	3			
6	5	5	5	5	5	5	2	2	3	3	5	5	5	3	2	4	3	3	3	3			
7	2	2	5	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	5			
8	3	2	2	5	5	3	3	1	2	5	4	5	2	5	2	5	5	2	2	2			
9	5	5	5	5	5	2	2	2	3	2	1	2	5	5	3	5	5	5	5	5			
10	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3			
11	5	5	5	5	5	2	3	3	2	2	2	3	3	2	5	2	5	2	2	2			
12	5	5	5	5	2	3	5	5	2	2	1	2	5	5	3	5	5	5	5	5			
13	3	2	4	2	2	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2	4	5	2	2	3			
14	5	2	2	2	2	2	2	5	2	5	3	2	5	5	2	2	5	5	5	5			
15	5	3	1	3	3	3	3	1	1	3	3	3	5	3	3	4	1	4	4	3			
16	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	5	2	2	3	2	5	2	2			
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
18	2	4	1	4	4	1	4	3	5	5	4	5	3	2	1	1	5	5	5	5			
19	2	5	3	2	5	2	2	2	5	5	3	5	2	3	3	3	3	3	3	3			
20	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1	4	1	5	5			
21	2	3	1	3	1	3	5	5	4	2	3	4	5	3	1	1	5	5	5	5			
22	1	1	5	1	1	5	3	1	3	5	4	2	5	5	2	4	5	2	5	5			
23	1	3	2	3	2	2	4	1	2	5	4	5	3	5	2	1	5	5	5	5			
24	3	2	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	2	2	2	2	2	2	5	5			
25	1	3	3	2	2	2	5	3	3	5	4	2	2	2	5	2	2	2	2	2			
26	4	1	1	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	1	4	4	4	3			
27	2	4	2	5	5	4	3	1	5	4	3	4	5	4	3	2	2	4	4	4			
28	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			
29	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4			
30	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4			
31	2	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	3	4	3	5	3	1	3	3			
32	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
33	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4			
34	2	2	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	2	5	1	1	1	1	1	1			

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
35	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3
36	2	2	2	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	4	1	1	3	1	1	1
37	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4
38	3	2	2	1	1	3	3	3	1	2	3	3	3	2	5	1	1	3	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5
40	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
41	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
42	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	5	1	4	4	4	1
43	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5
44	4	5	4	2	5	2	3	4	4	5	5	2	4	5	3	2	4	5	2	4
45	4	3	1	4	5	2	2	3	4	4	3	2	1	3	4	4	1	2	5	3
46	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
47	5	5	3	5	2	4	2	3	4	5	5	5	3	5	4	2	4	4	2	2
48	4	5	2	1	1	3	4	4	4	2	5	5	5	4	4	2	3	5	5	5
49	3	4	5	3	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4
50	3	3	1	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	1	1
51	3	3	3	1	1	3	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5
52	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5	4	5
53	3	4	3	3	4	3	2	2	2	2	4	1	1	2	4	3	3	3	4	3
54	3	4	3	3	4	3	2	2	2	4	1	1	1	2	4	3	3	3	4	3
55	3	3	3	2	3	4	2	1	2	4	4	4	4	4	3	3	2	5	4	3
56	5	5	1	4	4	5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	3	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5
59	4	4	4	4	2	3	2	2	3	4	3	1	4	4	4	3	1	3	4	4
60	3	5	5	3	1	4	2	3	5	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3
61	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	3	1	1	1	3	3	1	1	3	4	5	3	5	5	3	3	5	5	5
63	3	4	1	4	4	3	2	1	4	4	3	3	1	3	4	3	3	3	4	4
64	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	3	2	4	3	4	3	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
67	5	3	3	2	5	4	2	1	4	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	5
68	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3
69	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	4	3	3	3	4	3
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	5	5	1	5	1	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	3	2	2	2	2	1	1	4	3	3	5	4	3	3	3	2	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5
78	2	3	3	2	3	3	3	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	3	3
79	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
81	3	2	1	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	5	4	2	5	3	3
82	2	2	3	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3
83	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5
85	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	2	4	2	4	4	1	4
86	1	2	1	3	2	1	1	1	2	3	1	2	3	1	3	3	1	1	3	3
87	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
88	3	5	3	5	5	4	3	1	4	5	5	1	5	5	5	1	4	4	4	4
89	3	4	1	3	2	4	3	1	3	4	4	3	4	2	4	2	2	3	3	4
90	5	5	5	5	4	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	3
91	1	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
92	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2
93	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	5	5	5	4	3	5
94	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	5	1	3	3	3	3
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
96	3	3	4	3	4	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
97	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	5	5
98	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	3	1	2	4	1	3	3	2
99	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
100	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	5	4	5	2	5	4	2	5	2	3
101	3	3	3	1	2	3	3	1	5	3	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4
103	1	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3
104	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
105	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	1	4	4	4	1	1
106	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
107	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
108	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5
109	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
111	5	4	1	3	2	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4
112	1	2	1	1	1	1	1	1	1	5	4	4	3	5	5	2	1	5	1	5
113	5	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3
114	3	3	4	2	1	3	1	1	1	5	3	4	4	4	5	1	5	3	3	3
115	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	2	4	5	5	5
116	4	4	3	2	2	1	4	1	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2
117	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3
118	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
119	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	5	3	5	3	2	3	3	2	4	5	4	5	5	5	4	1	5	4	4	4
121	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
123	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4
124	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2
125	3	3	1	2	1	3	1	1	1	4	2	4	2	4	4	2	1	4	4	3
126	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4
127	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5
128	4	3	3	4	4	5	2	2	2	4	4	4	5	4	5	4	4	1	5	4
129	4	5	3	4	4	4	1	1	2	4	2	4	5	4	4	1	2	3	4	4
130	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
131	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4
132	2	4	1	4	4	4	4	3	1	3	5	4	3	4	4	4	1	3	4	3
133	4	3	5	4	2	4	3	1	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4
134	3	4	2	4	5	4	4	3	5	4	3	3	4	5	4	2	5	5	4	4
135	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
136	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4
137	2	4	4	5	3	3	2	2	4	5	3	5	4	5	5	3	2	4	4	4
138	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
139	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	1	5	1	3	3	3	3
140	2	2	2	2	4	3	1	1	1	5	5	5	3	5	1	5	4	2	2	2
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
142	3	4	4	5	5	4	3	1	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4
143	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	5	5
144	3	3	1	2	2	3	2	1	3	3	3	3	1	5	5	1	1	4	4	4
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
146	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	1	1
147	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
148	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	2	5	1	4	5	4	4
150	1	5	1	4	2	3	1	2	2	5	2	2	5	5	3	1	3	5	5	
151	4	3	4	2	4	3	1	4	4	1	4	5	5	1	4	4	5	5	5	
152	5	3	2	1	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	
153	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	
154	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	1	3
155	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	4	4	4	2	5	1	4	4	2	2
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	5	1	4	5	5	5
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	5	3	4	2	4	5	4	4
159	3	3	4	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1	4	3	2	2
160	5	5	5	5	3	3	4	1	5	5	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3
161	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	3	1	3	1	4	3	3	4
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
163	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	3	3	3	3
164	5	4	4	3	3	1	2	2	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4
167	5	3	4	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	5	5	1	3	4	5	5
168	2	2	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3
169	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	4	1	4	3	2	3
170	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5	3	2	5	5	5	5
171	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	5	4	5	1	5	4	4	5
172	5	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	3	2	5	5	5	5
173	5	4	1	4	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
174	3	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
175	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
176	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
177	1	1	1	4	5	1	1	1	4	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	4
178	1	3	2	4	1	3	1	2	1	4	2	1	4	3	4	5	4	3	4	4
179	3	3	2	1	2	3	4	3	4	5	4	5	5	4	5	1	5	5	5	5
180	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
181	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
182	1	1	1	4	5	1	1	1	1	4	5	1	4	3	4	1	1	4	5	5
183	5	3	3	1	1	2	2	2	2	5	1	2	3	5	5	1	1	5	5	5
184	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
185	4	3	3	1	1	4	1	1	3	5	3	5	3	5	5	1	5	5	5	5
186	4	3	3	2	2	2	5	2	2	4	5	2	5	4	5	1	4	5	3	3
187	4	4	2	4	2	4	2	4	3	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	4
188	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3
189	3	4	1	3	1	5	1	2	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5
190	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5	2	5	5	5	5
191	4	4	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4
192	4	4	3	2	2	3	3	3	2	4	5	4	2	4	1	4	4	2	2	2
193	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	4	4	2	2
194	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	5	4	4	4
195	3	3	4	1	1	2	3	3	2	2	2	1	2	1	4	1	1	4	3	3
196	5	2	5	1	1	3	4	4	2	4	5	4	4	5	1	4	5	5	5	5
197	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	1	1	4	3	3	3
198	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	5	1	2	1	2	2	2
199	5	2	5	1	1	1	2	1	2	5	5	5	5	5	1	1	5	4	5	5
200	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
201	2	4	1	3	2	4	2	2	3	4	5	2	4	4	4	2	4	2	4	4
202	5	2	4	2	2	2	5	5	5	3	4	3	3	1	5	5	3	5	5	5
203	1	1	1	4	2	4	5	5	3	1	1	3	1	1	2	5	2	1	2	2
204	2	3	1	3	3	2	3	4	3	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2
205	2	2	3	2	4	2	3	1	4	1	1	1	1	1	2	5	1	2	2	2

B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
206	3	4	4	4	5	3	3	4	3	1	2	3	3	2	3	5	1	3	3
207	1	1	1	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1	2	2	4	3	3	3
208	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	4	1	1	1
209	3	2	2	1	1	3	3	5	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
210	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1
211	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3
212	1	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	5	2	1	2	2
213	1	1	1	1	2	3	1	1	2	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1
214	3	2	4	2	2	3	4	4	2	3	1	3	2	2	2	4	1	2	3
215	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
216	1	3	5	3	3	3	3	5	5	3	2	3	1	3	3	4	5	4	3
217	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2
218	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
219	2	4	5	4	4	5	4	3	5	1	3	1	3	3	3	5	1	1	1
220	2	1	3	2	1	2	2	2	1	1	3	1	2	3	3	3	3	3	3
221	1	1	5	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	5	1
222	2	3	5	3	5	3	1	1	4	2	2	4	1	3	5	5	1	1	1
223	1	5	1	5	5	1	3	5	3	1	2	2	1	1	2	4	1	2	1
224	1	3	2	3	2	2	4	5	2	1	1	1	3	1	2	5	1	1	1
225	3	2	1	1	1	3	3	4	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1	1
226	1	3	3	2	2	2	1	3	3	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2
227	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4
228	2	2	2	1	1	1	2	2	1	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2
229	3	3	1	2	1	3	1	1	1	4	4	2	4	4	2	1	4	4	3
230	4	3	4	3	4	3	4	4	3	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4
231	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5
232	4	3	3	4	5	2	2	2	4	4	5	4	5	4	4	1	5	5	4
233	4	5	3	4	4	4	1	1	2	4	2	4	5	4	4	1	2	3	4
234	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
235	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4
236	2	4	1	4	4	4	3	1	3	5	4	3	4	4	4	1	3	4	3
237	4	3	5	4	2	4	3	1	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4
238	3	4	2	4	5	4	4	3	5	4	3	3	4	5	4	2	5	5	4
239	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
240	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4
241	2	4	4	5	3	3	2	2	4	5	5	4	5	5	3	2	4	4	4
242	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
243	3	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	4	1	5	1	3	3	3	3
244	2	2	2	2	4	3	1	1	1	5	5	5	3	5	1	5	4	2	2
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
246	3	4	4	5	5	4	3	1	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4
247	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	5	5
248	3	3	1	2	2	3	2	1	3	3	3	1	5	5	1	1	4	4	4
249	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5
250	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	1	1
251	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
252	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1
253	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	2	4	5	1	4	5	4
254	1	5	1	4	2	3	1	2	2	5	2	2	5	5	3	1	3	5	5
255	4	3	4	2	4	3	1	4	4	1	4	5	5	5	1	4	4	5	5
256	5	3	2	1	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4
257	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4
258	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	1	3
259	2	2	2	1	1	1	2	1	2	4	4	4	2	5	1	4	4	2	2
260	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	5	1	4	5	5	5
261	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
262	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	5	3	4	2	4	5	4	4

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
263	3	3	4	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1	4	3	2	2
264	5	5	5	5	3	3	4	1	5	5	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3
265	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	3	1	3	1	4	3	3	4
266	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
267	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	3	3	3
268	5	4	4	3	3	1	2	2	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3
269	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
270	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4
271	5	3	4	1	1	3	1	1	3	3	3	3	5	5	1	3	4	5	5	5
272	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3
273	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	1	4	3	2	3
274	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5	3	2	5	5	5	5
275	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	4	5	1	5	4	5
276	5	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	2	5	5	5	5
277	5	4	1	4	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
278	3	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
280	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
281	1	1	1	4	5	1	1	4	4	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	4
282	1	3	2	4	1	3	1	2	1	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4
283	3	3	2	1	2	3	4	3	4	5	4	5	5	4	5	1	5	5	5	5
284	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
285	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
286	1	1	1	4	5	1	1	1	1	4	5	1	4	3	4	1	1	4	4	5
287	5	3	3	1	1	2	2	2	2	5	1	2	3	5	5	1	1	5	5	5
288	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
289	4	3	3	1	1	4	1	1	3	5	5	3	5	5	5	1	5	5	5	5
290	4	3	3	2	2	2	5	2	2	4	5	2	5	4	5	1	4	5	4	3
291	4	4	2	4	2	4	2	4	3	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	4
292	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
293	3	4	1	3	1	5	1	2	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5
294	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	5	2	5	5	5	5
295	4	4	2	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	4	1	4	4	4	4	4
296	4	4	3	2	2	3	3	3	2	4	4	4	2	4	1	4	4	4	2	2
297	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	5	2	1	3	1	4	4	4	2	2
298	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	4
299	3	3	4	1	1	2	3	3	2	2	5	2	1	4	1	1	4	3	3	3
300	5	2	5	1	1	3	4	4	2	4	5	4	4	5	1	4	5	5	5	5
301	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	5	3	3	4	1	1	4	3	3	3
302	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	5	1	2	1	2	2	2
303	5	2	5	1	1	1	2	1	2	5	5	5	5	5	1	1	5	4	5	5
304	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
305	2	4	1	3	2	4	2	2	3	4	1	2	4	4	4	2	4	2	4	4
306	5	2	4	2	2	2	5	5	3	1	3	3	1	5	3	5	3	5	5	5
307	1	1	1	4	2	4	5	5	3	1	1	3	1	2	5	2	1	2	1	2
308	2	3	1	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2
309	2	2	3	2	4	2	3	1	4	1	1	1	1	1	2	5	1	2	2	2
310	3	4	4	4	5	3	3	4	3	1	1	3	3	2	3	5	1	3	3	3
311	1	1	1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	2	2	4	3	3	3	3
312	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	4	1	1	1	1	1
313	3	2	2	1	1	3	3	5	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2
314	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1
315	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3
316	1	1	1	1	1	2	3	3	2	2	1	3	3	2	5	2	1	2	2	2
317	1	1	1	1	2	3	1	1	2	2	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1
318	3	2	4	2	2	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2	4	1	2	3	3
319	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1

320	1	3	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	1	3	1	3	3	3	4	5	4	3
321	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	1	2
322	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
323	2	4	5	4	4	5	4	3	5	1	3	1	3	2	1	5	1	1	1	1	1	1
324	2	1	3	2	1	2	2	2	1	1	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
325	1	1	5	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	5	1	1
326	2	3	5	3	5	3	1	1	4	2	2	4	1	3	5	5	5	1	1	1	1	1
327	1	5	1	5	5	1	3	5	3	1	2	2	1	1	2	4	1	2	4	1	2	1
328	1	3	2	3	2	2	4	3	5	2	1	3	1	3	1	2	5	1	1	1	1	1
329	3	2	1	1	1	3	3	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
330	1	3	3	2	2	2	1	3	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
331	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
332	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
333	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4
334	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	4	4	2	4	1	4	4	4	4	2	2	2
335	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	4	4	4	2	2	2	2
336	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4
337	3	3	4	1	1	2	3	3	3	2	2	2	1	4	1	1	4	3	3	3	3	3
338	5	2	5	1	1	3	4	4	4	2	4	4	4	5	1	4	5	5	5	5	5	5
339	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	4	3	3	3	3	3
340	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	5	1	2	1	2	1	2	2
341	5	2	5	1	1	1	2	1	1	2	5	5	5	5	1	1	5	4	5	5	5	5
342	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
343	2	4	1	3	2	4	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	4
344	5	2	4	2	2	2	5	5	5	5	3	3	3	1	5	5	3	5	3	5	5	5
345	1	1	1	4	2	4	5	5	5	3	1	3	1	2	1	2	5	2	1	2	2	2
346	2	3	1	3	3	2	3	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
347	2	2	3	2	4	2	3	1	1	4	1	1	1	1	1	2	5	1	1	2	2	2
348	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	1	3	3	2	3	5	1	3	3	3	3	3
349	1	1	1	1	1	2	2	3	3	3	1	1	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3
350	2	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	1	1	1	1	1	1
351	3	2	2	1	1	3	3	5	5	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2
352	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1
353	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
354	1	1	1	1	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	1	2	1	2	2	2
355	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
356	3	2	4	2	2	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	4	1	2	2	3	3	3
357	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
358	1	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	1	3	3	4	5	4	5	4	3	3
359	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2
360	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
361	2	4	5	4	4	5	4	3	3	5	1	1	3	2	1	5	1	1	1	1	1	1
362	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
363	1	1	5	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	5	1	1	1	1
364	2	3	5	3	5	3	1	1	3	4	2	4	1	3	5	5	1	1	1	1	1	1
365	1	5	1	5	5	1	3	5	5	3	1	2	1	1	2	4	1	2	1	2	1	1
366	1	3	2	3	2	2	4	5	5	2	1	1	3	1	2	5	1	1	1	1	1	1
367	3	2	1	1	1	3	2	4	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
368	1	3	3	2	2	2	1	3	3	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
369	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3
370	4	3	3	4	1	3	1	1	2	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5
371	4	4	3	4	3	2	2	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
372	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5
373	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
374	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
375	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
376	2	2	3	1	1	3	1	1	2	3	3	3	1	5	1	3	3	3	3	3	3	3

377	5	5	2	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	3	2	4	5	4
378	4	3	2	1	1	3	2	3	2	3	3	3	4	4	1	2	4	3	3
379	2	2	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
380	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5
381	2	2	5	2	2	3	2	2	1	2	4	4	4	4	2	4	5	5	5
382	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3
383	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
384	4	4	2	4	3	2	1	2	4	5	2	4	3	4	4	1	5	3	5
385	2	3	5	3	4	4	2	1	1	5	4	4	4	5	5	1	5	5	5

Variable	ACCESO A LOS CANALES DIGITALES																		
Dimensiones	CONOCIMIENTO DE LOS CANALES DIGITALES							RESISTENCIA AL CAMBIO				RIESGOS PERCIBIDOS							
Indicadores	BANCA POR INTERNET		BANCA MOVIL		YAPE			FACTORES CULTURA	ACTITUD	CONOCIMIENTO	SEGURIDAD	ADECUADO CONOCIMIENTO			PROTECCION DE DATOS		RIESGO DE SEGURIDA	RIESGO DE FUNCIONALIDAD	
Preguntas	¿Cree usted que datos necesita para hacer una operación por la banca por internet?	¿Usted conoce que operaciones se puede realizar por la banca por internet?	¿Cree usted conocer los límites en las operaciones de la Banca móvil?	¿Cree usted conocer los datos necesarios para realizar una operación por la Banca móvil?	¿Cree usted conocer los accesos que le permite este aplicativo Yape?	¿Cree usted conocer los límites de montos por el aplicativo Yape?	¿Considera a Usted la preferencia de ir a las agencias para realizar su operación?	¿Considera Usted estar mas expuesto a los fraudes al realizar sus operaciones bancarias por los canales digitales?	¿Cree usted conocer el manejo de los canales digitales?	¿Considera Usted que los canales digitales le permiten mayor seguridad ante coguntura?	¿Cree usted conocer que es phishing?	¿Conoce usted como opera el smishing?	¿Conoce usted si existen canales de prevención para evitar el vishing?	¿Conoce Usted la diferencia de los mensajes de la entidad bancaria con los mensajes que no lo son?	¿Conoce Usted los métodos para mantener segura sus cuentas bancarias?	¿Conoce usted que datos el banco nunca le pedirá por estos medios?	¿Considera Usted que no espone al peligro su privacidad por el uso indebido de mi información personal?	¿Considera Usted que hay mayor seguridad al realizar mis operaciones en ventanilla?	¿Usted suele almacenar sus claves e información en su celular?
1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	1	
2	1	1	2	2	3	3	2	5	4	3	5	5	5	3	3	2	3	5	3
3	5	3	2	5	5	5	3	2	4	3	5	3	3	5	2	5	3	2	3
4	2	1	4	2	4	4	2	5	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4
5	3	1	3	3	1	1	1	3	4	5	1	1	1	1	1	1	3	3	3
6	2	4	2	2	2	1	1	5	4	3	1	1	1	3	5	5	3	5	2
7	5	4	5	5	5	5	4	4	5	2	5	2	2	5	2	2	4	3	4
8	5	5	2	5	2	4	3	4	2	3	1	1	1	5	2	3	2	3	1
9	2	5	2	2	2	2	5	5	4	2	2	2	2	2	5	2	5	5	1
10	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
11	3	2	3	3	3	3	3	5	2	2	3	3	3	2	2	2	4	5	1
12	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	2	2	2	5	2	5	4	5	4
13	2	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	2	2	3	3	1
14	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	5	2	5	2	2	4
15	4	4	4	1	2	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4
16	5	3	2	5	5	5	4	3	3	2	2	2	5	3	2	2	4	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	1	5	5	5	5	4	3	4	5	1	1	1	1	1	3	1	3	5
19	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3
20	5	1	5	1	5	5	5	5	3	3	1	4	4	4	4	5	5	5	5
21	5	4	2	5	2	5	3	4	4	1	2	5	3	5	5	5	1	4	1
22	2	3	2	2	2	5	4	3	3	2	2	4	4	5	2	5	3	3	5
23	5	5	3	3	4	4	4	4	5	3	1	1	1	4	3	2	3	2	2
24	5	5	2	2	2	2	3	3	5	3	4	4	3	2	2	2	2	3	2
25	3	4	5	2	2	4	2	2	2	3	4	4	4	3	5	2	3	3	3
26	5	5	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	3	4	2	2	3	2	3	3	1	1	2	4	4	5	3	2	1
28	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3
29	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	4	4	3	4	4	4	3	2	1
30	3	3	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	1
31	2	5	5	5	5	3	4	3	5	3	1	1	1	2	1	1	4	5	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	4	4	5	4	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1
34	1	1	1	1	4	4	5	5	2	4	2	2	1	3	3	3	3	5	4
35	4	2	2	2	2	1	2	4	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	2
36	1	1	1	1	4	4	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	4	4
37	4	4	4	4	5	5	2	2	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	1
38	1	1	1	1	1	1	4	4	2	2	1	1	1	1	1	2	3	5	3
39	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	4	5	4	5	4	4	1	3	2
40	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	3	2	5	4
41	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	4	4	3	5	5	5	2	2	1
42	2	1	1	1	2	2	5	5	2	1	1	1	1	1	1	1	4	2	3

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
43	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	1
44	5	5	2	3	5	5	2	3	3	2	5	4	4	3	2	2	5	3	2	2
45	1	3	3	2	2	2	3	3	4	1	3	1	1	1	1	2	2	5	4	2
46	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	2	3
47	5	5	2	5	5	5	5	5	3	4	3	5	3	1	3	3	5	2	3	1
48	5	5	4	4	1	1	1	1	2	4	4	1	1	1	4	4	5	2	4	4
49	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	2	3	2	3
50	3	3	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	5	5	5	1
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5	1
52	3	3	2	2	3	2	1	2	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5	3	1
53	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	1	1	1	1	1	1	4	1
54	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	1	1	1	1	1	1	4	1
55	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	1	1	3	4	4	4	4	2
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	1	1	5	5	3	5	1
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	1	2	1	2	1	1	4	4	5	4	1	1	4	3	4	4	4	3	1
59	4	3	4	4	1	1	1	3	1	4	4	1	1	1	1	4	1	1	3	1
60	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3
62	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	3	1	1	1	3	3	5	4	5	3
63	3	2	4	2	5	5	3	2	2	5	4	1	1	1	3	4	3	5	4	3
64	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	1	1	1	2	2	2	4	2
68	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3
69	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	1
70	1	3	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	1	1	3	3	3	3	3	5	1
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	1
76	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2
77	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1
78	1	1	1	1	1	1	1	5	5	2	4	2	2	1	1	1	1	4	5	4
79	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	4	4	5	4	4	4	2	2	1
80	4	4	4	4	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
81	4	4	4	5	1	1	2	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	3	2	1
82	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	2	5	3
83	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	2	1	1	1	1	3	3	3	5	4
84	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1
85	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4
86	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	4	1	2	1
87	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	2
88	5	3	3	3	5	3	1	1	5	5	5	5	5	3	5	3	5	1	1	5
89	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	3	2	2	2	4
90	3	4	5	5	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1	1	1	1	3	5	1
91	2	2	3	1	1	1	1	3	3	2	4	1	1	1	2	1	2	1	2	4
92	1	2	2	1	2	2	4	5	1	2	2	3	2	2	2	3	3	4	5	4
93	3	2	2	1	1	1	5	4	2	2	2	3	3	2	2	1	3	3	5	4
94	3	2	1	1	1	1	1	5	5	2	1	2	3	3	2	1	3	3	3	5
95	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	1
96	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	2	1
98	4	4	4	3	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	3
99	5	5	4	4	5	4	4	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	2	1

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
100	5	5	3	5	4	3	2	2	5	4	1	1	1	3	5	3	5	3	5	
101	1	1	1	1	5	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	
102	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
103	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	5	
104	3	2	2	1	1	1	5	5	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	
105	1	1	1	1	1	1	5	5	2	1	2	2	1	3	3	3	2	5	4	
106	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	
107	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	
108	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	
109	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	4	4	5	5	5	5	2	4	
110	5	4	5	4	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	
111	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	1	1	1	1	2	4	5	2	3	
112	4	5	4	5	1	1	1	1	5	5	3	1	1	3	3	1	1	3	1	
113	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	
114	2	3	2	2	4	1	1	2	1	3	2	1	2	3	1	5	1	4	1	
115	5	4	5	4	5	4	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4	2	3	1	
116	3	2	2	2	3	3	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	3	5	4	
117	1	1	1	1	2	3	5	5	1	3	2	2	1	1	1	1	4	5	2	
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	
119	4	4	4	4	5	5	3	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	1	
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	4	5	5	5	5	3	
121	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	
122	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	
123	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	
124	2	2	2	2	2	2	5	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	4	
125	4	4	4	4	1	1	2	3	4	2	4	3	2	4	4	4	2	3	2	
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	
127	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	
128	4	4	3	4	2	2	3	4	4	4	2	1	1	4	4	4	2	4	2	
129	2	3	3	3	4	4	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	3	3	5	
130	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	
131	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	1	
132	3	3	1	1	3	4	4	4	2	3	1	1	1	2	2	4	3	3	3	
133	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	2	2	2	5	5	5	3	5	3	
134	5	4	1	4	5	2	4	4	4	4	5	2	1	1	4	3	3	4	1	
135	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	1	1	1	1	4	4	3	1	
136	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	
137	2	3	2	2	4	2	4	4	4	3	2	1	1	4	2	3	3	3	1	
138	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
139	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
140	2	2	2	2	2	2	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	
142	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3	1	1	1	3	3	3	4	2	1	
143	5	5	3	1	1	1	1	5	5	3	1	1	1	3	5	5	5	5	1	
144	5	5	4	4	4	4	1	1	4	5	5	4	3	5	3	5	1	3	5	
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	
146	1	1	1	2	1	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	
147	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	1	
148	1	1	1	1	1	1	5	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	5	3	
149	5	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	
150	5	5	4	4	1	1	5	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	
151	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	1	1	4	3	4	4	4	5	
152	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	1	1	1	4	2	2	4	4	3	
153	4	4	3	4	3	3	4	2	1	2	1	1	1	3	4	5	4	4	4	
154	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
155	2	3	3	2	3	2	4	5	2	2	2	1	1	3	2	2	2	5	2	
156	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
157	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	2
158	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
159	2	2	2	2	2	2	1	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
160	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	1	1	3	
161	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
162	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1
163	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
164	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1
165	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	2	1
166	5	5	5	5	5	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1
167	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	2	2	2	4	4	5	4	3	4
168	2	2	2	2	2	2	2	5	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3
169	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1
170	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	1
171	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	1	1	2	4	4	5	1	3	4
172	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1
173	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	1
174	3	3	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
175	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
176	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3
177	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
178	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	5	1	1	1	2	3	2	4	4	1
179	5	5	4	4	4	5	5	2	4	4	4	5	3	2	5	5	4	3	4	4
180	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4
181	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1
182	5	5	5	5	5	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	5	4	1	4
183	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	1	1	1	5	1	1	1	1	5
184	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
185	5	5	1	5	4	4	4	1	4	5	5	1	1	1	1	1	5	3	3	1
186	3	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2
187	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	5
188	4	5	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
189	2	1	3	4	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	4	1
190	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	5	2	2	2	3	3	4	3	2	3
191	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	5	4
192	2	4	2	2	2	2	2	5	5	5	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4
193	2	3	2	2	2	2	2	5	4	5	3	2	2	2	2	2	3	3	5	4
194	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	1
195	3	3	3	2	2	2	2	5	5	5	4	1	1	1	2	3	3	3	5	4
196	4	2	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	1	5	1
197	3	2	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
198	2	4	2	2	2	2	2	5	4	5	3	2	2	2	2	2	2	3	5	3
199	4	3	4	4	4	4	5	2	2	2	4	1	1	2	5	3	5	2	3	5
200	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	3	4	4	5	5	5	1
201	2	3	2	2	4	3	4	4	4	5	4	3	1	1	3	3	3	4	4	1
202	5	2	5	5	5	5	5	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
203	2	4	2	2	3	3	2	1	1	3	1	1	1	1	3	3	2	3	1	3
204	1	5	2	1	1	1	1	3	2	2	3	1	3	3	1	2	1	3	2	3
205	2	2	4	2	4	4	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
206	3	5	3	3	5	5	5	3	3	3	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3
207	2	2	2	2	2	5	5	1	1	3	5	5	5	5	3	1	1	3	1	2
208	1	2	1	1	1	1	1	4	4	3	2	1	2	2	1	2	2	4	3	4
209	1	2	2	1	2	4	3	4	5	3	5	5	5	5	1	2	3	2	3	5
210	2	5	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	5
211	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
212	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	2	2	2	4	1	5
213	1	5	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	4	1	4

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
214	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	2	3	3	5
215	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	2	4
216	4	3	4	5	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4
217	1	2	2	1	1	1	1	4	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	4	4
218	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
219	1	3	1	1	1	1	1	4	3	2	1	5	5	5	5	5	3	5	3	1
220	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3
221	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	3	5	4	4	4	4	1	1	1	1
222	1	1	2	1	2	1	1	3	4	5	5	2	1	3	1	1	1	5	4	5
223	2	5	2	2	2	2	1	4	3	2	2	2	4	4	1	2	1	3	3	1
224	1	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	3	2	3	2	2	2
225	1	4	2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	3	2	2	2	2	3	2
226	3	3	1	2	2	2	4	2	2	1	3	4	4	4	3	1	2	3	3	3
227	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4
228	2	2	2	2	2	2	2	5	5	1	1	1	1	2	1	1	1	2	5	4
229	4	4	4	4	1	1	1	2	3	4	2	4	3	2	4	4	4	2	3	2
230	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2
231	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
232	4	4	3	4	2	2	2	3	4	4	4	2	1	1	4	4	4	2	4	2
233	2	3	3	3	4	4	4	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	3	3	5
234	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2
235	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	1
236	3	3	1	1	3	4	4	4	4	2	3	1	1	1	2	2	4	3	3	3
237	4	4	3	4	5	5	5	4	3	3	2	2	2	5	5	5	3	5	3	3
238	5	4	1	4	5	2	4	4	4	5	2	1	1	4	3	3	4	5	1	1
239	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	1	1	1	4	4	3	1
240	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
241	2	3	2	2	4	2	4	4	4	3	2	1	1	4	2	3	3	3	1	1
242	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2
243	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3
244	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
246	4	4	4	3	4	4	2	3	2	2	3	1	1	1	3	3	3	4	2	1
247	5	5	3	1	1	1	1	1	5	5	3	1	1	1	3	5	5	5	5	1
248	5	5	4	4	4	4	4	1	1	4	5	5	4	3	5	3	5	1	3	5
249	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1
250	1	1	1	2	1	1	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3
251	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	1
252	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	5	3
253	5	5	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
254	5	5	4	4	1	1	1	5	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5
255	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	1	1	4	3	4	4	4	5
256	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	3	1	1	1	4	2	2	4	4	3
257	4	4	3	4	3	3	3	4	2	1	2	1	1	1	3	4	5	4	4	4
258	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
259	2	3	3	2	3	2	2	4	5	2	2	2	1	1	3	2	2	2	5	2
260	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2
261	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	2
262	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
263	2	2	2	2	2	1	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
264	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	3
265	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3
266	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1
267	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
268	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1
269	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	2	1
270	5	5	5	5	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
271	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	2	2	2	4	4	5	4	3	4
272	2	2	2	2	2	2	2	5	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3
273	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	
274	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	1
275	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	1	2	4	4	5	1	3	4
276	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1
277	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	1
278	3	3	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
280	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3
281	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
282	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	5	1	1	1	2	3	2	4	4	1
283	5	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	5	3	2	5	5	5	4	3	4
284	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4
285	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1
286	5	5	5	5	5	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	5	4	1	4
287	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	1	1	1	5	1	1	1	1	5
288	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
289	5	5	1	5	4	4	4	1	4	5	5	1	1	1	1	1	5	3	3	1
290	3	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2
291	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	5
292	4	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
293	2	3	3	4	1	2	1	1	1	5	3	1	1	1	3	1	1	1	4	1
294	4	2	4	4	3	3	3	3	3	5	5	2	2	2	3	3	4	3	2	3
295	3	1	3	3	3	3	3	3	4	2	4	2	2	2	3	3	3	5	4	
296	2	1	2	2	2	2	2	5	5	5	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4
297	2	2	2	2	2	2	2	5	4	5	3	2	2	2	2	2	3	3	5	4
298	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	1
299	3	5	3	2	2	2	2	5	5	5	4	1	1	1	2	3	3	3	5	4
300	4	2	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	5	4	5	1	5	1
301	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
302	2	3	2	2	2	2	2	5	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	5	3
303	4	5	4	4	4	4	5	2	2	4	4	1	1	2	5	3	5	2	3	5
304	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	1
305	2	3	2	2	4	3	4	4	4	5	4	3	1	1	3	3	3	4	4	1
306	5	2	5	5	5	5	5	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
307	2	1	2	2	3	3	3	2	1	1	3	1	1	1	3	3	2	3	1	3
308	1	1	2	1	1	1	1	3	2	4	3	1	3	3	1	2	1	3	2	3
309	2	2	4	2	4	4	4	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4
310	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3
311	2	5	2	2	2	2	5	5	1	2	3	5	5	5	3	1	1	3	1	2
312	1	2	1	1	1	1	1	4	4	5	2	1	2	2	1	2	2	4	3	4
313	1	3	2	1	2	4	3	4	3	5	3	5	5	5	1	2	3	2	3	5
314	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	5
315	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
316	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	4	1	5
317	1	4	1	1	1	1	1	3	1	3	1	2	2	2	1	2	1	4	1	4
318	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	5
319	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	2	4
320	4	4	4	5	2	3	3	3	2	1	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4
321	1	2	2	1	1	1	1	4	3	3	2	2	2	1	3	2	2	2	4	4
322	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
323	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	1	5	5	5	5	5	3	5	3	1
324	3	2	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3
325	1	3	1	5	1	1	1	1	1	2	3	5	4	4	4	4	1	1	1	1
326	1	3	2	1	2	1	1	3	4	5	5	2	1	3	1	1	1	5	4	5
327	2	1	2	2	2	2	1	4	3	5	2	2	4	4	1	2	1	3	3	1

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
328	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	2	3	2	2
329	1	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	4	4	3	2	2	2	2	3	2
330	3	3	1	2	2	4	2	2	2	3	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3
331	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
332	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	5	2	2	2	3	3	4	3	2	3
333	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	2	2	2	3	3	3	3	5	4
334	2	2	2	2	2	2	5	5	4	4	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4
335	2	2	2	2	2	2	5	4	5	5	3	2	2	2	2	2	3	3	5	4
336	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	1
337	3	3	2	2	2	2	5	5	5	4	4	1	1	1	2	3	3	3	5	4
338	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	5	4	4	4	5	4	5	1	5	1
339	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
340	2	2	2	2	2	2	5	4	5	5	3	2	2	2	2	2	2	3	5	3
341	4	4	4	4	4	5	2	2	1	2	4	1	1	2	5	3	5	2	3	5
342	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	3	3	3	4	4	5	5	5	1
343	2	2	2	4	3	4	4	4	3	4	3	1	1	1	3	3	4	4	1	1
344	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
345	2	2	2	3	3	2	1	1	1	4	3	1	1	1	3	3	2	3	1	3
346	1	2	1	1	1	1	3	2	5	4	3	1	3	3	1	2	1	3	2	3
347	2	4	2	4	4	4	2	1	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4
348	3	3	3	5	5	5	5	3	4	4	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3
349	2	2	2	2	2	5	5	1	2	2	3	5	5	5	3	1	1	3	1	2
350	1	1	1	1	1	1	4	4	5	3	2	1	2	2	1	2	2	4	3	4
351	1	2	1	2	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	1	2	3	2	3	5
352	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	5
353	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
354	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	3	3	3	2	2	2	4	1	5
355	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	1	2	2	2	1	2	1	4	1	4
356	2	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	4	2	2	3	3	5
357	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	2	4
358	4	4	5	2	3	3	2	4	2	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4
359	1	2	1	1	1	4	3	5	5	2	2	2	2	1	3	2	2	2	4	4
360	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
361	1	1	1	1	1	1	4	3	2	3	1	5	5	5	5	5	3	5	3	1
362	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3
363	1	1	5	1	1	1	1	1	5	4	3	5	4	4	4	4	1	1	1	1
364	1	2	1	2	1	3	4	5	3	5	2	2	1	3	1	1	1	5	4	5
365	2	2	2	2	1	4	3	4	3	2	2	4	4	1	2	1	3	3	1	1
366	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	3	2	3	2	2
367	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	3	2
368	3	1	2	2	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	1	2	3	3	3
369	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
370	2	1	1	2	1	1	5	3	4	2	1	1	1	2	2	5	5	4	5	1
371	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	3	3	3
372	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
373	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	4	3	5	5	5	5	2	1
374	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	1
375	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	2	2	2	2	3	3	5	5	2	4	1	2	2	2	1	1	1	3	5	3
377	4	4	4	4	4	3	3	2	5	4	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4
378	4	4	2	4	5	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	4	2	3	5
379	1	1	1	1	2	2	5	5	5	2	3	2	1	1	1	2	2	2	2	1
380	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	2	1
381	3	3	2	2	4	5	4	3	4	2	4	3	3	5	4	2	2	3	4	4
382	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	2	3	4
383	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	1
384	4	4	4	4	1	1	2	4	2	4	4	2	1	1	4	4	4	3	3	1
385	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3