CONCLUSIONES

Sobre la base de los resultados obtenidos, se presentan las conclusiones para cada uno de los objetivos planteados:

En cuanto al primer objetivo especifico, el cual estuvo orientado a identificar los tipos de estrategias comunicacionales utilizadas por las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL, se concluye que existen ciertas diferencias en las respuestas emitidas por las fuentes de información en cuanto a los tipos de estrategias empleados dentro de las empresas analizadas, donde los gerentes señalan un nivel moderado en su aplicabilidad, específicamente de las estrategias Apalancamiento; Franquiciamiento; Adelantamiento; Nominamiento; Acercamiento; Acompañamiento; Ritualizamiento; Facilitamiento; Diseñamiento; Anclamiento, mientras que los empleados visualizan fallas en algunos tipos descritos, los cuales deben ser revaluados para aprovechar la información que se genera dentro de las organizaciones. Esto permite concluir que aún no se concreta el uso de estrategias comunicacionales de manera óptima ya que no poseen los conocimientos necesarios para su formulación y aprovecharlas de forma efectiva.

En lo que respecta al segundo objetivo especifico, orientado a determinar los medios utilizados para transmitir información sobre las acciones establecidas en las estrategias comunicacionales de las empresas

del sector metalmecánico adscritas a ACIL, se concluye que existen diferencias en las respuestas emitidas, afirmando los gerentes una alta aplicabilidad del intranet; revista interna; comunicación personal; tablón de anuncios; plan de bienvenida; informe de gestión, logrando generar información que permita establecer una comunicación efectiva entre los miembros de la organización. Sin embargo, para los empleados, se emplean de manera moderada, lo cual deben ser orientados para que generen los resultados necesarios y mantenerse plenamente informados sobre los procesos organizacionales, vinculados con las actividades que se realiza, las exigencias del entorno, las nuevas tendencias del mercado, y su posición dentro de la misma.

Para el tercer objetivo especifico, orientado a analizar los elementos que conforman la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL, se concluye que existe una alta aplicabilidad de la realidad, cultura, identidad y comunicación corporativa, logrando posicionar a la organización dentro del mercado de manera efectiva, realizando acciones que permitan identificarla en el entorno e identificar al personal en sus funciones, mediante los colores, eslogan, uniformes, así como la creación de una cultura donde se sientan plenamente comprometidos. Sin embargo, de acuerdo a la percepción de los empleados, cada uno de los elementos descritos se realiza de manera moderada, donde se requiere una evaluación de las acciones que realiza para mantener su imagen corporativa, específicamente vinculados con su

eslogan, publicidad, promoción, la manera como se identifica al personal y lo que se realiza para diferenciarse de otras organizaciones.

Así como lo plantean distintas teorías, los elementos de la imagen corporativa de la organización abarcan un espacio amplio, entre los procesos de proyección y percepción de la imagen, los cuales deben estar en consonancia para que se maneje una imagen corporativa positiva para la empresa.

En lo que respecta al cuarto objetivo especifico, orientado a establecer la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL, se concluye que existe una correlación positiva considerable detectada por la prueba estadística aplicada, lo que permite afirmar la necesidad de emplear estrategias comunicacionales efectivas que permitan a las organizaciones orientar sus procesos hacia el desarrollo de su imagen corporativa.

Se debe resaltar la importancia del empleo de cada una de las estrategias analizadas en esta investigación, pues cada una forma de ellas parte de un proceso de creación y aplicación de estrategias que a la larga influirán en la formación de la imagen corporativa de la organización e incluso en cualquier posible transformación de la misma en sus diferentes públicos.

Para el objetivo general que se propuso determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL, se concluye que existe una correlación positiva considerable para ambas poblaciones (gerentes y empleados) donde es fundamental tomar en cuenta la

aplicación de tipos y medios de comunicación que permitan proyectar una imagen corporativa de manera positiva, además de generar un mayor compromiso en su personal logrando que se sienta plenamente identificado con la misión visión y objetivos organizacionales.

Sin embargo, resulta imprescindible destacar que para los gerentes la visión sobre el uso de los medios es diferente a la que se evidenció de parte de los empleados, de manera que también se detectó una diferencia en ese sentido, lo que lleva a plantear las recomendaciones en base a ello.

RECOMENDACIONES

Sobre la base de las conclusiones emitidas, es pertinente recomendar lo siguiente:

Principalmente es fundamental mejorar el proceso de comunicación empleado en las empresas analizadas, de manera que la información fluya sobre la base de las necesidades de sus miembros, gerentes y empleados por ejemplo, generando un compromiso entre los mismos para que se identifiquen cada día más con sus funciones y lograr mantener una imagen en el mercado.

Dentro de al organización se deben reforzar los tipos de estrategias comunicacionales aplicados, logrando que se generen mejores acciones donde puedan estar informado todo el personal sobre los procesos organizacionales.

El hecho de que los gerentes no compartan la misma visión de los empleados en torno a las estrategias utilizadas en las empresas llama la atención y lleva a recomendar que se unifique el uso de las mismas, de manera que todos comiencen a engranar sus perspectivas sobre ellas.

Es preciso profundizar en los medios utilizados, buscando nuevas herramientas que permitan fortalecerlos, tales como: diseños de páginas web, la aplicación directa de correos electrónicos, logrando que la

comunicación pueda fluir efectivamente sobre la base de las necesidades organizacionales.

Se recomienda brindarle tanto al personal gerencial como empleados, cursos de actualización de sus competencias, logrando que se fortalezcan aquellas vinculadas a su puesto de trabajo y aquellas que permitan posicionar a la organización dentro del mercado de manera efectiva, para tal fin, se debe brindar las herramientas de marketing, PNL, coaching, entre otros.

Para futuras investigaciones en torno al tema y a estas empresas se aconseja realizar un estudio de mercado para conocer con exactitud su posición dentro del mercado, logrando diseñar estrategias directas que permita fortalecer su imagen corporativa.

Seria imposible no proponer el fortalecimiento de la cultura de la organización, con lo que se lograría que el personal se sienta completamente identificado con sus funciones, brindándole así una bienvenida y que se sientan participes del éxito organizacional, para ello, deben diseñar estrategias claras vinculadas con los requerimientos del personal, específicamente al momento de ingresar a la misma, brindándoles la oportunidad de participar directamente en los ritos, costumbres de su entorno.

En vista de que la imagen corporativa se traduce en un tema muy amplio y complejo de abordar en cualquier contexto, se recomienda continuar con una auditoria de la imagen en cuanto a colores, eslogan, realizando nueva

campaña donde permita renovar los elementos de identidad de estas organizaciones, lo cual garantizará diferenciarse de otras organizaciones, manteniendo una identidad corporativa, donde todos se sientan participes e identificados con sus acciones.

Finalmente la mayor recomendación es considerar las visiones distintas que manejan los empleados frente a los gerentes en torno a las estrategias y la imagen para buscar el mecanismo de que dichos criterios sean más uniformes, lo que de seguro hará más unívoca la imagen que se tenga de estas empresas al momento de realizar estudios sobre ellas.

Es recomendable que los conocimientos aportados por esta investigación se hagan saber a las organizaciones bien sea a través de actividades o con la utilización de sus propios medios de comunicación, para que comprendan y acepten que las estrategias que se empleen redundarán o no en la imagen corporativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilera, R. y Orjuela, C. (2009). Comunicación Estratégica. Más allá de la imagen corporativa. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

Alvarado, P. (2006) diseñó un Plan Programa de Relaciones Públicas para el Mejoramiento de la Imagen Corporativa del Club Gadema de Machiques de Perijá

Arévalo, (2007). Imagen corporativa de las empresas comercializadoras de productos pertenecientes al sector ferretero en la ciudad de Maracaibo. Trabajo de grado. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo – Venezuela.

Armenti, A. (2007). Mercadeo interno. Santa Fe de Bogotá: Legis Fondo Editorial.

Bertone, R. y Cabenellas, M. (2007). Comunicación Comercial: Conceptos y Aplicaciones, Madrid: Editorial Civitas.

Bohórquez, T. (2008). Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa en el Sector Bancario. Trabajo de grado. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo – Venezuela.

Boscán, A. y Ochoa, E. (2008). La Comunicación en el Proceso de Formación Universitaria. Quórum Académico. Vol 5, N° 1, 111-127.

Capriotti, P. (2009). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. Barcelona: Editorial Ariel S.A.

Cardeño (2009). Responsabilidad social e imagen corporativa de las universidades públicas de la zona de integración de fronteras. Trabajo de grado. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo – Venezuela.

Carrasquero, E. (2004). Guía de validez, confiabilidad y procesamiento de datos. Trabajo de ascenso. Universidad Nacional Experimental Rafael Maria Baralt. Cabimas – Zulia.

Castillo, D. y Juárez, A. (2008). Principios de la identidad organizacional. México: Editorial Trillas.

Castro, D. y Jiménez, M. (2007). Imagen y comunicación. VI Programa de Gerencia de Comunicación e Imagen Corporativa. Caracas: Desarrollo Gerencial. IESA.

Chávez, N. (2007). Introducción a la investigación educativa. (2da Edición) Maracaibo: Artes Gráficas.

Comunicación Corporativa y Organizacional, CICCO (2007)

Costa, J. (2008). Identidad Corporativa. (5ta Edición) México: Editorial Trillas.

Del Valle (2007). Comunicación Estratégica como ventaja competitiva de las organizaciones. FISEC_Estrategias, Año 2 Nº3, 47-59.

Dilts, C. (2008). La imagen corporativa. Estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces. Madrid: Díaz de Santos.

Dragnic, H. (2008). Manual para el desarrollo de la identidad organizacional. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

Elias, J y Mascaray, J. (2008). Más allá de la Comunicación Interna. Ediciones Gestión 2000, Barcelona.

Enrique, R. (2007). Administración de los Recursos Humanos. Grupo Editorial Iberoamericana S.A. México.

Etkin, J. (2007). La doble moral de la empresa. Ed. De Palma. En Buenos Aires.

Fajardo, A. (2007). La organización y su identidad corporativa. Editorial Limusa. México, D.F.

Fernández, D. (2007). Impacto de la identidad corporativa en la sociedad. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

Fonseca, M (2007). Comunicación oral. Fundamentos y práctica estratégica. (1ra Edición). México: Pearson Educación.

Formanchuk, T. (2008). Ética e imagen corporativa. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

Francés, P. (2007). Pilares de la identidad corporativa. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

García, J. (2007). Técnica de la Educación II. Procesos Primarios del Pensamiento y la Acción. Universidad de Salamanca Ediciones. España.

García, S. y Dolan, S. (2007). La dirección por valores. España: Editorial Mc Graw – Hill. Interamericana de España, S.A.

Garrido, F. (2008). Comunicación Estratégica. España: Gestión 2000.

Guédez, V. (2008). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. El aporte de la empresa al capital social. Caracas: Editorial Planeta.

Guzmán, R. (2007). La imagen dentro de la organización. Editorial Paninfo, México, D.F.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2008). Metodología de la Investigación. (2da Edición) México, D.F: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Karaunga, K. (2007).La Imagen Corporativa de las Entidades Financieras: El caso del Banco Sabadell. Tesis de Doctorado para optar al título de Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. España.

Labarca, T. (2008). Fundamentos de la imagen organizacional. Editorial McGraw Hill, México, D.F.

Manzano, E. (2006). Gestionando la comunicación. México: Editorial Trillas.

Márquez, A. (2007). La Comunicación Impresa. (2ª Edición). Caracas: Vadell Hnos. Editores.

McLagan, P. (2008). Gestión del capital intelectual. Editorial Norma. España.

McLagan, T. y Krembs, P. (2007). Los principios de la imagen corporativa. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

Medina, T. (2009). Estrategias comunicacionales para la contraloría de la gestión pública. Trabajo de grado. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo, Venezuela.

Méndez, C. (2009). Metodología. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A. México D.F.

Miquilena, R. (2007). La imagen y la identidad corporativa. Editorial Paninfo, México, D.F.

Muñiz, R. (2010). Marketing en el Siglo XXI. (2da Edición) Disponible en: http://www.marketing-xxi.com/introduccion-97.htm.

Ortíz, R. (2007). La imagen como herramienta de competitividad. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

Pérez, R. (2007). Estrategias de Comunicación. Barcelona: Editorial Ariel S.A

Perozo, T. (2008). El conocimiento como herramienta de competitividad. Editorial Oxford. México.

Piñuel, P. (2007). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid. Ediciones Pirámide.

Pirela, J. (2008). Comunicación, Gerencia y Futuro: Una interpretación posmoderna. Revista Venezolana de Gerencia, Año 4, Nº 9, 51-69.

Pizzolante, I. (2008). El Poder de la Comunicación Estrategica. Caracas: Editorial CEC C.A

Ramírez, F. (2008). El Desarrollo de la Identidad Corporativa: Función Inherente de la Gestión Comunicacional. Revista Orbis, Año 1, Nº 1,13 - 22.

Rojas, L (2008). Curso de Formación Gerencial. Caracas: Editorial La Casa Tomada.

Santiesteban, O. (2009). Fundamentos de la imagen en la empresa. México: Editorial Trillas.

Scheinsohn, D. (2008) Comunicación Estratégica. Más allá de la imagen corporativa. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

Tamayo y Tamayo, M. (2008). El proceso de investigación científica. Editorial Limusa.

Thompson, R. y Strickland, M. (2008). La nueva dirección de empresas. De la teoría a la práctica. Volumen 1. Editorial McGraw-Hill Histeramericana, S.A. México.

Torrealba, H. (2007). El valor de la imagen corporativa. Imagen corporativa. Editur, No 2208.

Tzu Sun, A. (2006). El Arte de la Guerra. (30ª edición). Madrid: EDAF.

Urdaneta, R. (2008) Mercadeo social como herramienta para el desarrollo y la imagen corporativa de los institutos y colegios universitarios privados. Trabajo de grado. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo – Venezuela.

Van Riel, C. (2008). Comunicación Corporativa. España: Edit. Prentice-Hall.

Vargas, D. (2009). Estrategias de comunicación aplicadas en los planes de responsabilidad social del sector industrial petrolero. Trabajo de grado. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo – Venezuela.

Vargas, M. (2008). La nueva gerencia empresarial. Editorial Cátedra, S.A. Madrid. España.

Villafañe, J. (2008). Introducción a la teoría de la imagen. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A.

Zaldaña, D. (2008). Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen. Bilbao: Ediciones Deusto.

ANEXOS

ANEXO A
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD RAFAEL BELLOSO CHACÍN
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRÍA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD
Rafael Belloso Chacín

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES E IMAGEN CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECÁNICO ADSCRITAS A ACIL

El siguiente cuestionario tiene como determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.

En esta técnica se pide que manifieste con qué frecuencia se dan las actividades sobre las cuales se preguntan.

Cada una de las preguntas ofrece cinco (5) alternativas de respuesta, con base a una escala del 1 al 5 como se presenta a continuación:

1= Totalmente en desacuerdo
2= Medianamente en desacuerdo
3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4= Medianamente de acuerdo
5= Totalmente de acuerdo

Para señalar tu respuesta, marca una “X” en el lugar que corresponde a la alternativa seleccionada.

Es importante que respondas con plena sinceridad y objetividad, lo que indiques aquí solo para fines del estudio.

Gracias por su colaboración...

CUESTIONARIO

Nº	ITEMS	TD	MD	ND ND	MD	TD
Variable: Estrategias comunicacionales						
Dimensión:Tipos de estrategias comunicacionales						
Indicador: Apalancamiento						
1	En la organización al presentarse un problema se indaga sobre las causas que lo originan, para conocer de esta forma los factores de apalancamiento que debe considerarse a la hora de diseñar una estrategia					
2	En la empresa se analizan minuciosamente las acciones a seguir para alcanzar los objetivos organizacionales con el menor esfuerzo posible, haciendo un uso racional de los recursos					
Indicador: Franquiciamiento						
3	Como parte de la estructura comunicacional de la empresa, cada unidad organizativa gestiona su proceso comunicativo, pues se le asignas la autoridad necesaria a los centros de decisión.					
4	En la empresa el personal es formado en aspectos relacionados con la comunicación, para generar en ellos el protagonismo en cuanto al manejo de las estrategias comunicacionales					
Indicador: Autodirigido						
5	En la empresa se difunde con antelación las decisiones que generan acontecimientos que afectan de forma significativa las actividades organizacionales.					
6	En la organización se cuenta con un manual de instrucción que orienta a sus miembros en cuanto a los pasos a seguir en el proceso comunicativo.					
Indicador: Nominamiento						
7	Como parte de la estructura comunicacional, en la empresa se han establecido los criterios que deben cumplir sus actores para realizar una comunicación personalizada de forma efectiva					

8	La organización cuenta con un sistema de seguimiento que permite comprobar si la comunicación personalizada de forma efectiva.					
Nº	**ITEMS**	**TD**	**MD**	**ND ND**	**MD**	**TD**
Indicador: Acercamiento						
9	En la organización se ha establecido una guía de actuación que permite a la estructura comunicacional interna responder de forma inmediata a las peticiones de los clientes					
10	En la empresa se han diseñado redes comunicacionales que garantizan la circulación de la información de manera segura					
Indicador: Acompañamiento						
11	La empresa cuenta con asesores en el área comunicacional a quienes acudir en caso de requerir información para la toma de decisiones					
12	Como parte de la estrategia comunicacional, la empresa cuenta con oficinas de información permanente donde se aclaran las dudas presentadas por el personal de la organización					
Indicador: Ritualizamiento						
13	En la organización se han establecido rituales para activar la comunicación interna de forma fluida					
14	En la empresa, los rituales comunicacionales, se han definido sobre la base de los valores organizacionales					
Indicador: Facilitamiento						
15	En la organización se identifican los obstáculos que dificultan el normal desarrollo de la comunicación.					
16	En la empresa se han establecido acciones para eliminar las barreras que se presentan en el proceso comunicativo de la empresa.					
Indicador: Diseñamiento						
17	En la empresa utiliza técnicas dentro de los procesos comunicacionales para captar la atención de los destinatarios de la información.					
18	Dentro de la estrategia comunicacional de la empresa, las técnicas utilizadas para despertar el					

	interés de los públicos de la organización facilitan la apercepción del mensaje					
Indicador: Anclamiento						
19	Se han elaborado planes de cambio para modificar los procesos comunicacionales de la empresa.					
Nº	**ITEMS**	**TD**	**MD**	**ND ND**	**MD**	**TD**
20	En la empresa se dispone de mecanismos de control para intervenir en los procesos comunicacionales en caso de ser necesario.					
Dimensión: Medios de comunicación						
Indicador: Intranet						
21	La empresa posee una red interna o intranet a través de la cual se comparte la información.					
22	La intranet de la organización facilita el acceso de los trabajadores de cualquier nivel a la información que requieren para el desarrollo de sus funciones.					
Indicador: Revista interna						
23	La organización cuenta con una revista interna que constituye una fuente de información de la estrategia comunicacional utilizada.					
24	La revista interna de la empresa utilizada como estrategia comunicacional presenta información de interés a sus públicos sobre aspectos que inciden sus actividades.					
Indicador: Comunicación personal						
25	En la empresa se fomenta la comunicación cara a cara entre el personal					
26	Como parte de la estrategia comunicacional, en la organización se realizan reuniones de trabajo entre los miembros de la empresa para fomentar el intercambio de opiniones.					
Indicador: Tablón de anuncios						
27	La organización utiliza tablones de anuncios en sus instalaciones, como parte de su estrategia comunicacional.					
28	Los tablones de anuncios son utilizados por cualquier miembro de la organización para difundir mensajes.					

Indicador: Plan de bienvenida						
29	Como parte de la estrategia comunicacional la empresa cuenta con un plan de bienvenida para el personal que ingresa a la empresa.					
30	En el marco de la estrategia comunicacional la empresa cuenta con un plan de bienvenida para el personal que ingresa a la empresa.					
Indicador: Informe de gestión						
31	En la organización se elaboran informes de gestión.					
Nº	**ITEMS**	**TD**	**MD**	**ND ND**	**MD**	**TD**
32	Los informes de gestión generados por la organización proporcionan la información necesaria para la toma de decisiones.					
Variable: Imagen Corporativa						
Dimensión: Elementos de la imagen corporativa						
Subdimension: Realidad Corpo						
Indicador: Misión						
33	La misión se elaboran informes de gestión que permiten soportar la estrategia comunicacional					
34	El enunciado de la misión sintetiza los principales propósitos estratégicos de la empresa, fundamentos de la proyección de su imagen.					
Indicador: Vision						
35	En la organización se ha establecido la visión estratégica que sustenta la estrategia organizacional, lo cual contribuye a proyectar la imagen corporativa					
36	La visión de la empresa refleja el modelo idealizado de corporación que se pretende proyectar en la imagen corporativa del negocio.					
Indicador: Objetivos						
37	En la empresa se cuenta de manera formal con una estructura de objetivos organizacionales que contribuyen con la proyección de su imagen					
38	Los objetivos establecidos dentro de la organización permiten proyectar de forma coherente la misión de la empresa					
Subdimension: Cultura corporativa						
Indicador: Creencias						

39	En la empresa se han establecido pautas de conducta (creencias), que generan comportamientos que constituyen a proyectar un a adecuada imagen corporativa.					
40	Las creencias rigen las actuaciones cotidianas de los miembros de la organización, proyectan una imagen positiva de la empresa					
Nº	**ITEMS**	**TD**	**MD**	**ND ND**	**MD**	**TD**
Indicador: Valores						
41	La empresa ha dado a conocer a sus miembros los valores corporativos que la rigen, aspecto que permite proyectar una cultura organizacional adecuada.					
42	Los valores corporativos plantean el marco ético – social dentro del cual la empresa lleva a cabo todas sus acciones, proyectando una imagen de actuación moral					
Indicador: Héroes						
43	La organización cuenta con líderes considerados modelos de actuación que permiten proyectar una imagen positiva de la empresa					
44	Los líderes han contribuido de manera significativa con la proyección de una imagen de crecimiento de la empresa					
Indicador: Ritos						
45	En la empresa se organizan eventos para celebrar fechas conmemorativas que permiten proyectar su imagen					
46	Las celebraciones han permitido proyectar una imagen de compromiso de la empresa con sus miembros					
Subdimension: Identidad corporativa						
Indicador: Logotipo						
47	La empresa posee un logotipo					
48	El logotipo representa, a través de letras, el nombre comercial de la organización que se					

	proyecta a los diferentes públicos					
Indicador: Marca						
49	La empresa utiliza el registro de su marca como una fuente de proyección de su imagen					
50	La organización coloca su marca registrada en los productos, lo cual le ha permitido proyectar su imagen					
Indicador: Símbolo						
51	La empresa posee un símbolo o emblema que la identifica, lo cual le permite proyectar su imagen					
Nº	**ITEMS**	**TD**	**MD**	**ND ND**	**MD**	**TD**
52	La organización coloca un símbolo distintivo en sus productos como0 estrategia para proyectar su imagen					
Indicador: Colores						
53	En la estrategia de proyección de la imagen corporativa, en la empresa de identifica con algunos colores en particular					
54	Los colores que representan la identidad de la organización se reflejan en sus instalaciones					
Indicador: Uniforme						
55	A los miembros de la empresa se les asigna un uniforme, como parte de la estrategia de proyección de la imagen corporativa					
56	El uniforme presenta los colores distintivos de la organización, permitiendo proyectar su imagen.					
Indicador: Eslogan						
57	La empresa posee un eslogan que permite proyectar su imagen corporativa					
58	El eslogan refleja los principales atributos de la organización que son proyectados en su imagen					
Subdimension: Comunicación Corporativa						
Indicador: Comercial						
59	Se ofrece información de carácter comercial al público para dar a conocer los productos de la organización					
60	La organización utiliza la información de carácter comercial para dar a conocer los beneficios de					

	sus productos					
Indicador: Institucional						
61	La empresa difunde información de carácter institucional para dar a conocer sus aportes a la sociedad					
62	Como parte de la estrategia de responsabilidad social, la organización ofrece información de carácter institucional a su público para generar confianza					

ANEXO B.

TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL

Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ÍTEMS	PERTINENCIA								Redacción	
					Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
					P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Identificar los tipos de estrategias comunicacionales utilizadas por las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Estrategias Comunicacionales	Tipos de estrategias comunicacionales	Apalancamiento	1. En la organización al presentarse un problema se indaga sobre las causas que lo originan, para conocer de esta forma los factores de apalancamiento que debe considerarse a la hora de diseñar una estrategia 2. En la empresa se analizan minuciosamente las acciones a seguir para alcanzar los objetivos organizacionales con el menor esfuerzo posible, haciendo un uso racional de los recursos										
			Franquiciamiento	3. Como parte de la estructura comunicacional de la empresa, cada unidad organizativa gestiona su proceso comunicativo, pues se le asignas la autoridad necesaria a los centros de decisión. 4. En la empresa el personal es formado en aspectos relacionados con la comunicación, para generar en ellos el protagonismo en cuanto al manejo de las estrategias comunicacionales										
			Adelantamiento	5. En la empresa se difunde con antelación las decisiones que generan acontecimientos que afectan de forma significativa las actividades organizacionales. 6. En la organización se cuenta con un manual de instrucción que orienta a sus miembros en cuanto a los pasos a seguir en el proceso comunicativo.										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL

Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ÍTEMS	PERTINENCIA								Redacción	
					Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
					P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Identificar los tipos de estrategias comunicacionales utilizadas por las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Estrategias Comunicacionales	Tipos de estrategias comunicacionales	Nominamiento	7. Como parte de la estructura comunicacional, en la empresa se han establecido los criterios que deben cumplir sus actores para realizar una comunicación personalizada de forma efectiva 8. La organización cuenta con un sistema de seguimiento que permite comprobar si la comunicación personalizada de forma efectiva.										
			Acercamiento	9. En la organización se ha establecido una guía de actuación que permite a la estructura comunicacional interna responder de forma inmediata a las peticiones de los clientes. 10. En la empresa se han diseñado redes comunicacionales que garantizan la circulación de la información de manera segura										
			Acompañamiento	11. La empresa cuenta con asesores en el área comunicacional a quienes acudir en caso de requerir información para la toma de decisiones 12. Como parte de la estrategia comunicacional, la empresa cuenta con oficinas de información permanente donde se aclaran las dudas presentadas por el personal de la organización										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL															
Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.															
Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ÍTEMS	**PERTINENCIA**								**Redacción**	
					Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
					P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Identificar los tipos de estrategias comunicacionales utilizadas por las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Estrategias Comunicacionales	Tipos de estrategias comunicacionales	Ritualizamiento	13. En la organización se han establecido rituales para activar la comunicación interna de forma fluida. 14. En la empresa, los rituales comunicacionales, se han definido sobre la base de los valores organizacionales										
			Facilitamiento	15. En la organización se identifican los obstáculos que dificultan el normal desarrollo de la comunicación. 16. En la empresa se han establecido acciones para eliminar las barreras que se presentan en el proceso comunicativo de la empresa.										
			Diseñamiento	17. En la empresa utiliza técnicas dentro de los procesos comunicacionales para captar la atención de los destinatarios de la información. 18. Dentro de la estrategia comunicacional de la empresa, las técnicas utilizadas para despertar el interés de los públicos de la organización facilitan la apercepción del mensaje										
			Anclamiento	19. Se han elaborado planes de cambio para modificar los procesos comunicacionales de la empresa. 20. En la empresa se dispone de mecanismos de control para intervenir en los procesos comunicacionales en caso de ser necesario.										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL

Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ÍTEMS	PERTINENCIA								Redacción	
					Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
					P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Determinar los medios utilizados para transmitir información sobre las acciones establecidas en las estrategias comunicacionales de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Estrategias Comunicacionales	Medios de comunicación	Intranet	21. La empresa posee una red interna o intranet a través de la cual se comparte la información. 22. La intranet de la organización facilita el acceso de los trabajadores de cualquier nivel a la información que requieren para el d[illegible] sus funciones.										
			Revista Interna	2[illegible]ización cuenta con una revista interna que constituye una fuente de información de la estrategia comunicacional utilizada. 24. La revista interna de la empresa utilizada como estrategia comunicacional presenta información de interés a sus públicos sobre aspectos que inciden sus actividades.										
			Comunicación personal	25. En la empresa se fomenta la comunicación cara a cara entre el personal. 26. Como parte de la estrategia comunicacional, en la organización se realizan reuniones de trabajo entre los miembros de la empresa para fomentar el intercambio de opiniones.										
			Tablón de anuncios	27. La organización utiliza tablones de anuncios en sus instalaciones, como parte de su estrategia comunicacional. 28. Los tablones de anuncios son utilizados por cualquier miembro de la organización para difundir mensajes.										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL															
Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.															
Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ÍTEMS	**PERTINENCIA**								**Redacción**	
					Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
					P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Determinar los medios utilizados para transmitir información sobre las acciones establecidas en las estrategias comunicacionales de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Estrategias Comunicacionales	Medios de comunicación	Plan de bienvenida	29. Como parte de la estrategia comunicacional la empresa cuenta con un plan de bienvenida para el personal que ingresa a la empresa. 30. En el marco de la estrategia comunicacional la empresa cuenta con un plan de bienvenida para el personal que ingresa a la empresa.										
			Informe de gestión	31. En la organización se elaboran informes de gestión. 32. Los informes de gestión generados por la organización proporcionan la información necesaria para la toma de decisiones.										

Fuente: Sandrea (2012)

TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL.

Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Subdimensión	Indicador	ÍTEMS	PERTINENCIA								Redacción	
						Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
						P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Analizar los elementos que conforman la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Imagen Corporativa	Elementos de la Imagen Corporativa	Realidad Corporativa	Misión	33. La misión se elaboran informes de gestión que permiten soportar la estrategia comunicacional 34. El enunciado de la misión sintetiza los principales propósitos estratégicos de la empresa, fundamentos de la proyección de su imagen.										
				Visión	35. En la organización se ha establecido la visión estratégica que sustenta la estrategia organizacional, lo cual contribuye a proyectar la imagen corporativa 36. La visión de la empresa refleja el modelo idealizado de corporación que se pretende proyectar en la imagen corporativa del negocio.										
				Objetivos	37. En la empresa se cuenta de manera formal con una estructura de objetivos organizacionales que contribuyen con la proyección de su imagen. 38. Los objetivos establecidos dentro de la organización permiten proyectar de forma coherente la misión de la empresa,										
			Cultura Corporativa	Creencias	39. En la empresa se han establecido pautas de conducta (creencias), que generan comportamientos que constituyen a proyectar una adecuada imagen corporativa.										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL																
Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.																
Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Subdimensión	Indicador	ÍTEMS	**PERTINENCIA**								**Redacción**	
						Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
						P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Analizar los elementos que conforman la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Imagen Corporativa	Elementos de la Imagen Corporativa	Cultura Corporativa		40. Las creencias rigen las actuaciones cotidianas de los miembros de la organización, proyectan una imagen positiva de la empresa.										
				Valores	41. La empresa ha dado a conocer a sus miembros los valores corporativos que la rigen, aspecto que permite proyectar una cultura organizacional adecuada. 42. Los valores corporativos plantean el marco ético – social dentro del cual la empresa lleva a cabo todas sus acciones, proyectando una imagen de actuación moral.										
				Héroes	43. La organización cuenta con líderes considerados modelos de actuación que permiten proyectar una imagen positiva de la empresa. 44. Los líderes han contribuido de manera significativa con la proyección de una imagen de crecimiento de la empresa.										
				Ritos	45. En la empresa se organizan eventos para celebrar fechas conmemorativas que permiten proyectar su imagen. 46. Las celebraciones han permitido proyectar una imagen de compromiso de la empresa con sus miembros.										
			Identidad Corporativa	Logotipo	47. La empresa posee un logotipo. 48. El logotipo representa, a través de letras, el nombre comercial de la organización que se proyecta a los diferentes públicos.										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL

Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Subdimensión	Indicador	ÍTEMS	PERTINENCIA								Redacción	
						Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
						P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Analizar los elementos que conforman la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Imagen Corporativa	Elementos de la Imagen Corporativa.	Identidad Corporativa	Marca	49. La empresa utiliza el registro de su marca como una fuente de proyección de su imagen 50. La organización coloca su marca registrada en los productos, lo cual le ha permitido proyectar su imagen.										
				Símbolo	51. La empresa posee un símbolo o emblema que la identifica, lo cual le permite proyectar su imagen. 52. La organización coloca un símbolo distintivo en sus productos como0 estrategia para proyectar su imagen.										
				Colores	53. En la estrategia de proyección de la imagen corporativa, en la empresa de identifica con algunos colores en particular. 54. Los colores que representan la identidad de la organización se reflejan en sus instalaciones.										
				Uniforme	55. A los miembros de la empresa se les asigna un uniforme, como parte de la estrategia de proyección de la imagen corporativa. 56. El uniforme presenta los colores distintivos de la organización, permitiendo proyectar su imagen.										
				Eslogan	57. La empresa posee un eslogan que permite proyectar su imagen corporativa. 58. El eslogan refleja los principales atributos de la organización que son proyectados en su imagen.										

Continuación. TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR METALMECANICO ADSCRITAS A ACIL															
Objetivo General: Determinar la relación entre las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL.															
Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Subdimensión	Indicador	ÍTEMS	**PERTINENCIA**								**Redacción**	
						Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador			
						P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Analizar los elementos que conforman la imagen corporativa de las empresas del sector metalmecánico adscritas a ACIL	Imagen Corporativa	Elementos de la Imagen Corporativa.	Comunicación Corporativa	Comercial	59. Se ofrece información de carácter comercial al público para dar a conocer los productos de la organización. 60. La organización utiliza la información de carácter comercial para dar a conocer los beneficios de sus productos.										
				Institucional	61. La empresa difunde información de carácter institucional para dar a conocer sus aportes a la sociedad. 62. Como parte de la estrategia de la estrategia de responsabilidad social, la organización ofrece información de carácter institucional a su publico para generar confianza										

Fuente: Sandrea (2012)

ANEXO C
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 10,0 N of Items = 62

Alpha = ,8842

ANEXO D
PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LOS DATOS
GERENTES

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
11	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3

S/I	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62
1	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
3	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5
8	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3
10	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
11	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
12	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4

14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5

PROCESAMIENTO EMPLEADOS

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
5	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
6	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
7	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4
8	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
9	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
11	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
12	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
13	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
14	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
17	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
18	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
19	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
20	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
21	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
23	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
24	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
25	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
26	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
27	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4
28	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
29	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
30	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4

31	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
32	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
33	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
34	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
36	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
37	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
38	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
39	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
40	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
41	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
44	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
45	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
46	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
47	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4
48	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
49	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
51	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
52	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
53	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
54	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
56	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
57	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
58	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
59	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
60	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
61	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
63	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
64	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4

65	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
66	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
67	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
68	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
69	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
70	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
71	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
72	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
73	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
74	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
76	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
77	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
78	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
79	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
80	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
81	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
82	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
83	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
85	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
86	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
87	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
88	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4

S/I	**33**	**34**	**35**	**36**	**37**	**38**	**39**	**40**	**41**	**42**	**43**	**44**	**45**	**46**	**47**	**48**	**49**	**50**	**51**	**52**	**53**	**54**	**55**	**56**	**57**	**58**	**59**	**60**	**61**	**62**
1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
6	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
8	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3

9	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
11	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
12	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
13	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
14	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
16	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
17	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
18	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
19	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
20	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
21	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
24	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
25	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
26	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
27	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
28	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
29	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
31	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
32	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
33	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
34	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
36	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
37	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
38	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
39	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
40	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
41	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3

43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
44	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
45	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
46	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
47	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	
48	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
49	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
51	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	
52	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	
53	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
54	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
55	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
56	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
57	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	
58	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	
59	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
60	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
61	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
62	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	
64	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
65	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	
66	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
67	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	
68	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
69	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
70	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
71	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	
72	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	
73	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
74	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
75	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
76	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	

77	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
78	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
79	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
80	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
82	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
83	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
85	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
86	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
87	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
88	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3