UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

T E S I S

Valoración de la responsabilidad social de las empresas mineras y actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023

Para optar el grado académico de Maestro en:

Ciencias de la Comunicación

Mención: Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales

Autora:

Bach. Jhanet Jhenifer RESINES QUIJADA

Asesor:

Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO

Cerro de Pasco - Perú – 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

T E S I S

Valoración de la responsabilidad social de empresas mineras y actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Jose Nestor SANCHEZ MORALES	**Dr. Abel ROMUALDO ROSARIO**
PRESIDENTE	**MIEMBRO**

Mg. Patricia Elisa GAMARRA BUSTILLOS
MIEMBRO

Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Posgrado
Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 086-2026- DI-EPG-UNDAC

La Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:
Jhanet Jhenifer RESINES QUIJADA

Escuela de Posgrado:
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN MENCIÓN: RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES

TIPO DE TRABAJO:
TESIS

TÍTULO DEL TRABAJO:
VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023.

ASESOR (A): Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO

Índice de Similitud:
7%

Calificativo
APROBADO

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 27 de mayo del 2026

Firma Digital UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN [AVANZADA]
Firmado digitalmente por ALEJOS LOPEZ Jacinto Alejandro FAU 20154605046 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 27.05.2026 17:21:24 -05:00

DOCUMENTO FIRMADO DIGITALMENTE
Dr. Jacinto Alejandro ALEJOS LOPEZ
DIRECTOR

c.c. Archivo
JLBD/EPG

DEDICATORIA

A Dios, fuente inagotable de sabiduría, por haber guiado cada paso de este proceso con amor, paciencia y fortaleza en los momentos más difíciles.

A mis padres, por su amor incondicional, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo, la honestidad y la perseverancia. Este logro también es suyo.

A mis hijos: Aysha, André y Daphne por ser el motivo que me impulsa a seguir adelante y por creer en mí incluso cuando las circunstancias fueron adversas. Gracias por ser mi refugio y mi inspiración constante.

A todos aquellos que, de manera silenciosa pero significativa, me brindaron su apoyo moral, académico o espiritual en este camino de crecimiento personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, mi alma mater, por haberme brindado la formación académica y los valores que hoy me permiten culminar con éxito este proceso de investigación.

Mi gratitud especial a la Escuela de Posgrado y a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por el acompañamiento constante, la calidad de sus docentes y el compromiso con la excelencia académica.

A mi asesor de tesis, Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO, por su guía experta, sus valiosas observaciones y por motivarme a desarrollar un trabajo con rigor, responsabilidad y sentido crítico.

Reconozco también el valioso aporte de los expertos que evaluaron y validaron los instrumentos de investigación, así como a los ciudadanos de Cerro de Pasco que participaron con generosidad y compromiso en la recolección de datos.

Finalmente, a mi familia, a quienes dedico cada página de este trabajo, por su amor, paciencia y fe inquebrantable.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal evaluar la relación entre la valoración de la responsabilidad social corporativa (RSC) de las empresas mineras y la actitud hacia la minería en los pobladores de Cerro de Pasco durante el año 2023. El estudio se sustentó en un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con diseño no experimental, transversal y nivel correlacional. La muestra estuvo conformada por 382 ciudadanos mayores de edad, seleccionados aleatoriamente.

Se aplicó una encuesta estructurada tipo Likert, validada por juicio de expertos y con alta confiabilidad estadística, cuyo tratamiento fue procesado en el software SPSS versión 25. Los resultados revelan una relación positiva y significativa entre la valoración de la RSC y la actitud hacia la minería (Rho de Spearman = 0.709, $p < 0.01$). En cuanto a las dimensiones, la responsabilidad económica (rs = 0.713) obtuvo la correlación más alta, seguida de la ética (rs = 0.709), la filantrópica (rs = 0.669), la ambiental (rs = 0.658) y la legal (rs = 0.579).

Pese a estas correlaciones, los datos descriptivos evidencian una percepción negativa generalizada respecto al cumplimiento real de la RSC por parte de las empresas mineras, especialmente en los aspectos ambientales y legales. La comunidad desconfía de los programas comunicados, los considera ineficaces o como parte de estrategias de marketing sin impacto real.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa, minería, actitud, comunicación estratégica, percepción ciudadana, Cerro de Pasco.

ABSTRACT

The main objective of this research was to evaluate the relationship between the perception of corporate social responsibility (CSR) of mining companies and the attitude toward mining among residents of Cerro de Pasco in 2023. The study employed a quantitative approach, with an applied, non-experimental, cross-sectional, and correlational design. A probabilistic sample of 382 adult participants was surveyed using a structured Likert-type questionnaire, validated by expert judgment and demonstrating high statistical reliability. Data were processed using SPSS version 25.

Results reveal a positive and significant relationship between the perception of CSR and the attitude toward mining (Spearman's Rho = 0.709, $p < 0.01$). Among the CSR dimensions, economic responsibility (rs = 0.713) showed the strongest correlation, followed by ethical (rs = 0.709), philanthropic (rs = 0.669), environmental (rs = 0.658), and legal responsibility (rs = 0.579).

Despite these correlations, descriptive findings indicate a generally negative perception of CSR compliance, particularly regarding environmental and legal obligations. The community perceives CSR programs as ineffective or as part of marketing strategies lacking real impact.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, mining, attitude, strategic communication, public perception, Cerro de Pasco.*

INTRODUCCIÓN

La minería ha sido históricamente una de las principales actividades económicas del Perú, desempeñando un papel fundamental en el desarrollo nacional mediante la generación de empleo, el impulso de las exportaciones y la atracción de inversión extranjera. Sin embargo, esta industria también ha estado asociada a conflictos sociales, ambientales y económicos, especialmente en regiones como Pasco, donde la coexistencia entre empresa y comunidad se ha caracterizado por tensiones y desconfianza.

En este contexto, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se presenta como una herramienta clave para promover una relación más equitativa y sostenible entre las empresas mineras y las poblaciones de su entorno. La RSC no solo implica cumplir con las obligaciones legales, sino también adoptar compromisos éticos, sociales, filantrópicos y ambientales que respondan a las expectativas legítimas de los grupos de interés (stakeholders). Sin embargo, la eficacia de estas acciones depende en gran medida de cómo son comunicadas y percibidas por la población.

En el caso de Pasco, región históricamente marcada por la actividad minera, resulta pertinente indagar cómo valoran los ciudadanos las acciones de RSC emprendidas por las empresas mineras, y de qué manera dicha valoración influye en su actitud hacia la minería. A pesar de los esfuerzos por proyectar una imagen responsable, persiste una brecha entre lo que las empresas comunican y lo que la ciudadanía percibe, lo cual plantea interrogantes sobre la legitimidad y credibilidad de la RSC como estrategia de relacionamiento comunitario.

Esta investigación se propone, por tanto, evaluar la relación entre la valoración de la responsabilidad social de las empresas mineras y la actitud de los pobladores de Cerro de Pasco hacia la minería. Para ello, se diseñó un estudio cuantitativo de tipo correlacional, que permite analizar estadísticamente las percepciones ciudadanas y establecer vínculos entre ambas variables. El estudio se apoya en teorías contemporáneas como la del triple resultado

(Elkington, 1997), la teoría de los stakeholders (Freeman, 1984) y la ética empresarial (Cortina, 2006), que brindan un marco teórico sólido para comprender el papel de la RSC en contextos extractivos.

Los resultados de esta investigación pretenden aportar evidencia útil para mejorar las estrategias de comunicación corporativa en el sector minero, contribuir al diseño de políticas públicas más eficaces y fortalecer el diálogo entre empresa, Estado y ciudadanía en torno al desarrollo sostenible y la paz social.

La autora

ÍNDICE

Página

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema....1

1.2. Delimitación de la investigación....3

1.3. Formulación del problema....4

1.1.1. Problema general....4

1.1.2. Problemas específicos....4

1.4. Formulación de objetivos....5

1.1.3. Objetivo general....5

1.1.4. Objetivos específicos....5

1.5. Justificación de la investigación....5

1.6. Limitaciones de la investigación....6

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio....7

2.1.1. Antecedentes internacionales 7
2.1.2. Antecedentes nacionales 8
2.1.3. Antecedentes locales 10
2.2. Bases teóricas – científicas 12
2.2.1. Responsabilidad social 12
2.2.2. Responsabilidad Social 15
2.2.3. Responsabilidad legal de empresas mineras 17
2.2.4. Responsabilidad ética de las empresas mineras 18
2.2.5. Responsabilidad filantrópica de las empresas mineras 20
2.2.6. Responsabilidad ambiental de las empresas mineras 22
2.3. Definición de términos básicos 24
2.3.1. Valoración 24
2.3.2. Responsabilidad social 24
2.3.3. Actitud 24
2.3.4. Empresas mineras 24
2.4. Formulación de hipótesis 25
2.4.1. Hipótesis general 25
2.4.2. Hipótesis específicas 25
2.5. Identificación de variables 26
2.6. Definición operacional de variables e indicadores 27

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación 28
3.2. Nivel de investigación 28
3.3. Métodos de investigación 28

3.4. Diseño de la investigación 29
3.5. Población y muestra 29
3.5.1. Población 29
3.5.2. Muestra 29
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 30
2.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación 30
3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos 31
3.8. Tratamiento estadístico 32
3.9. Orientación ética filosófica y epistémica 32

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo 35
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados 36
4.3. Prueba de hipótesis 67
4.4. Discusión de resultados 75

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

INDICE DE TABLAS

Página

Tabla 1. Expertos que evaluaron el contenido del cuestionario.....30

Tabla 2. Validadores.....31

Tabla 3. Responsabilidad Social.....31

Tabla 4. Las empresas mineras de Pasco siempre respetan las normas establecidas en la ley en cuanto al desempeño de sus actividades.....36

Tabla 5. Las empresas mineras de Pasco se aseguran de que sus empleados actúen dentro los estándares definidos por la ley.....37

Tabla 6. Las empresas mineras de Pasco tienen un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto.....38

Tabla 7. Las empresas de Pasco están comprometidas con realizar el bien siguiendo los principios de la ética.....39

Tabla 8. Las empresas mineras de Pasco tienen un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación.....40

Tabla 9. Las empresas mineras de Pasco proporcionan un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso, independientemente de su sexo, raza, origen o religión).....41

Tabla 10. Las empresas mineras de Pasco tratan de obtener el máximo beneficio de su actividad.....42

Tabla 11. Las empresas mineras de Pasco apoyan el desarrollo económico local. 43

Tabla 12. Las empresas mineras de Pasco participan en la creación de empleo 44

Tabla 13. Las empresas mineras de Pasco efectúan donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro.....45

Tabla 14. Las empresas mineras de Pasco están comprometidas con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera 46
Tabla 15. Las empresas mineras de Pasco patrocinan o financian activamente eventos educativos, sociales y culturales 47
Tabla 16. Las empresas mineras de Pasco desarrollan políticas activas en defensa del medio ambiente.....48
Tabla 17. Las empresas mineras de Pasco tienen programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos 49
Tabla 18. Las empresas mineras de Pasco poseen programas de reducción de la contaminación 50
Tabla 19. La minería es una fuente importante de ingresos para mi región. 51
Tabla 20. La minería contribuye al desarrollo económico de mi comunidad.....52
Tabla 21. La minería atrae inversiones extranjeras a mi país. 53
Tabla 22 . La minería aumenta el nivel de vida de las personas en mi región. 54
Tabla 23. La minería respeta los derechos de las comunidades locales. 55
Tabla 24. La minería promueve el bienestar social en mi región. 56
Tabla 25. La minería reduce la pobreza de la población. 57
Tabla 26. La minería reduce los problemas sociales como la delincuencia y la prostitución. 58
Tabla 27. La minería tiene un impacto positivo en el medio ambiente. 59
Tabla 28. La minería afecta positivamente la biodiversidad en mi región. 60
Tabla 29. La minería cumple con las normas ambientales. 61
Tabla 30. La minería contribuye a aminorar el cambio climático. 62
Tabla 31. La minería es una fuente de empleo para muchas personas. 63
Tabla 32. La minería ofrece mejores condiciones laborales a sus trabajadores. 64
Tabla 33. La minería no es una actividad peligrosa para los trabajadores. 65

Tabla 34. La minería es una fuente de empleo para muchas personas. 66
Tabla 35. Resultado del test de Spearman entre RSC y Actitud hacia la Minería. 68
Tabla 36. Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Económica y Actitud hacia la Minería. 69
Tabla 37. Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Legal y Actitud hacia la Minería. 71
Tabla 38. Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Ética y Actitud hacia la Minería. 72
Tabla 39. Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Filantrópica y Actitud hacia la Minería. 73
Tabla 40. Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Ambiental y Actitud hacia la Minería. 74

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura 1. Las empresas mineras de Pasco siempre respetan las normas establecidas en la ley en cuanto al desempeño de sus actividades 36

Figura 2. Las empresas mineras de Pasco se aseguran de que sus empleados actúen dentro los estándares definidos por la ley 37

Figura 3. Las empresas mineras de Pasco tienen un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto 38

Figura 4. Las empresas de Pasco están comprometidas con realizar el bien siguiendo los principios de la ética 39

Figura 5. Las empresas mineras de Pasco tienen un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación 40

Figura 6. Las empresas mineras de Pasco proporcionan un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso, independientemente de su sexo, raza, origen o religión).....41

Figura 7. Las empresas mineras de Pasco tratan de obtener el máximo beneficio de su actividad 42

Figura 8. Las empresas mineras de Pasco apoyan el desarrollo económico local. 43

Figura 9. Las empresas mineras de Pasco participan en la creación de empleo 44

Figura 10. Las empresas mineras de Pasco efectúan donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro.....45

Figura 11. Las empresas mineras de Pasco están comprometidas con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera 46

Figura 12. Las empresas mineras de Pasco patrocinan o financian activamente eventos educativos, sociales y culturales 47

Figura 13. Las empresas mineras de Pasco desarrollan políticas activas en defensa del medio ambiente.....48
Figura 14. Las empresas mineras de Pasco tienen programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos 49
Figura 15. Las empresas mineras de Pasco poseen programas de reducción de la contaminación 50
Figura 16. La minería es una fuente importante de ingresos para mi región.....51
Figura 17. La minería contribuye al desarrollo económico de mi comunidad. 52
Figura 18 . La minería atrae inversiones extranjeras a mi país.....53
Figura 19. La minería aumenta el nivel de vida de las personas en mi región. 54
Figura 20. La minería respeta los derechos de las comunidades locales. 55
Figura 21. La minería promueve el bienestar social en mi región.....56
Figura 22. La minería reduce la pobreza de la población. 57
Figura 23. La minería reduce los problemas sociales como la delincuencia y la prostitución. 58
Figura 24. La minería tiene un impacto positivo en el medio ambiente.....59
Figura 25. La minería afecta positivamente la biodiversidad en mi región.....60
Figura 26. La minería cumple con las normas ambientales.....61
Figura 27. La minería contribuye a aminorar el cambio climático.....62
Figura 28. La minería es una fuente de empleo para muchas personas. 63
Figura 29. La minería ofrece mejores condiciones laborales a sus trabajadores. 64
Figura 30. La minería no es una actividad peligrosa para los trabajadores. 65
Figura 31. La minería es una fuente de empleo para muchas personas. 66

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

La minería es una de las actividades económicas más importantes en 81 países. Genera divisas, inyecta inversión extranjera directa, eleva los ingresos fiscales, crea puestos de trabajo y dinamiza la economía. Sin embargo, también es asociada a la corrupción, la explotación y la degradación medioambiental.

La minería es criticada y es fuente de muchos conflictos sociales. Estos han ocurrido y ocurren en los llamados países desarrollados y en los en vías de desarrollo. Canadá, Estados Unidos, Australia, España, entre otros, han experimentado las protestas de los ciudadanos disconformes con la explotación minera. García et al. (2020) sostienen que América Latina es la región con mayores conflictos socioambientales relacionados con la explotación minera. México, Chile, Ecuador, Colombia, Bolivia, Perú, entre otros han tenido reacciones adversas de la población.

Los empresarios mineros tienen claro la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como una forma de asegurar la sostenibilidad de las empresas. En los países desarrollados y en vías de desarrollo se ha asimilado que parte de gestionar la empresa

es la gestión de la RSC. Esta es muy importante para las empresas mineras de todos los tamaños y de todos los países. Exige que la organización se comprometa con los impactos económicos, sociales y ambientales en sus entornos. Y, de ese modo, las empresas alcanzan la indispensable legitimidad o licencia social.

La encuesta mundial de Ipsos (2023) reveló que la responsabilidad de actuar frente al cambio climático debe ser compartido por el gobierno, las empresas y los ciudadanos. Asimismo, que hay una consciencia en los empresarios y los ciudadanos sobre responsabilidad empresarial. Inclusive, se habla de la triple cuenta de toda empresa minera: económica, social y medio ambiental.

En el marco del Global Reporting Initiative, las empresas mineras que operan en el Perú realizan RSC y la comunican periódicamente a sus grupos de interés. Según este informe, las empresas: reforestan; reubican especies; cuidan y reservan la fauna; gestionan sus residuos; invierten en protección ambiental; evalúan a sus proveedores; gestionan responsablemente el agua; minimizan el impacto ambiental; mitigan el impacto del transporte de recursos; renuevan sus certificaciones ISO 9001 (Gestión de la Calidad), ISO 14001 (Gestión Ambiental) y OHSAS 18001 (Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo), y se mantienen en el registro de OEFA; atienden los reclamos ambientales; reducen el consumo de energía al optar por una energía renovable; reciben premios y distintivos, como “Empresa Socialmente Responsable”, premio “Las 5 S”, “Yo reciclo”, “Premio Nacional de Minería”, “Excelencia en Prevención de Riesgos”, “Top Green Companies”; gestionan la seguridad de sus trabajadores; reducen la huella del carbono y las emisiones del efecto invernadero (Pocomucha y Venegas, 2021).

Sin embargo, los conflictos sociales son frecuentes. Se estima que más 30 mil millones de dólares en inversión minera están paralizadas por falta de licencia social.

Los pobladores de los entornos han presentado reclamos sociales que han impedido la ejecución de esos proyectos.

En Pasco, hay dos empresas dedicadas a la extracción no metálica (caolín), mientras que 37 empresas dedicadas a la extracción metálica (arsénico, bismuto, cobre, oro, plata, plomo y zinc). Todas las empresas que extraen productos no metálicos y 34 de 37 empresas dedicadas a la explotación de metales se encuentran en la provincia de Pasco (Dirección General de Minería, 2023).

Según el Mapa de conflictos sociales de la Defensoría del Pueblo (2023), en la región Pasco hay 10 conflictos sociales relacionados con la minería. De ellos, 2 están en la provincia Daniel Alcides Carrión y 8 en Pasco, cuya capital es Pasco.

Pasco es una región minera hace varios siglos. Así, se puede afirmar que los habitantes de esta región conocen los beneficios y los perjuicios de la minería. Han recibido u observado las actividades de responsabilidad social de las empresas mineras.

1.2. Delimitación de la investigación

En el presente trabajo se estudió la responsabilidad social corporativa de las empresas mineras desde las Ciencias de la Comunicación, como la tradición científica la ha abordado (Castillo, 2022). El interés está centrado en la comunicación de la RSC; no, en las actividades empresariales mismas. Así, se entiende la valoración de responsabilidad social corporativa de las empresas mineras como el resultado de la comunicación entre la empresa (emisor) y sus stakeholders (receptores). Las percepciones, las valoraciones, las actitudes, que tienen los pobladores del entorno se forman a partir de los mensajes que envían las empresas.

Asimismo, esta investigación se concentra en los habitantes de la provincia de Pasco, que a su vez es capital de la región. Finalmente, está investigación es correlacional y no causal, porque el diseño es no experimental

1.3. Formulación del problema

1.1.1. Problema general

¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?

1.1.2. Problemas específicos

a) ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?

b) ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?

c) ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?

d) ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?

e) ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.1.3. Objetivo general

Evaluar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.

1.1.4. Objetivos específicos

a) Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.

b) Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.

c) Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.

d) Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.

e) Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.

1.5. Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica por la importancia del tema para los pobladores de Cerro de Pasco, pues a partir de los resultados se pueden plantear premisas y propuestas para que las empresas mineras del sector implementen un

programa de responsabilidad social que por consecuencia beneficie a sus grupos de interés y a la misma empresa en su reputación.

Así también, el trabajo es de utilidad y referente para otras investigaciones en el tema sobre la valoración de la responsabilidad social de las empresas mineras.

1.6. Limitaciones de la investigación

Económicas. – Ha sido una dificultad abordar el tema de mareara regional la cual hubiera sido ideal para los resultados.

De tiempo. - Habiendo egresado de la maestría hace más de cuatro años, el tiempo disponible para llevar a cabo una investigación fue limitado, lo que afectó un poco la duración de la recopilación de datos y la profundidad del análisis.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Sobre la responsabilidad social corporativa de las empresas mineras se han realizado investigaciones en el Perú y en otros países. A continuación, se reseñan los más importantes.

García et al. (2020) realizaron un análisis de las percepciones de los diferentes stakeholders (comunidades afectadas, organismos no gubernamentales y consultores). Esta investigación fue de tipo exploratoria y tuvo un enfoque cualitativo. Se realizaron entrevistas a profundidad de los diferentes actores. El estudio se llevó a cabo en Colombia, Ecuador, Chile, Bolivia y Perú. Los resultados fueron: la minería es una actividad controvertida, las empresas han reconocido el valor de la responsabilidad social corporativa como una clave para la mejora de los grupos de interés. Perciben bien a las memorias, pero los consideran herramientas del marketing. Hay una convivencia entre las empresas mineras y los estados. Las comunidades tienen limitaciones para

percibir los daños ocasionados por las empresas mineras. Y finalmente, se encontró la necesidad de un diálogo entre las partes.

Valenzuela (2016) analizó las incidencias de las estrategias comunicacionales de la Empresa Antapaccay en las percepciones de los beneficiarios del Proyecto de Lácteos. La investigación tuvo un enfoque cualitativo. Se realizaron entrevistas en profundidad a los diferentes actores involucrados en la responsabilidad social empresarial y, también, se analizaron documentos. Se encontró que hay reconocimiento por parte de la empresa en promover un desarrollo económico local, sostenible en el tiempo. En ese sentido, se han realizado capacitaciones a los ganaderos. Se observó una coincidencia entre los objetivos empresariales y los de las comunidades.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Flores y Flores (2022) determinaron el impacto de la responsabilidad social corporativa de las empresas mineras en las comunidades de la zona sur del Perú. La investigación tuvo un diseño no experimental transversal, un enfoque cuantitativo y un alcance explicativo. La población estudiada fue de 301 colaboradores del área de comunidades y bienestar social de las cinco empresas con mejor reputación según MERCO. De esta se seleccionó una muestra probabilística de 177 colaboradores. Se utilizó un cuestionario tipo Likert para recoger los datos. El principal resultado encontrado fue que la responsabilidad social corporativa de las empresas tiene una correlación positiva alta con las comunidades de la zona sur del Perú. Se halló un Rho de Spearman de 0,719 y una significancia de 0,000. Esta correlación alta se debe a que la población estudiada está conformada por los colaboradores de las empresas. Además, el análisis estadístico para una investigación explicativa está incompleto. Por ello, esta investigación, en verdad, no llega a probar el impacto de la responsabilidad social corporativa en las comunidades. Sin embargo, es un aporte valioso para nuestra

investigación, ya que nos advierte que el impacto de la responsabilidad de una empresa no se puede probar en la misma empresa y que la investigación explicativa requiere un análisis estadístico mayor.

Menéndez (2018) desarrolló una investigación centrada en la gestión de la responsabilidad social corporativa y su impacto en el desarrollo sostenible dentro del sector minero, tomando como caso de estudio a la Compañía Minera Caravelí. El trabajo de campo se llevó a cabo en comunidades aledañas a dicha empresa, aplicándose encuestas a una muestra de cuarenta personas, seleccionadas mediante el uso del estadístico de desviación estándar. Entre los encuestados se incluyeron dirigentes comunales, autoridades locales, pobladores y trabajadores de la compañía.

El estudio sostiene que la responsabilidad social empresarial en el ámbito minero no debe entenderse únicamente como una estrategia para mejorar la imagen corporativa ante la comunidad, sino como un compromiso genuino con el desarrollo compartido entre la empresa y su entorno. En este sentido, se plantea que cada acción emprendida por la compañía tiene efectos directos sobre la población vecina, estableciendo una dinámica en la que la empresa asume un rol activo y la comunidad uno pasivo, como receptora de los beneficios.

Asimismo, el autor advierte que existe una tendencia a malinterpretar la responsabilidad social: por un lado, algunos sectores de la población la perciben como una obligación empresarial; y por otro, las empresas pueden considerarla como un gasto sin retorno. Este trabajo busca justamente clarificar estas percepciones erróneas y destacar las ventajas de una interacción responsable y mutuamente beneficiosa entre empresa y comunidad.

Pino (2020) llevó a cabo una investigación cuyo propósito fue determinar el grado de influencia que ejerce la responsabilidad social corporativa (RSC) en la

reputación corporativa percibida por los habitantes de zonas mineras del sur del Perú durante el periodo 2019-2020. El estudio, de tipo básico, nivel analítico-correlacional y diseño no experimental, consideró una muestra de 401 personas mayores de 18 años, procedentes de los departamentos de Arequipa, Moquegua, Tacna y Puno.

Los hallazgos evidencian que la RSC tiene una influencia significativa en la percepción de la reputación corporativa por parte de los pobladores (correlación de 0,64). Asimismo, se encontró que las tres dimensiones analizadas —el balance social (0,45), el balance económico (0,58) y el balance ambiental (0,58), todas medidas a través del estadístico chi-cuadrado— presentan una relación directa con dicha percepción. Por otro lado, se identificó que el concepto de valor compartido también influye de manera significativa (0,66), mientras que la variable relacionada con la pandemia de la COVID-19 mostró una correlación positiva, aunque menor (0,05), con respecto a la reputación corporativa.

2.1.3. Antecedentes locales

Cárdenas y Huihua (2018) analizaron la estrategia de responsabilidad social externa de la Empresa Volcan en la comunidad Huayhuay a través del Modelo Integral de Gestión Social diseñado exclusivamente para industrias extractivas. El enfoque de la investigación fue mixto. Se analizaron documentos, se realizaron entrevistas en profundidad y se encuestaron a 73 comuneros. Los resultados se dividieron en cuatros aspectos: legitimación social, gestión de compromisos, promoción del desarrollo social sostenible y comunicaciones estratégicas. Volcan no se encuentra legitimada, ya que se observó mucha desconfianza en la población. La gestión de compromisos no es eficaz, ya que no se observó buenas relaciones con los gobiernos locales y regionales. Volcan no promociona la salud ni la educación ni el empleo ni el desarrollo económicos.

Finalmente, Volcan no cuenta con estrategias eficaces de comunicación externa, ya que se presentan muchos reclamos que quedan sin respuestas.

Ventocilla E. (2023) El estudio se centró en un enfoque cuantitativo de tipo básico, con un diseño de investigación descriptivo-correlacional. Se investigó la relación entre la generación de empleo como política de responsabilidad social de la Minera Cerro SAC y su impacto en la economía del poblador de Paragsha en 2020. El objetivo principal fue entender esta relación, mientras que los objetivos específicos incluyeron analizar la generación de trabajo directo e indirecto como parte de la Responsabilidad Social de la minera y su efecto en la economía local. Se empleó un cuestionario con diez preguntas, administrado a 362 residentes de Paragsha en el distrito de Simón Bolívar, para medir la relación entre las variables X y Y. Los resultados se analizaron estadísticamente para hacer generalizaciones sobre las muestras. Se concluyó que la generación de empleo como política de responsabilidad social de la minera Cerro SAC tiene un impacto significativo en la economía de Paragsha.

García M. (2020) El propósito de esta investigación fue analizar el impacto de la Responsabilidad Social en los Proyectos de Recuperación que se llevaron a cabo en la Laguna de Patarcocha en Cerro de Pasco. Se llevó a cabo un estudio de campo de tipo causal comparativo, enfocado en la población que reside en las cercanías de la laguna. Se aplicaron cuestionarios a funcionarios del gobierno regional y local, consultores de proyectos relacionados, entidades estatales responsables del cuidado ambiental y residentes locales. Los resultados revelaron que las intervenciones y obras de recuperación realizadas fueron consideradas como medidas paliativas para mitigar la contaminación ambiental, sin que se perciba una responsabilidad social por parte de los involucrados. Esto incluye acciones como el tratamiento urbano paisajístico, la sensibilización y capacitación, la declaración como "Patrimonio Cultural de la Nación

y Paisaje Cultural Histórico", el saneamiento físico legal y la sostenibilidad, entre otros aspectos. Desde la perspectiva del investigador, se considera importante el constructo teórico de la preocupación ambiental, compuesto por creencias ecológicas, control ambiental y normas ambientales. Además, se destacó la necesidad de revalorar y recuperar la Laguna de Patarcocha para abordar la contaminación ambiental, evidenciada por la opinión mayoritaria de los encuestados que solicitan la instalación de un anillo colector y un túnel revestido de cemento para eliminar bacterias y olores desagradables. En conclusión, la hipótesis planteada fue confirmada.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Responsabilidad social

Existen varias teorías y enfoques que abordan la responsabilidad social de las empresas. A continuación, se presentan algunas de las teorías más destacadas:

Según Freeman (1984), la Teoría de los Stakeholders plantea que las organizaciones están conformadas por diversos grupos de interés, también conocidos como stakeholders, entre los cuales se encuentran comúnmente los accionistas, empleados, inversores potenciales, proveedores, clientes, la administración y la sociedad en general (Ezequiel Alpuche & Leines, 2023). Esta teoría establece que las empresas deben asumir el compromiso de identificar, considerar y atender las expectativas y necesidades de todas las partes involucradas en sus actividades. Esto incluye no solo a quienes participan directamente en el entorno empresarial, como trabajadores y clientes, sino también a actores indirectos como las comunidades locales y otros grupos impactados por sus decisiones. En esencia, la teoría destaca la relevancia de mantener un equilibrio entre los distintos intereses, fomentando la cooperación para alcanzar un desarrollo sostenible.

Teoría del triple resultado: Esta teoría, plantea que las empresas deben medir su desempeño y rendimiento en tres dimensiones: económica, social y ambiental. Según esta teoría, una empresa responsable socialmente debe buscar no solo la rentabilidad económica, sino también el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. El triple resultado busca un equilibrio entre el beneficio económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental. La expresión fue utilizada por primera vez por John Elkington en 1994, quien posteriormente lo expandió y articuló a fondo en su libro Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. (Sosteniblepedia, 2020)

Teoría de la ética de los negocios: Esta teoría se centra en la responsabilidad ética de las empresas y sostiene que las organizaciones deben adherirse a principios y valores éticos en todas sus decisiones y acciones. La ética de los negocios implica respetar los derechos humanos, evitar prácticas deshonestas, fomentar la transparencia y la integridad, y actuar de manera justa y responsable hacia todas las partes interesadas.

Gemma J. (2021) Escritor especialista en artículos de la Business Revista Digital manifiesta sobre la ética en los negocios, se basa en una serie de reglas escritas y tácitas sobre los principios que rigen las acciones y la toma de decisiones de una empresa. La ética viene de una rama de la filosofía que ve los valores humanos en relación con su conducta a lo bueno o malo, lo correcto e incorrecto

Teoría de la ciudadanía corporativa: Esta teoría sostiene que las empresas tienen la responsabilidad de ser ciudadanos corporativos y contribuir al bienestar de la sociedad en general. Esto implica que las empresas deben ir más allá de sus obligaciones legales y económicas y participar activamente en la solución de problemas sociales, apoyar iniciativas comunitarias, proteger el medio ambiente y promover prácticas comerciales éticas.

Otálora (2016) señala que la ciudadanía, entendida como el conjunto de derechos y deberes que permiten al individuo establecer vínculos con la sociedad y el territorio en el que habita, basada en principios universales, ha trascendido en los últimos años al ámbito organizacional. En este contexto, las organizaciones ya no son vistas únicamente como entes económicos, sino también como actores sociales, es decir, como ciudadanos corporativos. Esta perspectiva implica reconsiderar el papel fundamental que desempeñan las organizaciones dentro de la sociedad, así como la necesidad de alinear la generación de riqueza con un compromiso activo hacia la responsabilidad social y el respeto al medio ambiente.

Teoría de la creación de valor compartido: Esta teoría argumenta que el éxito empresarial a largo plazo está intrínsecamente vinculado al desarrollo social y económico de las comunidades donde operan las empresas. Según esta teoría, las empresas deben identificar oportunidades para generar valor tanto para la empresa como para la sociedad, al abordar desafíos sociales y ambientales a través de su modelo de negocio y contribuir así a un desarrollo sostenible.

Estas teorías proporcionan diferentes perspectivas sobre la responsabilidad social de las empresas y han influido en la forma en que las organizaciones comprenden y abordan sus responsabilidades en términos sociales, ambientales y éticos. Cada teoría tiene sus propias fortalezas y limitaciones, y las empresas pueden adoptar enfoques integrados y adaptados a su contexto y objetivos específicos.

King (2020) explica que el concepto de valor compartido, desarrollado por el profesor de la Universidad de Harvard Michael Porter, propone una nueva visión para el sector empresarial. Esta perspectiva invita a las empresas a replantear sus procesos y operaciones considerando el contexto social en el que actúan. La propuesta no implica renunciar a la generación de ganancias, sino más bien incorporar una mayor conciencia

sobre las necesidades sociales y los beneficios que pueden generarse al integrar dichos aspectos en sus estrategias de negocio.

2.2.2. Responsabilidad Social

Cortés (2017) sostiene que la responsabilidad económica representa el pilar esencial para la continuidad de una organización a lo largo del tiempo. Esta se enfoca en la producción de bienes o la prestación de servicios que respondan adecuadamente a las necesidades y expectativas de la sociedad, con el propósito de alcanzar una demanda rentable para la empresa. En este sentido, dicha responsabilidad constituye la razón de ser de la organización y se puede comprender como la generación de valor económico mediante el intercambio ético y moralmente responsable de productos, bienes o servicios entre la empresa y su entorno social (p. 31)

La responsabilidad económica de las empresas mineras se refiere a su papel y obligaciones en términos de contribución económica y desarrollo sostenible en las áreas donde operan. Algunos aspectos clave de la responsabilidad económica de las empresas mineras incluyen:

Generación de empleo: Las empresas mineras suelen ser importantes generadoras de empleo en las comunidades locales. La responsabilidad económica implica proporcionar oportunidades de empleo justas y seguras, así como fomentar la capacitación y el desarrollo profesional de los trabajadores.

Impuestos y regalías: Las empresas mineras están sujetas a obligaciones fiscales y deben contribuir a los ingresos fiscales de los países donde operan. Esto incluye el pago de impuestos corporativos, regalías y otros tributos relacionados. La responsabilidad económica implica cumplir con estas obligaciones de manera transparente y justa.

Desarrollo económico local: Las empresas mineras pueden impulsar el desarrollo económico de las comunidades locales a través de la creación de empleo indirecto y la inversión en proyectos y programas que beneficien a la economía local. Esto puede incluir el apoyo a las empresas locales, el fomento del emprendimiento y la promoción del desarrollo de proveedores locales.

Inversión en infraestructura: Las empresas mineras a menudo invierten en infraestructura necesaria para facilitar sus operaciones, como carreteras, puentes, líneas de energía y sistemas de agua. Estas inversiones pueden tener un impacto positivo en el desarrollo económico de la región, al mejorar la conectividad y la accesibilidad a servicios básicos.

Desarrollo de habilidades y transferencia de tecnología: La responsabilidad económica de las empresas mineras implica fomentar la capacitación y el desarrollo de habilidades de los trabajadores locales, promoviendo así la transferencia de conocimientos y tecnología. Esto puede ayudar a fortalecer la base de habilidades y conocimientos en la región y crear oportunidades económicas a largo plazo.

Gestión responsable de recursos financieros: Las empresas mineras tienen la responsabilidad de administrar de manera responsable los recursos financieros relacionados con sus operaciones. Esto implica la adopción de prácticas financieras sólidas, la transparencia en la divulgación de información financiera y el cumplimiento de regulaciones financieras aplicables.

La responsabilidad económica de las empresas mineras se centra en su contribución al desarrollo económico sostenible de las áreas donde operan, a través de la generación de empleo, el pago de impuestos y regalías, el apoyo al desarrollo local, la inversión en infraestructura y la promoción de la transferencia de habilidades y tecnología.

2.2.3. Responsabilidad legal de empresas mineras

En cuanto a la responsabilidad legal, Cortés (2017) señala que esta se fundamenta en la observancia y respeto de las leyes vigentes en los distintos contextos en los que la organización desarrolla sus actividades. Esto implica el acatamiento tanto de las normativas explícitas como de aquellas implícitas establecidas por el Estado y la sociedad, las cuales regulan y hacen posible el funcionamiento de la empresa dentro del mercado (p. 31)

La responsabilidad legal de las empresas mineras se refiere al cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables en todas las etapas de sus operaciones. Algunos aspectos clave de la responsabilidad legal de las empresas mineras incluyen:

Cumplimiento normativo: Las empresas mineras deben cumplir con las leyes y regulaciones ambientales, laborales, fiscales, de seguridad y otras que sean aplicables en las jurisdicciones donde operan. Esto implica conocer y cumplir con los requisitos legales, obtener los permisos y licencias necesarios, y mantener registros y documentación adecuados.

Licencias y concesiones: Las empresas mineras deben obtener las licencias y concesiones requeridas para llevar a cabo sus actividades mineras de manera legal. Esto puede incluir la obtención de derechos de explotación, permisos de agua, autorizaciones ambientales, entre otros, dependiendo de las regulaciones específicas de cada país.

Protección ambiental: Las empresas mineras están sujetas a leyes y regulaciones que buscan proteger el medio ambiente y minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Esto incluye el cumplimiento de los estándares de calidad del aire y del agua, la gestión adecuada de los residuos, la rehabilitación de áreas afectadas y el seguimiento de la biodiversidad.

Salud y seguridad ocupacional: Las empresas mineras deben cumplir con las leyes y regulaciones relacionadas con la salud y seguridad ocupacional para garantizar un entorno de trabajo seguro para sus empleados. Esto implica implementar medidas de prevención de riesgos, proporcionar capacitación adecuada, mantener equipos de seguridad y establecer procedimientos de respuesta a emergencias.

Protección de los derechos humanos: Las empresas mineras están sujetas a las leyes y regulaciones que protegen los derechos humanos, tanto en términos de sus empleados como de las comunidades locales. Esto incluye el respeto de los derechos laborales, la no discriminación, la protección de los derechos de las comunidades indígenas y el cumplimiento de los estándares internacionales de derechos humanos.

Responsabilidad civil y contractual: Las empresas mineras tienen responsabilidad legal en caso de daños o perjuicios causados a terceros o incumplimientos contractuales. Esto puede incluir la responsabilidad por contaminación ambiental, violaciones de derechos de propiedad, incumplimiento de acuerdos de compensación con comunidades locales, entre otros.

Es importante destacar que las leyes y regulaciones pueden variar en cada país y región, por lo que las empresas mineras deben asegurarse de estar actualizadas y cumplir con los requisitos legales específicos de cada lugar donde operan.

2.2.4. Responsabilidad ética de las empresas mineras

De igual manera, Cortés (2017) indica que la responsabilidad ética se refiere al compromiso de la empresa con aquellas expectativas sociales que no están necesariamente establecidas por la ley. Esta responsabilidad implica actuar de manera íntegra y adecuada, con el objetivo de no generar efectos negativos en sus grupos de interés. En este sentido, la empresa debe respetar y adherirse a normas sociales, e

incluso a prácticas no formalmente reguladas, pero que podrían influir en aspectos sensibles como la cultura o la moral de la comunidad en la que opera (p. 31)

La responsabilidad ética de las empresas mineras se refiere a su compromiso de actuar de manera ética y moralmente responsable en todas sus actividades, más allá de los requisitos legales. Algunos aspectos clave de la responsabilidad ética de las empresas mineras incluyen:

Transparencia y divulgación: Las empresas mineras deben ser transparentes en su divulgación de información, tanto internamente como hacia el público. Esto implica proporcionar información clara y precisa sobre sus operaciones, impacto ambiental, relaciones con las comunidades locales y prácticas empresariales.

Respeto por los derechos humanos: Las empresas mineras tienen la responsabilidad ética de respetar y promover los derechos humanos en todas sus operaciones. Esto implica garantizar condiciones de trabajo justas y seguras, respetar los derechos de los trabajadores, evitar la discriminación y abordar cualquier impacto negativo en las comunidades locales y los pueblos indígenas.

Relaciones comunitarias: La responsabilidad ética implica establecer relaciones sólidas y respetuosas con las comunidades locales donde se llevan a cabo las operaciones mineras. Esto implica consultar y colaborar de manera activa con las comunidades, respetar sus derechos, abordar sus preocupaciones y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades.

Gestión ambiental responsable: Las empresas mineras deben asumir la responsabilidad ética de minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Esto implica implementar prácticas de gestión ambiental sostenibles, promover la conservación de la biodiversidad, reducir las emisiones contaminantes y buscar la rehabilitación de las áreas afectadas por la actividad minera.

Integridad y ética empresarial: Las empresas mineras tienen la responsabilidad ética de operar con integridad y adherirse a altos estándares éticos en todas las áreas de su negocio. Esto incluye prevenir la corrupción, evitar prácticas comerciales deshonestas, garantizar la equidad y la transparencia en la toma de decisiones y mantener una conducta ética en las relaciones con los proveedores y socios comerciales.

Compromiso con la sostenibilidad: La responsabilidad ética implica que las empresas mineras adopten un enfoque de desarrollo sostenible en sus operaciones. Esto implica considerar los aspectos económicos, sociales y ambientales a largo plazo, buscando un equilibrio entre el beneficio económico y el cuidado de los recursos naturales y las comunidades locales.

Participación en la comunidad y responsabilidad social: Las empresas mineras tienen la responsabilidad ética de participar activamente en la comunidad y contribuir a su desarrollo. Esto puede incluir la inversión en proyectos de desarrollo comunitario, apoyo a la educación, salud, infraestructura y otros programas que beneficien a la comunidad.

En resumen, la responsabilidad ética de las empresas mineras implica ir más allá del cumplimiento legal y adoptar un enfoque basado en principios éticos, promoviendo la transparencia, el respeto a los derechos humanos, la gestión ambiental responsable, la integridad empresarial y el compromiso con la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades.

2.2.5. Responsabilidad filantrópica de las empresas mineras

Cortés (2017) señala que la responsabilidad filantrópica se expresa a través de acciones que no están reguladas por leyes ni por normas sociales, pero que la empresa decide asumir de forma voluntaria y desinteresada como una expresión de sus valores

institucionales. Este tipo de responsabilidad se materializa en iniciativas de carácter social orientadas a generar un impacto positivo, contribuyendo al bienestar y a la mejora de la calidad de vida de determinados grupos de interés (p. 31)

La responsabilidad filantrópica de las empresas mineras se refiere a su compromiso y contribución voluntaria para apoyar el desarrollo social y comunitario más allá de sus obligaciones legales y económicas. Esta responsabilidad implica destinar recursos financieros, conocimientos y capacidades para abordar problemas y necesidades sociales en las áreas donde operan. Algunos aspectos clave de la responsabilidad filantrópica de las empresas mineras incluyen:

Inversión en proyectos comunitarios: Las empresas mineras pueden realizar inversiones significativas en proyectos comunitarios que beneficien a las comunidades locales. Esto puede incluir la construcción o mejora de escuelas, hospitales, infraestructura básica, centros comunitarios, instalaciones deportivas, entre otros.

Apoyo a programas de desarrollo social: Las empresas mineras pueden respaldar programas de desarrollo social que mejoren la calidad de vida de las comunidades locales. Estos programas pueden incluir el acceso a la educación, la salud, el agua potable, la nutrición, el desarrollo económico local, la capacitación laboral, entre otros.

Patrocinio de eventos y actividades comunitarias: Las empresas mineras pueden proporcionar patrocinio financiero o recursos para eventos y actividades comunitarias que promuevan la cohesión social, la cultura y el bienestar de la comunidad. Esto puede incluir festivales, competiciones deportivas, eventos culturales y otras iniciativas comunitarias.

Apoyo a organizaciones sin fines de lucro: Las empresas mineras pueden colaborar con organizaciones sin fines de lucro locales o internacionales que trabajen

en áreas como la educación, la salud, el medio ambiente, el desarrollo comunitario y otros temas relevantes. Esto puede incluir donaciones financieras, donación de equipos o brindar apoyo técnico y de gestión.

Promoción de la responsabilidad social empresarial: Las empresas mineras pueden desempeñar un papel activo en la promoción y difusión de prácticas de responsabilidad social empresarial tanto dentro de la industria minera como en otros sectores. Esto implica compartir buenas prácticas, participar en iniciativas de colaboración y contribuir al diálogo y la conciencia sobre temas sociales y ambientales.

Es importante destacar que la responsabilidad filantrópica debe complementar y no reemplazar las obligaciones legales y económicas de las empresas mineras. Además, las empresas deben asegurarse de que sus iniciativas filantrópicas sean transparentes, participativas y estén en línea con las necesidades y prioridades de las comunidades locales.

2.2.6. Responsabilidad ambiental de las empresas mineras

De acuerdo con Ferré C. et al (2015) La responsabilidad ambiental de las empresas mineras se refiere a su obligación de minimizar y mitigar el impacto ambiental de sus actividades mineras. Dado que la minería puede tener efectos significativos en el medio ambiente, es fundamental que las empresas mineras adopten prácticas para proteger y preservar los recursos naturales y los ecosistemas. (p.15)

Algunos aspectos clave de la responsabilidad ambiental de las empresas mineras incluyen:

Gestión de residuos: Las empresas mineras deben implementar sistemas adecuados para gestionar los residuos generados durante las operaciones mineras. Esto incluye la identificación, clasificación y manejo adecuado de los desechos sólidos, líquidos y gaseosos para minimizar los impactos en el suelo, el agua y el aire. Se pueden

utilizar técnicas como la reducción, el reciclaje, la reutilización y el tratamiento adecuado de los residuos.

Conservación del agua: La minería puede requerir grandes cantidades de agua para las operaciones y puede afectar la calidad y disponibilidad de este recurso vital. Las empresas mineras deben implementar medidas para reducir el consumo de agua, reciclar y reutilizar el agua tanto como sea posible, y gestionar adecuadamente los efluentes para prevenir la contaminación de cuerpos de agua y acuíferos.

Rehabilitación de áreas afectadas: Las empresas mineras tienen la responsabilidad de rehabilitar y restaurar las áreas afectadas por la actividad minera una vez que la operación ha finalizado. Esto implica la remediación de áreas degradadas, la restauración de la vegetación, la revegetación de áreas despojadas y la recuperación de ecosistemas afectados. El objetivo es dejar un legado ambiental positivo y minimizar el impacto a largo plazo.

Control de emisiones y contaminación: Las empresas mineras deben implementar medidas para reducir y las emisiones de contaminantes atmosféricos, como el polvo, los gases y los compuestos químicos. Además, deben minimizar la contaminación del agua y del suelo mediante la implementación de sistemas de gestión adecuados, la prevención de derrames y fugas, y el manejo responsable de productos químicos y sustancias tóxicas.

Conservación de la biodiversidad: Las empresas mineras deben tomar medidas para proteger y conservar la biodiversidad en las áreas donde operan. Esto puede incluir la identificación y protección de áreas de alto valor de conservación, la implementación de planes de manejo ambiental que consideren la biodiversidad local, y la adopción de medidas para evitar la introducción de especies invasoras.

Monitoreo y divulgación de información: Las empresas mineras tienen la responsabilidad de realizar un monitoreo regular y riguroso de los impactos ambientales de sus operaciones y de divulgar esta información de manera transparente. Esto implica la recopilación de datos sobre la calidad del agua, la calidad del aire, la biodiversidad, el consumo de recursos naturales y otros indicadores clave, así como la divulgación de informes y resultados a las partes interesadas relevantes.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Valoración

La RAE (2023) Define al termino valoración como la acción y efecto de valorar algo. Y valorar define como señalar el precio de algo. Reconocer, estimar o apreciar el valor o mérito de alguien o algo

2.3.2. Responsabilidad social

Fernández García, R. (2018) Acciones de una organización para responsabilizarse del impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas acciones: Son consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible; están basadas en el comportamiento ético, cumplimiento con las leyes e instrumentos intergubernamentales aplicables; y están integradas en las actividades en curso de la organización.

2.3.3. Actitud

La RAE (2023) define como la postura del cuerpo, especialmente cuando expresa un estado de ánimo. Disposición de ánimo manifestada de algún modo.

2.3.4. Empresas mineras

El portal de negocios más grande de Latinoamérica QuimiNet (2012) define a las empresas mineras como las que realizan diversas actividades para transformar materias primas que sirvan para la elaboración de productos terminados. La industria

minera básica extrae los minerales del subsuelo, los procesa, funde y refina para dejar la materia prima lista para hacer artículos eléctricos, material de construcción, productos de uso común y hasta de uso personal.

Tanto la extracción de metales como minerales o elementos similares entran a la actividad económica primaria que llevan a cabo las empresas mineras para obtener beneficios económicos.

La industria minera puede ser metálica o no metálica. Los métodos de explotación pueden ser a cielo abierto o subterráneo según los yacimientos y características de los minerales.

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

2.4.2. Hipótesis específicas

a) La valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

b) La valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

c) La valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023 tienen una relación positiva alta.

d) La valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

e) La valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

2.5. Identificación de variables

V1= Variable independiente: Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa

V2 = Variable dependiente: Actitud hacia la minería

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Responsabilidad Social	La valoración de la RSC es estimar el valor o la importancia de la RSC. Esta puede definirse como el reconocimiento e integración en los procesos productivos, de las preocupaciones sociales y medioambientales, implantando adecuadas prácticas empresariales que satisfagan estas preocupaciones y que configuren sus relaciones con sus stakeholders o agentes interesados en la marcha de la empresa como por ejemplo los trabajadores, accionistas, socios, directivos, proveedores, clientes y sociedad en general (Aceituno et al., 2013)	La RSC se mide considerando las siguientes dimensiones: legal, ética, económica, filantrópica, ambiental	Responsabilidad legal	Respeto de normas Respeto de sus empleados Respeto de normas laborales	1, 2, 3,	Cuestionario tipo Likert: • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
			Responsabilidad ética	Compromiso con la ética Defensa de los clientes Trato justo a empleados	4, 5, 6,	
			Responsabilidad económica.	Búsqueda de utilidades Apoyo a la localidad Creación de empleos	7, 8,9	
			Responsabilidad filantrópica	Donaciones Compromiso con la comunidad Patrocinio de actividades	10, 11, 12,	
			Responsabilidad ambiental	Defensa del ambiente Reciclaje Reducción de contaminación	13, 14, 15,	
Actitud hacia La minería	La actitud hacia la minería es la predisposición o la inclinación de las personas hacia esta actividad, expresadas en el reconocimiento de los beneficios económicos, sociales, ambientales, ambientales y laborales.	La actitud hacia la minería se mide a través de las siguientes dimensiones: beneficios económicos, beneficios sociales, beneficios ambientales y beneficios laborales.	Beneficios económicos	Ingresos para la región Contribución al desarrollo Atracción de inversiones Incremento del nivel de vida	16, 17, 18, 19,	
			Beneficios sociales	Respeto de derechos Promoción del bienestar Reducción de la pobreza Reducción de problemas sociales	20, 21, 22, 23,	
			Beneficios ambientales	Impacto en el ambiente Impacto en la biodiversidad Cumplimiento de normas ambientales Reducción del cambio climático	24, 25, 26, 27,	
			Beneficios laborales	Creación de empleos Mejora de condiciones laborales Reducción de riesgos laborales Respeto de derechos laborales	28, 29, 30, 31,	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación es del tipo aplicada, porque que los resultados se pueden aplicar inmediatamente para resolver problemas prácticos. Es decir, las empresas mineras y los organismos gubernamentales podrán utilizar los resultados de esta investigación, a fin de mejorar la relación minería-sociedad.

3.2. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es de nivel correlacional, porque se describe como se presentan las relaciones entre las variables.

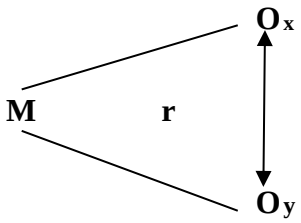
3.3. Métodos de investigación

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, porque se miden las dos variables y luego se relacionan. Asimismo, el método que se aplicó fue el deductivo, porque desde la teoría se formularon los problemas y las hipótesis. Es decir, se procedió de lo general a lo particular.

3.4. Diseño de la investigación

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, porque no se manipularon las variables. Asimismo, es de nivel correlacional, porque busca conocer si las dos variables están correlacionadas. Y es de corte transversal, ya que se recogieron los datos en un solo momento.

El esquema que se utilizó fue:



Donde:

M = Muestra

O = Indica las observaciones a cada nivel.

x, y = representa sub-indicaciones en cada 0

r = Relación entre las variables estudiadas.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población estará conformada por todos los pobladores de la provincia de Pasco que suman 70 mil 896. De esta se seleccionará una muestra probabilística aleatoria simple. Para ello, se seguirá la siguiente fórmula:

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

3.5.2. Muestra

Donde:

- Población (N)= 70,896

- Nivel de confianza (Z) = 1,96 (95%)
- Probabilidad de que tenga la característica (p)= 0,5 (50%)
- Probabilidad de que no tenga la característica (q)= 0,5 (50%)
- Margen de error (e)= 0,05 (5%)
- Muestra (n)= 382

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para la recolección de datos será la encuesta y el instrumento el cuestionario. Se ha elaborado un cuestionario tipo Likert de 31 ítems, 15 ítems para medir la variable "valoración de la responsabilidad social corporativa" y 16 ítems para medir la variable "actitud hacia la minería".

El cuestionario ha sido validado en su contenido a través de la técnica del juicio de expertos. Los especialistas que evaluaron el cuestionario fueron los siguientes:

Tabla 1. *Expertos que evaluaron el contenido del cuestionario*

N°	Nombres y apellidos	Grados de los expertos
1	Raúl Máximo Ramos Gutarra	Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Magíster en Docencia Universitaria y Gestión Educativa y Doctor en Políticas Públicas: Seguridad Nacional y Desarrollo Sostenible
2	Juan Carlos Yangali Vargas	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster en Educación
3	Mario Buenaventura Castillo Hilario	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación

2.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

La **validez** del instrumento fue realizada por tres expertos investigadores que se adjunta en los anexos.

Tabla 2. *Validadores*

Nº	Expertos	Validez del instrumento %
1	Dr. Raúl Máximo Ramos Gutarra	10
2	Mg. Juan Carlos Yangali Vargas	10
3	Mg. Mario Buenaventura Castillo Hilario	10

La **confiabilidad** del instrumento de investigación se determinó con el alfa de Cronbach.

Tabla 3. *Responsabilidad Social*

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,988	15

Actitud hacia la minería

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,976	16

3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Las técnicas estadísticas para procesar los datos serán las frecuencias (absoluta y relativa) y los porcentajes. Con estas se realizarán los análisis descriptivos. Y para probar las hipótesis se utilizará la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman, porque las dos variables son cualitativas ordinales.

3.8. Tratamiento estadístico

Después de recoger los datos con el cuestionario tipo Likert, se elaborará la base de datos en SPSS. En esta se agruparán los ítems para calcular los valores de las dimensiones y las variables. Se harán los análisis descriptivos, para elaborar las tablas de frecuencias y los gráficos estadísticos. Finalmente, se harán las correlaciones para probar las hipótesis.

3.9. Orientación ética filosófica y epistémica

Orientación Filosófica. - La presente investigación se enmarca dentro de una postura **crítico-humanista**, que reconoce al ser humano como sujeto activo de transformación social, consciente de su entorno y capaz de posicionarse frente a los fenómenos que le afectan. En este sentido, se adopta una **ontología dialéctica**, que asume que la realidad social no es estática, sino dinámica, conflictiva y en constante cambio (Habermas, 1987). Bajo esta perspectiva, los pobladores de Cerro de Pasco no son receptores pasivos de las acciones empresariales, sino actores con capacidad de valorar y reaccionar frente a la actividad minera, particularmente en lo que respecta a su responsabilidad social.

La filosofía crítica que subyace a este enfoque cuestiona las estructuras de poder e inequidad que pueden reproducirse en contextos de extracción de recursos, como lo es la minería. De acuerdo con Hinkelammert (2005), el pensamiento crítico-humanista busca visibilizar las contradicciones del sistema económico y la forma en que este impacta en las condiciones de vida de los pueblos. Esta mirada se alinea con el propósito de la investigación: comprender cómo los pobladores perciben las prácticas de responsabilidad social de las empresas mineras y cómo estas percepciones influyen en sus actitudes hacia dicha actividad.

Orientación Epistémica. - Desde el plano epistémico, la investigación se adscribe a una **postura empírico-analítica**, propia del **paradigma positivista**, en tanto que busca describir y establecer relaciones cuantificables entre variables sociales como la valoración de la responsabilidad social empresarial y la actitud hacia la minería (Cohen, Manion & Morrison, 2011). Este enfoque considera que es posible acceder al conocimiento objetivo de la realidad mediante métodos sistemáticos, observables y verificables.

No obstante, también se reconoce que el conocimiento social es contextual y depende de los marcos de sentido que los actores construyen en su interacción con el entorno. Por ello, aunque se prioriza un enfoque cuantitativo con diseño correlacional, se asume una perspectiva **complementaria constructivista**, al entender que la realidad social está mediada por significados compartidos (Berger & Luckmann, 2003). Esta doble mirada permite no solo establecer correlaciones estadísticas, sino también interpretar las valoraciones sociales desde una perspectiva situada.

En esa línea, la teoría de la acción comunicativa de Habermas (1987) resulta relevante, al sostener que el entendimiento mutuo y la racionalidad comunicativa son esenciales para interpretar las percepciones ciudadanas en contextos de conflicto socioambiental como el que caracteriza a Cerro de Pasco.

Orientación Ética. - En cuanto a la dimensión ética, la investigación se rige por los principios fundamentales establecidos en la ética de la investigación social: **respeto por la autonomía**, **beneficencia**, **no maleficencia** y **justicia** (Beauchamp & Childress, 2013). Se procuró en todo momento proteger la dignidad de los participantes, garantizando el consentimiento informado, la confidencialidad de la información y la libertad de retirarse del estudio sin consecuencias.

Asimismo, se asume una ética crítica, comprometida con la equidad y con la visibilización de los actores históricamente marginados. Siguiendo a Cortina (2006), se parte de una ética de la responsabilidad, en la que el investigador no solo debe evitar causar daño, sino también promover el bien común a través de una praxis comprometida con la mejora social. En este caso, la investigación busca aportar evidencia que pueda ser considerada por las empresas, autoridades y organizaciones sociales en la toma de decisiones relacionadas con la minería responsable.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

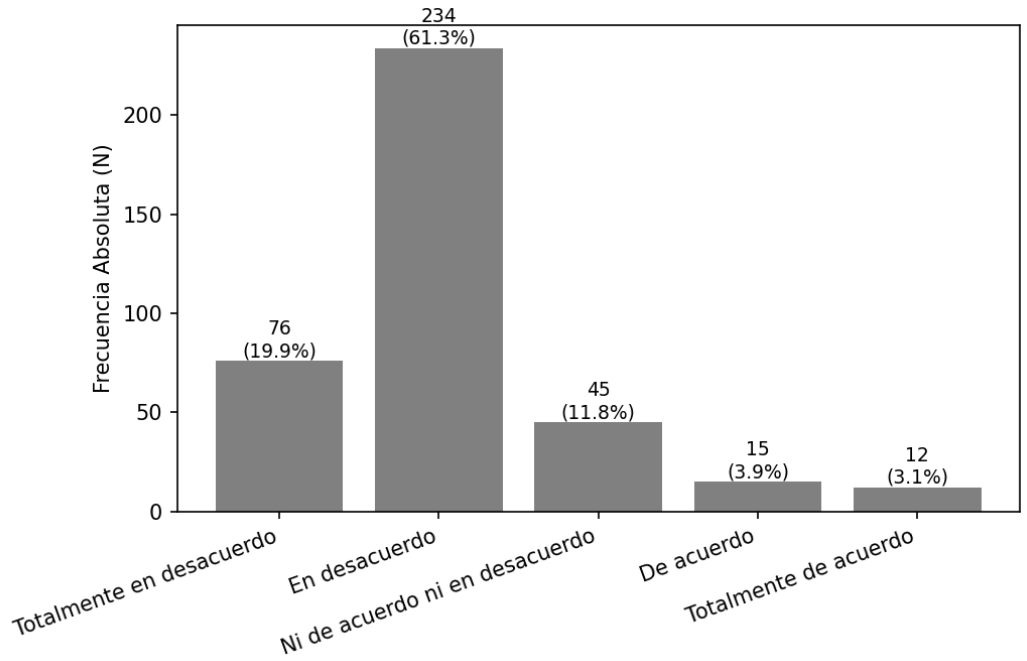
Para la recolección de datos en el trabajo de campo, se empleó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario estructurado, el cual fue aplicado a una muestra conformada por 382 personas residentes en la provincia de Pasco. La selección de los participantes consideró como criterio de inclusión tener 18 años de edad o más, con el fin de garantizar que los encuestados tuvieran capacidad legal y suficiente criterio para emitir juicios sobre la temática abordada. Una vez aplicada la encuesta, los datos fueron tabulados de manera manual, asegurando un control preliminar de calidad en la codificación y organización de las respuestas.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

Tabla 4. *Las empresas mineras de Pasco siempre respetan las normas establecidas en la ley en cuanto al desempeño de sus actividades*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	76	19.9
En desacuerdo	234	61.26
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	11.78
De acuerdo	15	3.93
Totalmente de acuerdo	12	3.14
Total	**382**	**100%**

Figura 1. *Las empresas mineras de Pasco siempre respetan las normas establecidas en la ley en cuanto al desempeño de sus actividades*



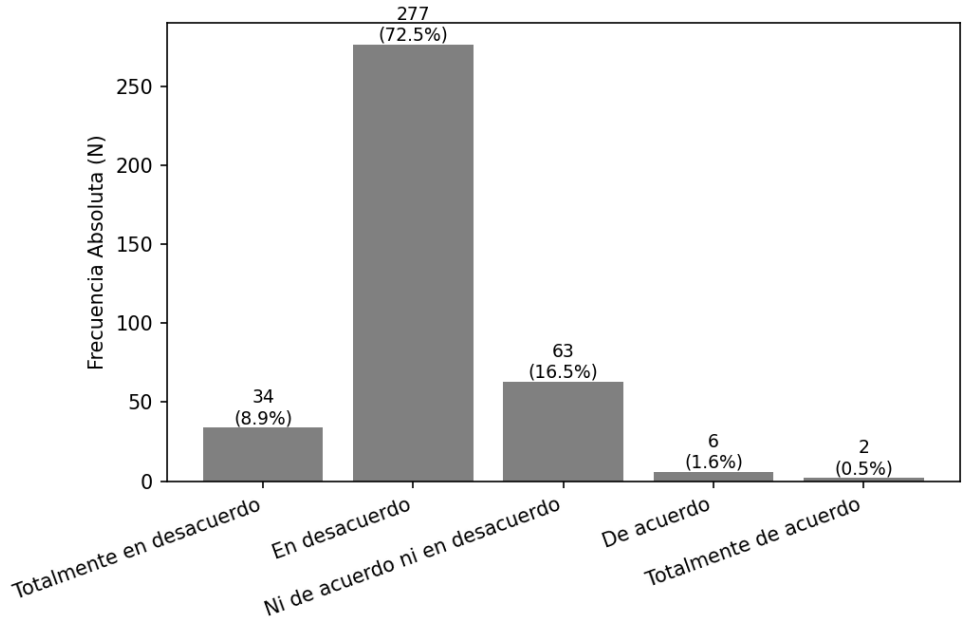
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 81.16% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 7.07% de acuerdo, 81.16% en desacuerdo y un 11.78% en una posición neutral. Este

resultado sugiere una falla severa en la comunicación de la conformidad regulatoria. El mensaje de cumplimiento legal que emiten las empresas no es percibido como creíble por los stakeholders.

Tabla 5. *Las empresas mineras de Pasco se aseguran de que sus empleados actúen dentro los estándares definidos por la ley*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	34	8.9
En desacuerdo	277	72.51
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	16.49
De acuerdo	6	1.57
Totalmente de acuerdo	2	0.52
Total	**382**	**100%**

Figura 2. *Las empresas mineras de Pasco se aseguran de que sus empleados actúen dentro los estándares definidos por la ley*



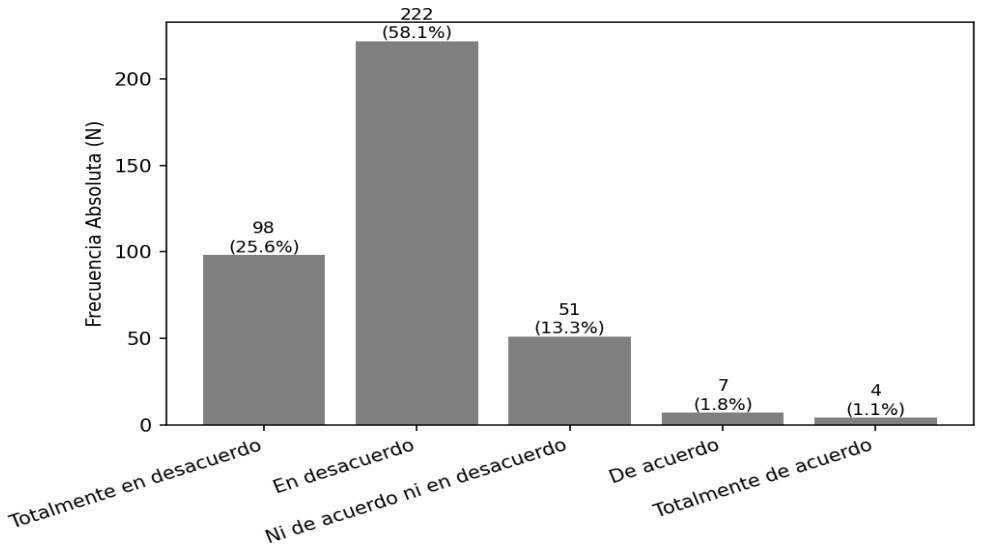
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 81.41% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 2.09% de acuerdo, 81.41% en desacuerdo y un 16.49% en una posición neutral. Esta

desconfianza indica que la comunicación sobre la cultura organizacional y la ética laboral interna no está permeando hacia el exterior o es neutralizada por percepciones o experiencias contrarias.

Tabla 6. *Las empresas mineras de Pasco tienen un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	98	25.65
En desacuerdo	222	58.12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	13.35
De acuerdo	7	1.83
Totalmente de acuerdo	4	1.05

Figura 3. *Las empresas mineras de Pasco tienen un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto*



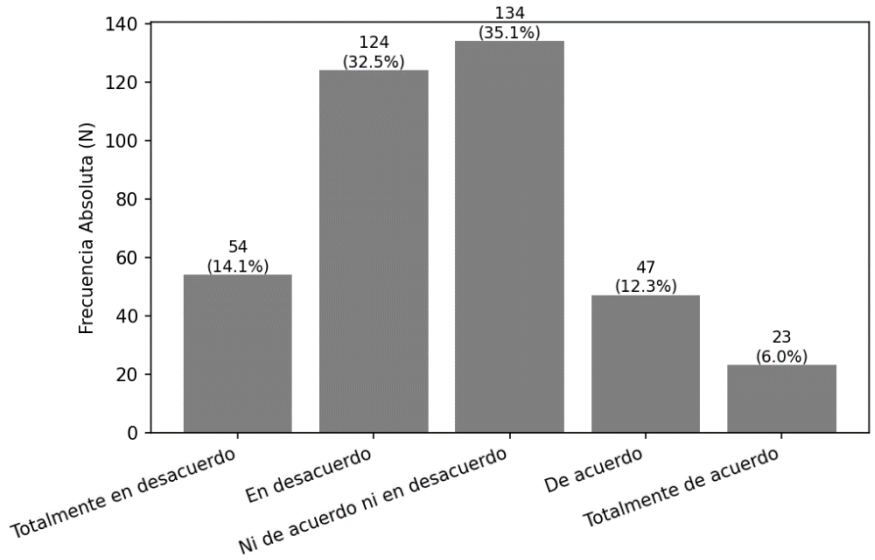
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 83.77% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 2.88% de acuerdo, 83.77% en desacuerdo y un 13.35% en una posición neutral. Esta percepción de incumplimiento general refleja una imagen de opacidad. Desde la

comunicación, esto significa que la empresa no está logrando proyectar transparencia y civismo corporativo, elementos clave de la RSE.

Tabla 7. *Las empresas de Pasco están comprometidas con realizar el bien siguiendo los principios de la ética*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	54	14.14
En desacuerdo	124	32.46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	134	35.08
De acuerdo	47	12.3
Totalmente de acuerdo	23	6.02
Total	**382**	**100%**

Figura 4. *Las empresas de Pasco están comprometidas con realizar el bien siguiendo los principios de la ética*



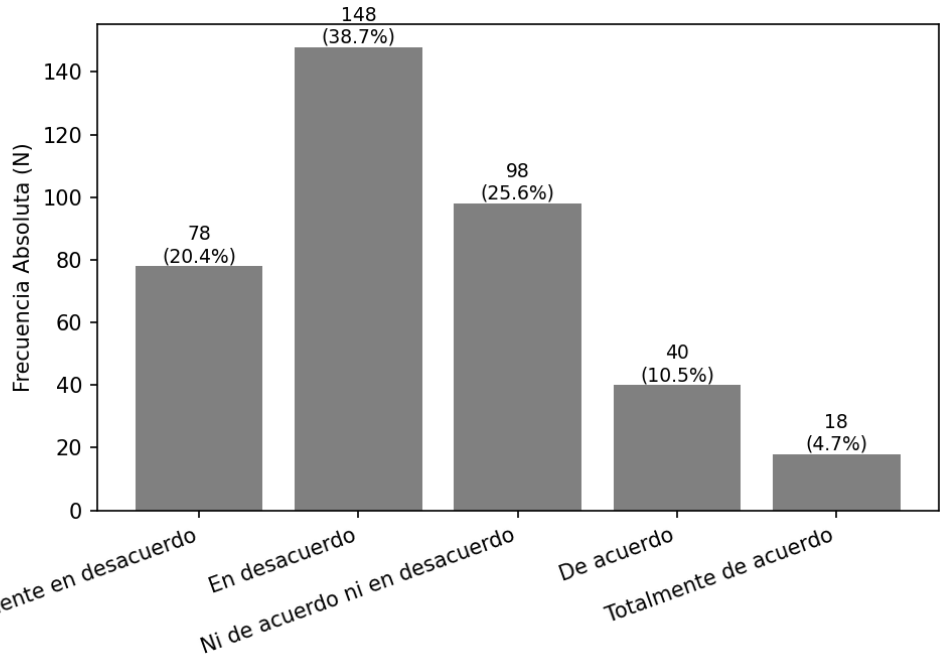
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico muestra una percepción dividida o neutral, siendo la respuesta más frecuente 'Ni de acuerdo ni en desacuerdo' con un 35.08%. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 18.32% de acuerdo, 46.60% en desacuerdo y un 35.08% en una posición neutral. Esta percepción dividida sugiere una comunicación ambivalente o inconsistente sobre los

valores corporativos. La falta de un mensaje ético claro genera dudas sobre la autenticidad de las iniciativas de RSE.

Tabla 8. *Las empresas mineras de Pasco tienen un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	78	20.42
En desacuerdo	148	38.74
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	25.65
De acuerdo	40	10.47
Totalmente de acuerdo	18	4.71
Total	**382**	**100%**

Figura 5. *Las empresas mineras de Pasco tienen un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación*



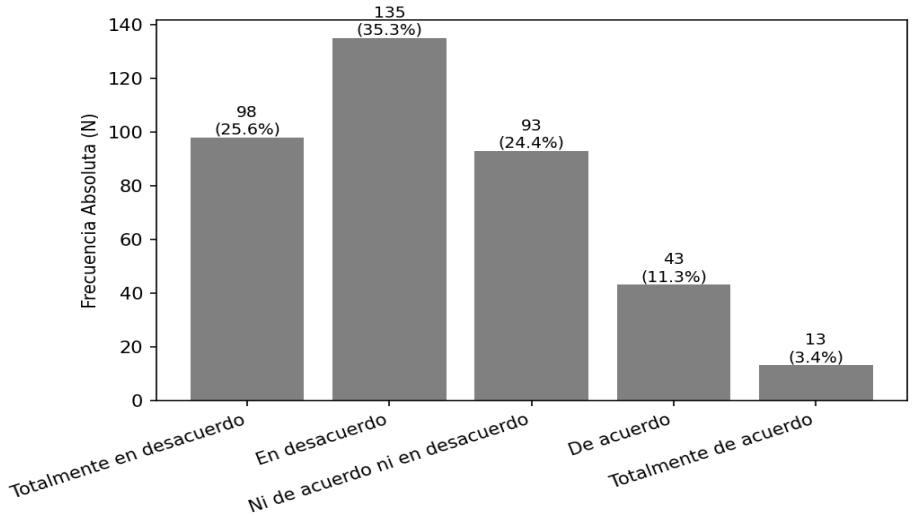
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 59.16% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera:

15.18% de acuerdo, 59.16% en desacuerdo y un 25.65% en una posición neutral. Este dato es un indicador directo de una estrategia de comunicación y relacionamiento comunitario deficiente. Los canales de diálogo, si existen, son percibidos por los habitantes como inadecuados o meramente formales.

Tabla 9. *Las empresas mineras de Pasco proporcionan un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso, independientemente de su sexo, raza, origen o religión)*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	98	25.65
En desacuerdo	135	35.34
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	93	24.35
De acuerdo	43	11.26
Totalmente de acuerdo	13	3.4
Total	**382**	**100%**

Figura 6. *Las empresas mineras de Pasco proporcionan un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso, independientemente de su sexo, raza, origen o religión)*



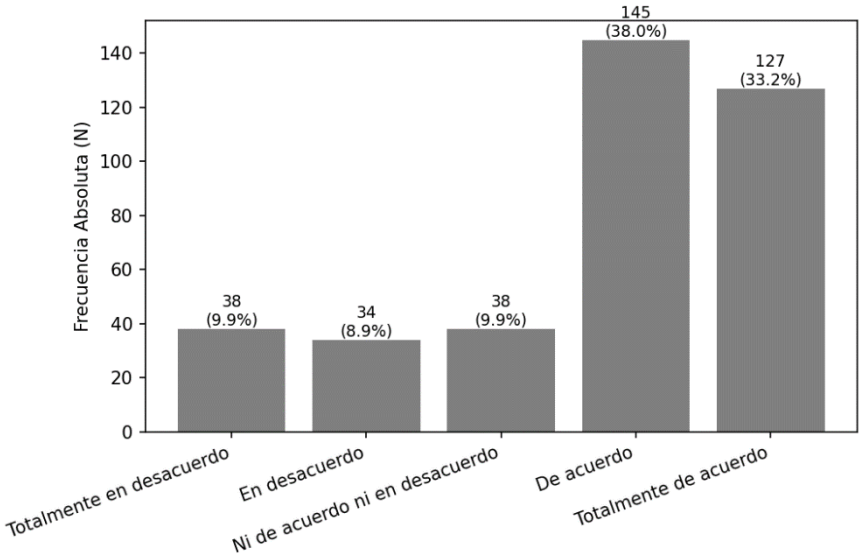
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 60.99% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 14.66% de acuerdo, 60.99% en desacuerdo y un 24.35% en una posición neutral. El

mensaje de la empresa sobre ser un 'buen empleador' no resuena en la comunidad. La comunicación de la política laboral interna es opacada por una percepción pública negativa, posiblemente alimentada por experiencias directas o indirectas.

Tabla 10. *Las empresas mineras de Pasco tratan de obtener el máximo beneficio de su actividad*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	38	9.95
En desacuerdo	34	8.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	9.95
De acuerdo	145	37.96
Totalmente de acuerdo	127	33.25
Total	**382**	**100%**

Figura 7. *Las empresas mineras de Pasco tratan de obtener el máximo beneficio de su actividad*



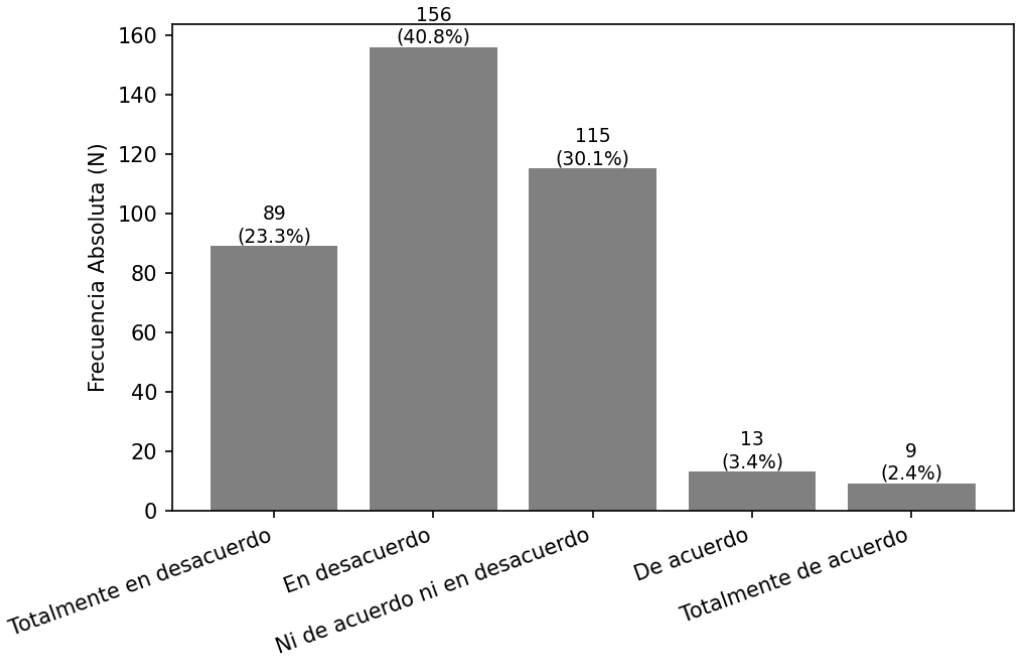
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 71.21% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 71.21% de acuerdo, 18.85% en desacuerdo y un 9.95% en una posición neutral. Este resultado, aunque esperable, evidencia que la comunicación de 'valor compartido' ha

fracasado. El público no percibe los beneficios sociales comunicados, sino que ve las acciones de RSE como un medio para el fin último del beneficio económico.

Tabla 11. *Las empresas mineras de Pasco apoyan el desarrollo económico local.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	89	23.3
En desacuerdo	156	40.84
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	115	30.1
De acuerdo	13	3.4
Totalmente de acuerdo	9	2.36
Total	**382**	**100%**

Figura 8. *Las empresas mineras de Pasco apoyan el desarrollo económico local.*



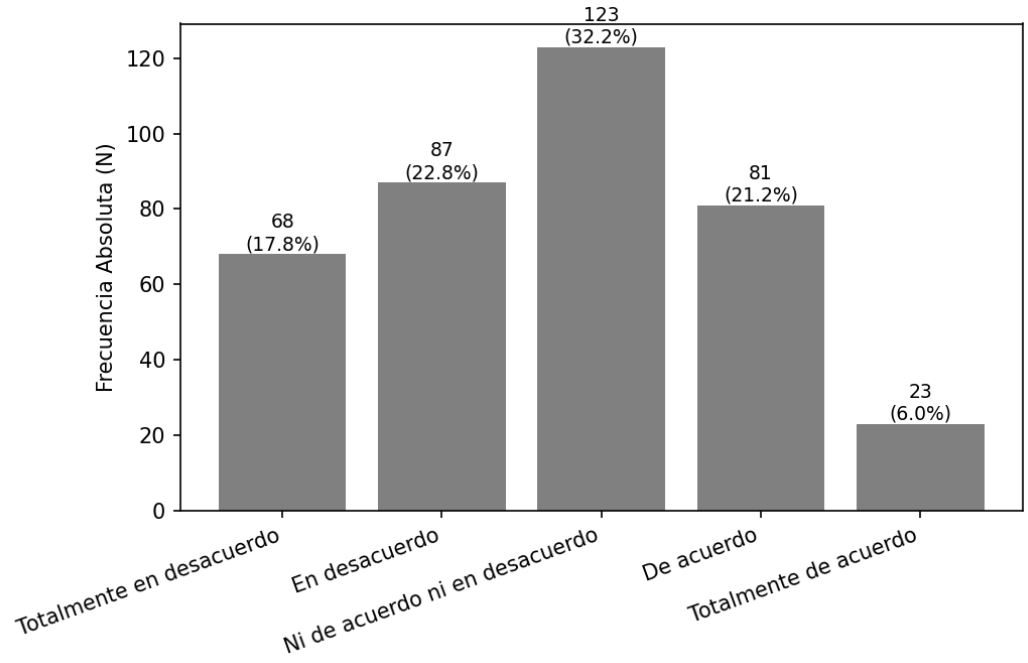
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 64.14% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 5.76% de acuerdo, 64.14% en desacuerdo y un 30.10% en una posición neutral. La comunicación sobre 'inversión en la comunidad' o 'desarrollo local' es percibida como

insuficiente. Los datos muestran que los stakeholders no sienten que el apoyo comunicado se traduzca en un impacto tangible y significativo para la zona.

Tabla 12. *Las empresas mineras de Pasco participan en la creación de empleo*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	68	17.8
En desacuerdo	87	22.77
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	123	32.2
De acuerdo	81	21.2
Totalmente de acuerdo	23	6.02
Total	**382**	**100%**

Figura 9. *Las empresas mineras de Pasco participan en la creación de empleo*



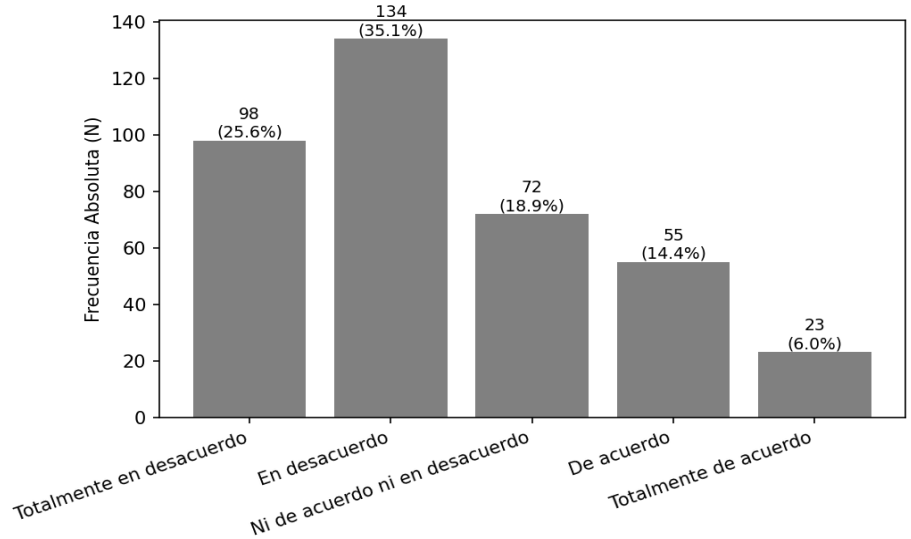
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico muestra una percepción dividida o neutral, siendo la respuesta más frecuente 'Ni de acuerdo ni en desacuerdo' con un 32.20%. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 27.22% de acuerdo, 40.57% en desacuerdo y un 32.20% en una posición neutral. Aunque se reconoce la creación de empleo, la percepción no es abrumadoramente

positiva. Esto sugiere que la comunicación de la empresa, probablemente centrada en la cantidad, no aborda las preocupaciones de la comunidad sobre la calidad, estabilidad o condiciones de dicho empleo.

Tabla 13. *Las empresas mineras de Pasco efectúan donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	98	25.65
En desacuerdo	134	35.08
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	18.85
De acuerdo	55	14.4
Totalmente de acuerdo	23	6.02
Total	**382**	**100%**

Figura 10. *Las empresas mineras de Pasco efectúan donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro*



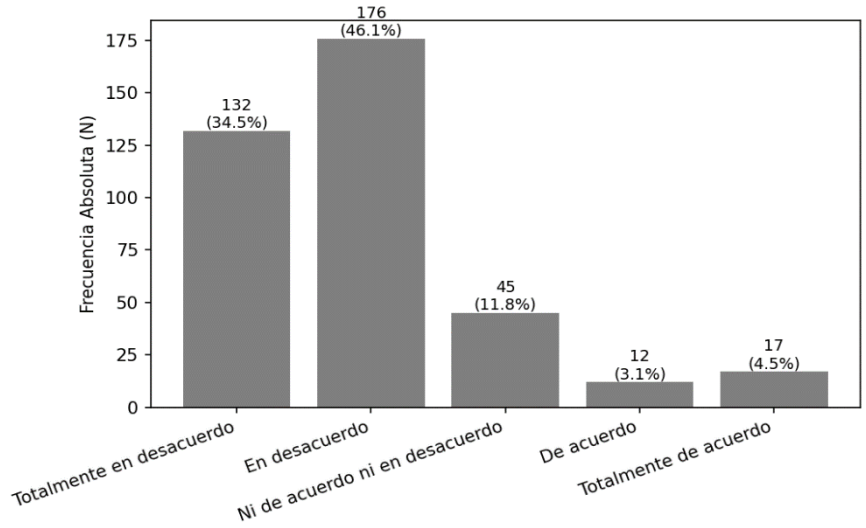
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 60.73% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 20.42% de acuerdo, 60.73% en desacuerdo y un 18.85% en una posición neutral. La percepción mayoritariamente negativa indica que las acciones filantrópicas son vistas

con escepticismo, probablemente como marketing social o 'lavado de imagen' y no como un compromiso social genuino. La comunicación de estas actividades carece de credibilidad.

Tabla 14. *Las empresas mineras de Pasco están comprometidas con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	132	34.55
En desacuerdo	176	46.07
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	11.78
De acuerdo	12	3.14
Totalmente de acuerdo	17	4.45
Total	**382**	**100%**

Figura 11. *Las empresas mineras de Pasco están comprometidas con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera*



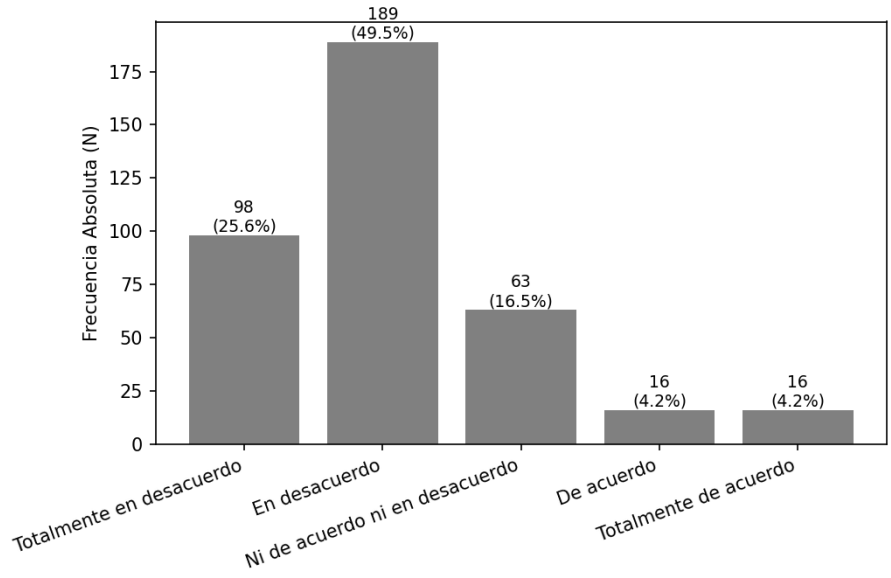
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 80.62% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 7.59% de acuerdo, 80.62% en desacuerdo y un 11.78% en una posición neutral. Este escepticismo es un fuerte indicador de que los programas de RSE comunicados no

conectan con las necesidades reales o sentidas de la población. Hay una desconexión entre la RSE que la empresa comunica y la que la comunidad valora.

Tabla 15. *Las empresas mineras de Pasco patrocinan o financian activamente eventos educativos, sociales y culturales*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	98	25.65
En desacuerdo	189	49.48
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	16.49
De acuerdo	16	4.19
Totalmente de acuerdo	16	4.19
Total	**382**	**100%**

Figura 12. *Las empresas mineras de Pasco patrocinan o financian activamente eventos educativos, sociales y culturales*



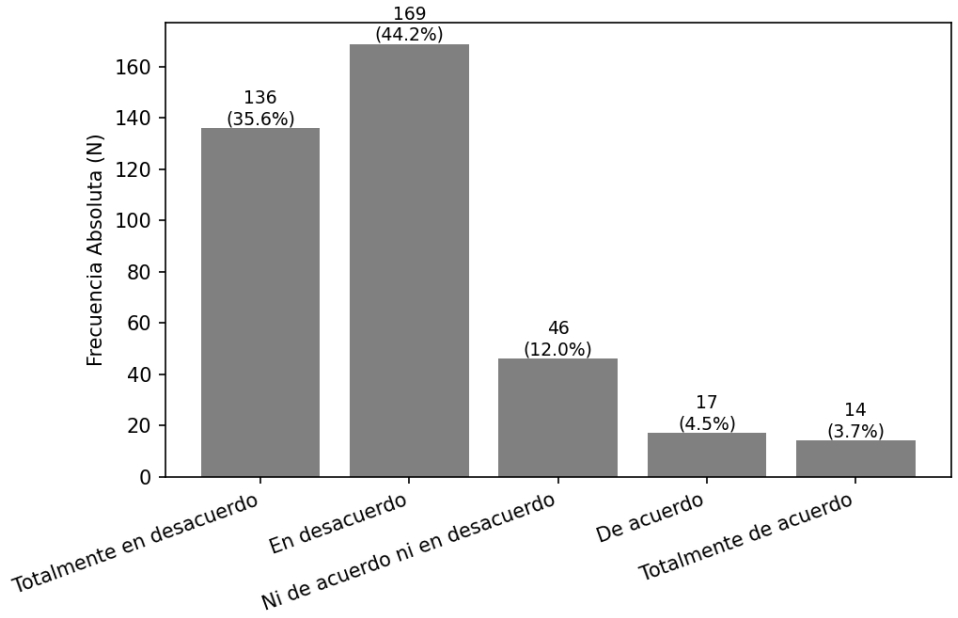
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 75.13% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 8.38% de acuerdo, 75.13% en desacuerdo y un 16.49% en una posición neutral. Aunque se realicen patrocinios, su comunicación no logra posicionarlos como un aporte valioso

al tejido social. Son percibidos como acciones de visibilidad de marca, irrelevantes para el bienestar comunitario de fondo.

Tabla 16. *Las empresas mineras de Pasco desarrollan políticas activas en defensa del medio ambiente*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	136	35.6
En desacuerdo	169	44.24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	12.04
De acuerdo	17	4.45
Totalmente de acuerdo	14	3.66
Total	**382**	**100%**

Figura 13. *Las empresas mineras de Pasco desarrollan políticas activas en defensa del medio ambiente*



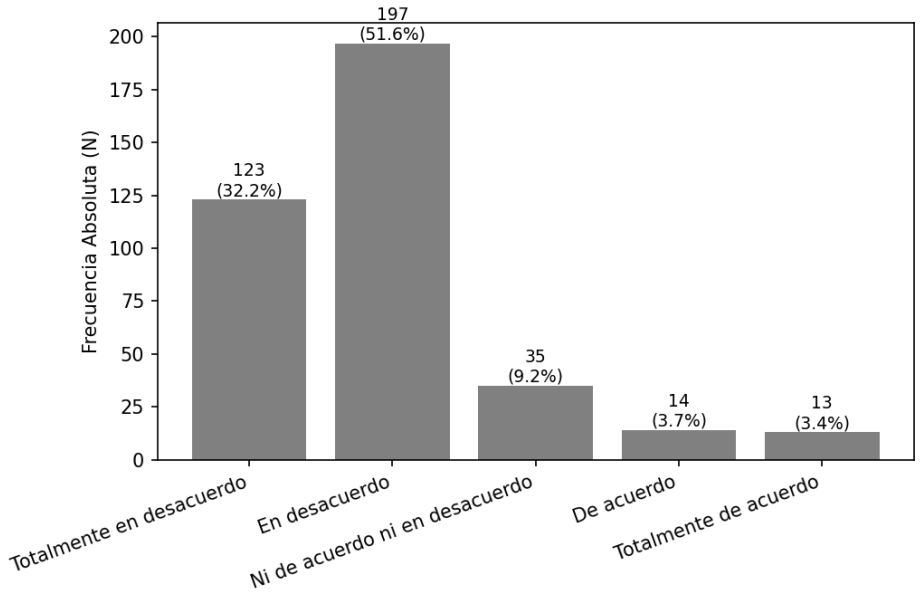
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 79.84% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 8.11% de acuerdo, 79.84% en desacuerdo y un 12.04% en una posición neutral. Este es uno de los hallazgos más críticos. El desacuerdo casi total señala un fracaso absoluto

en la comunicación de la gestión ambiental. El mensaje de 'minería responsable' es categóricamente rechazado por los receptores.

Tabla 17. *Las empresas mineras de Pasco tienen programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	123	32.2
En desacuerdo	197	51.57
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	9.16
De acuerdo	14	3.66
Totalmente de acuerdo	13	3.4
Total	**382**	**100%**

Figura 14. *Las empresas mineras de Pasco tienen programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos*



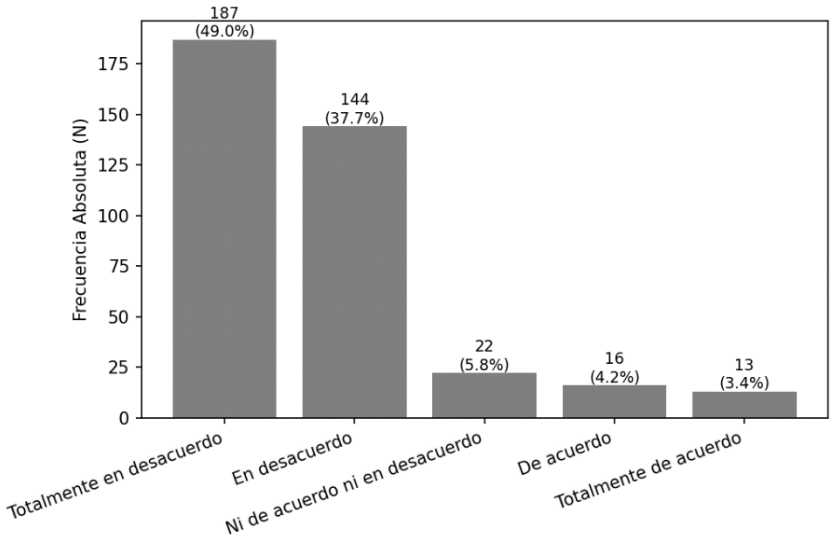
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 83.77% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 7.06% de acuerdo, 83.77% en desacuerdo y un 9.16% en una posición neutral. Este resultado evidencia que la comunicación sobre esfuerzos específicos de sostenibilidad,

como el reciclaje, es ineficaz. La comunidad no cree en estas iniciativas, probablemente por la visibilidad de otros impactos ambientales negativos.

Tabla 18. *Las empresas mineras de Pasco poseen programas de reducción de la contaminación*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	187	48.95
En desacuerdo	144	37.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	5.76
De acuerdo	16	4.19
Totalmente de acuerdo	13	3.4
Total	**382**	**100%**

Figura 15. *Las empresas mineras de Pasco poseen programas de reducción de la contaminación*



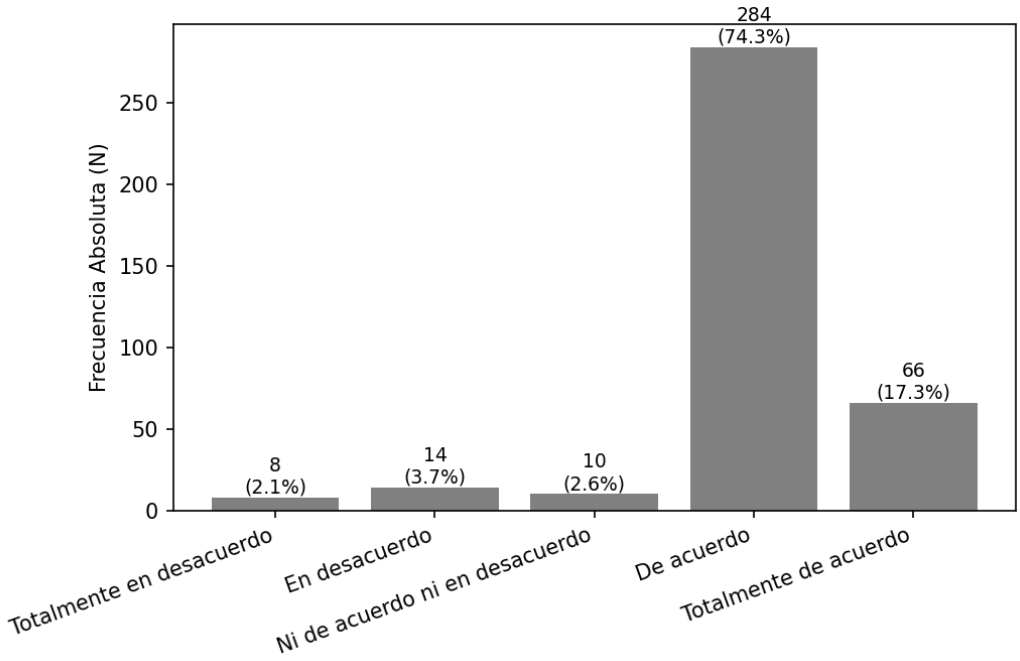
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 86.65% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 7.59% de acuerdo, 86.65% en desacuerdo y un 5.76% en una posición neutral. La fuerte creencia de que no existen programas eficaces de reducción de la contaminación

confirma la percepción de un daño ambiental activo y no mitigado. La comunicación de la RSE ambiental es vista como una fachada.

Tabla 19. *La minería es una fuente importante de ingresos para mi región.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	8	2.09
En desacuerdo	14	3.66
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	2.62
De acuerdo	284	74.35
Totalmente de acuerdo	66	17.28
Total	**382**	**100%**

Figura 16. *La minería es una fuente importante de ingresos para mi región.*



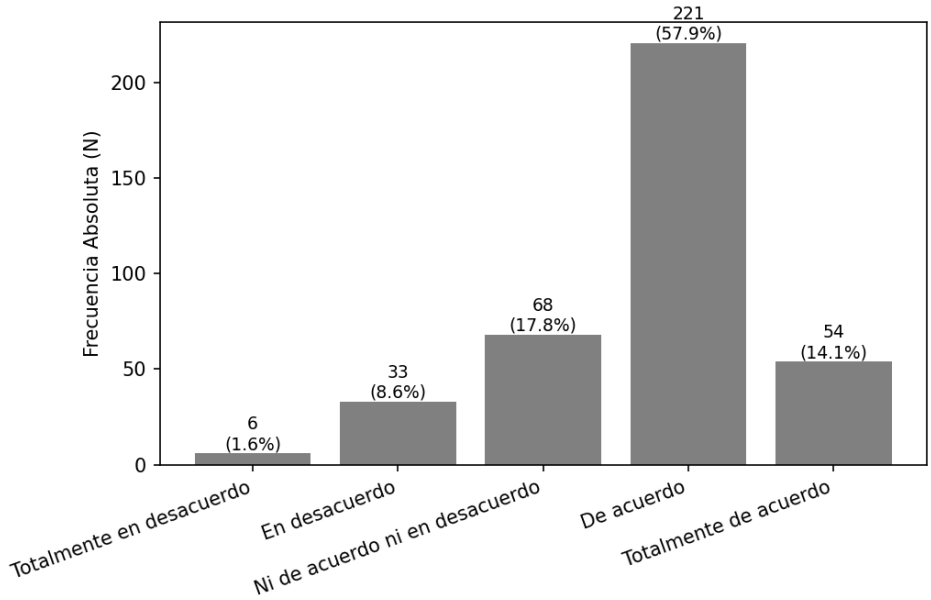
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 91.63% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 91.63% de acuerdo, 5.75% en desacuerdo y un 2.62% en una posición neutral. Aun con una percepción mayoritariamente positiva, la falta de unanimidad sugiere que el

mensaje sobre los beneficios económicos macro (para la región) no es suficiente. La comunidad parece cuestionar cómo ese ingreso se distribuye o le afecta a nivel personal.

Tabla 20. *La minería contribuye al desarrollo económico de mi comunidad.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	6	1.57
En desacuerdo	33	8.64
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	17.8
De acuerdo	221	57.85
Totalmente de acuerdo	54	14.14
Total	**382**	**100%**

Figura 17. *La minería contribuye al desarrollo económico de mi comunidad.*

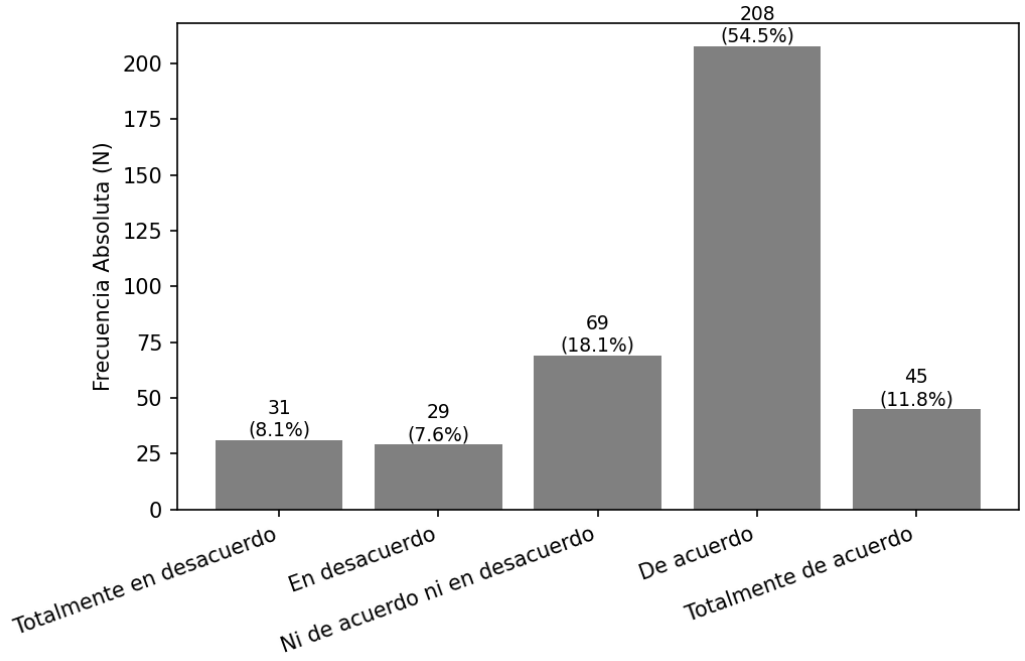


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 71.99% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 71.99% de acuerdo, 10.21% en desacuerdo y un 17.80% en una posición neutral. Si bien se reconoce un aporte al desarrollo, la falta de una percepción positiva contundente podría indicar que el 'desarrollo' comunicado por la empresa es percibido como desigual o concentrado en pocas manos por la comunidad.

Tabla 21. *La minería atrae inversiones extranjeras a mi país.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	31	8.12
En desacuerdo	29	7.59
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	69	18.06
De acuerdo	208	54.45
Totalmente de acuerdo	45	11.78
Total	**382**	**100%**

Figura 18 . *La minería atrae inversiones extranjeras a mi país.*

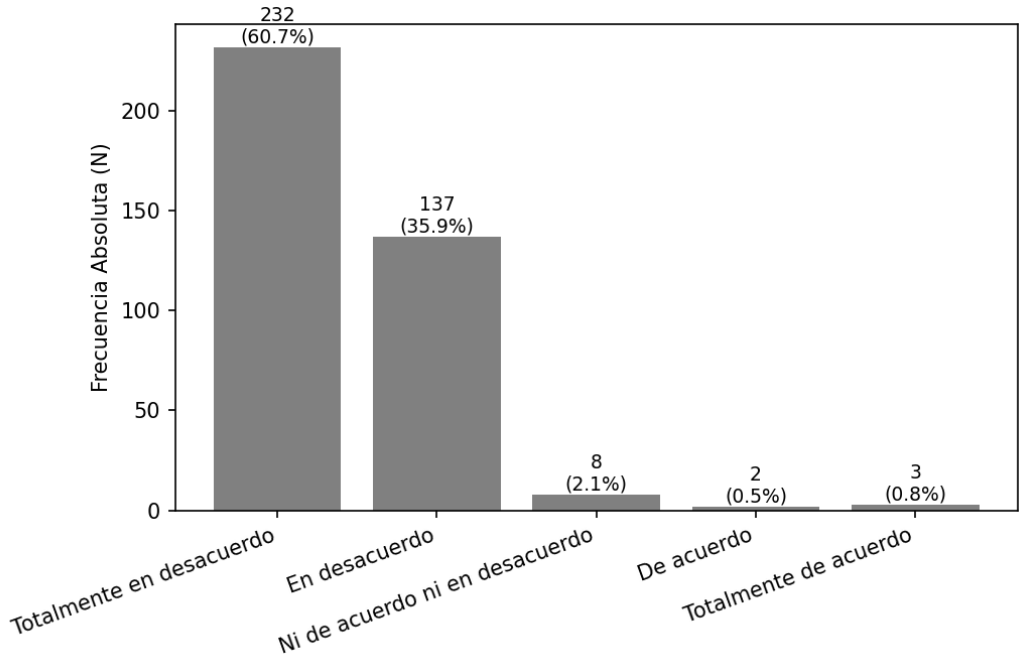


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 66.23% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 66.23% de acuerdo, 15.71% en desacuerdo y un 18.06% en una posición neutral. Este es uno de los mensajes de la industria que mejor ha permeado y que goza de mayor credibilidad. La población de Cerro de Pasco reconoce y valida el rol de la minería en la atracción de capital extranjero.

Tabla 22 . *La minería aumenta el nivel de vida de las personas en mi región.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	232	60.73
En desacuerdo	137	35.86
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2.09
De acuerdo	2	0.52
Totalmente de acuerdo	3	0.79
Total	**382**	**100%**

Figura 19. *La minería aumenta el nivel de vida de las personas en mi región*.

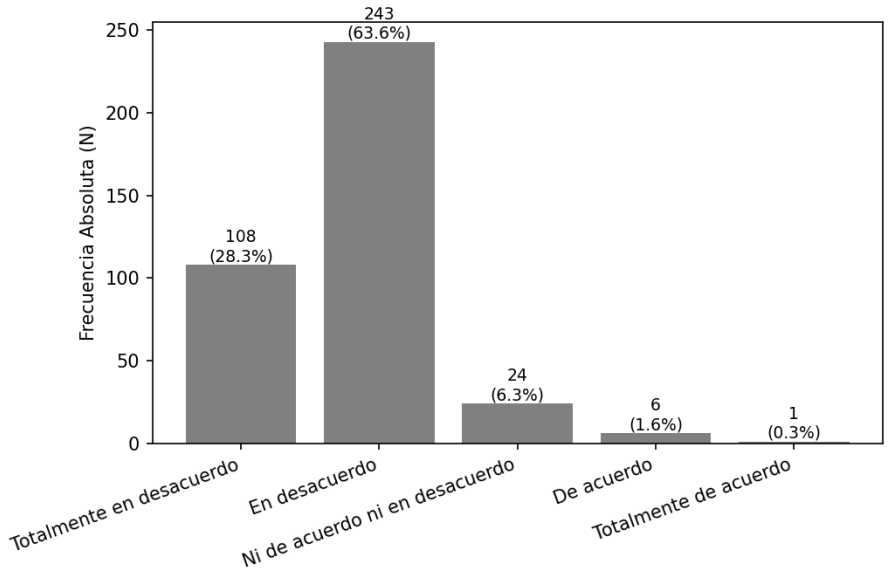


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 96.59% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 1.31% de acuerdo, 96.59% en desacuerdo y un 2.09% en una posición neutral. Este fuerte desacuerdo es una contradicción directa con el mensaje de desarrollo económico y revela el mayor fracaso de la comunicación de la RSE: no poder vincular los éxitos macroeconómicos con el bienestar individual y familiar percibido.

Tabla 23. *La minería respeta los derechos de las comunidades locales.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	108	28.27
En desacuerdo	243	63.61
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	6.28
De acuerdo	6	1.57
Totalmente de acuerdo	1	0.26
Total	**382**	**100%**

Figura 20. *La minería respeta los derechos de las comunidades locales.*

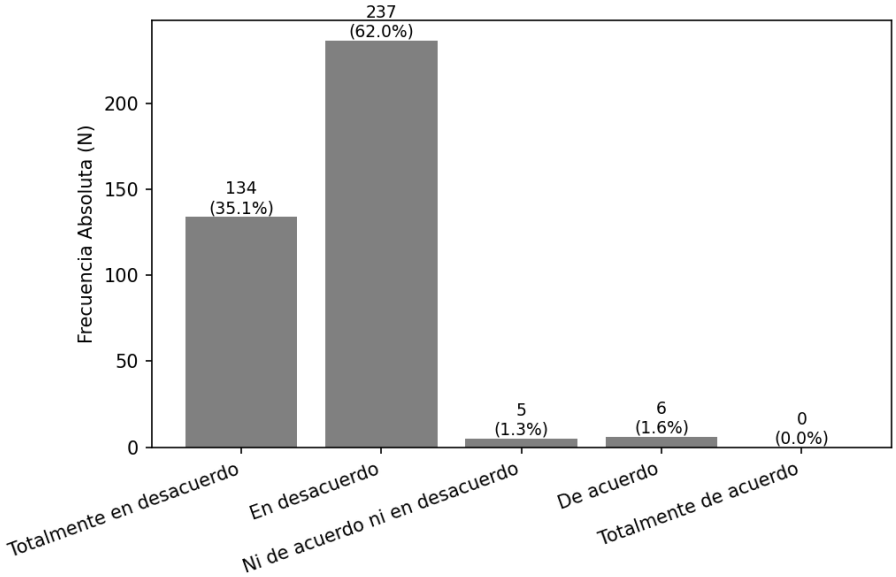


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 91.88% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 1.83% de acuerdo, 91.88% en desacuerdo y un 6.28% en una posición neutral. Esta percepción negativa indica un grave conflicto de relacionamiento. El mensaje de 'socio estratégico' que busca proyectar la empresa choca frontalmente con una percepción comunitaria de vulneración de derechos o falta de respeto.

Tabla 24. *La minería promueve el bienestar social en mi región.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	134	35.08
En desacuerdo	237	62.04
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	1.31
De acuerdo	6	1.57
Totalmente de acuerdo	0	0.0
Total	**382**	**100%**

Figura 21. *La minería promueve el bienestar social en mi región.*

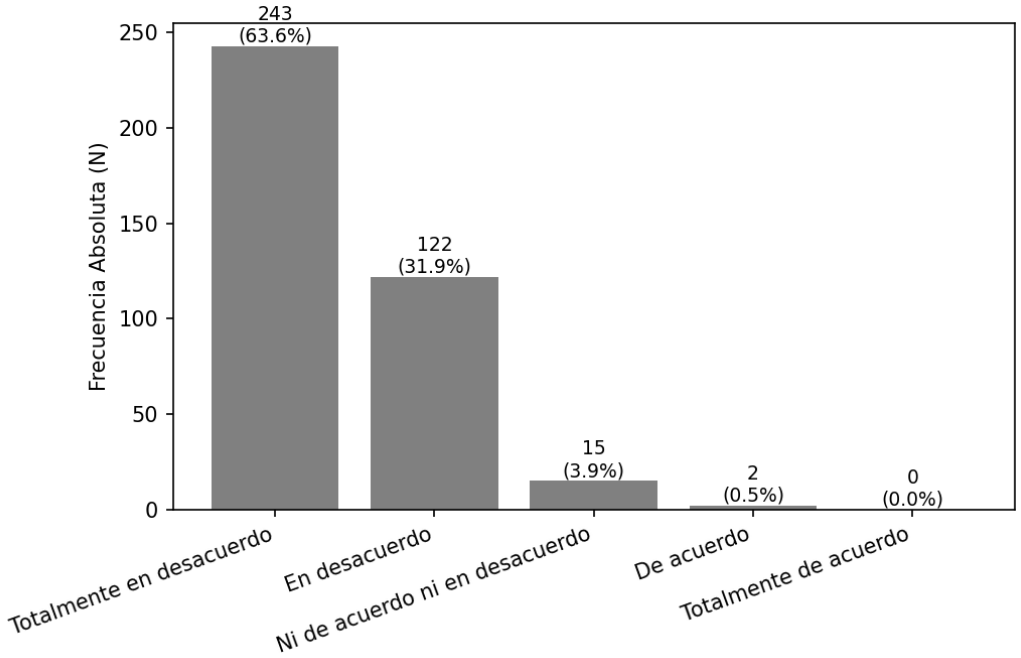


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 97.12% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 1.57% de acuerdo, 97.12% en desacuerdo y un 1.31% en una posición neutral. El escepticismo sobre la promoción del bienestar social revela que los programas comunicados por las empresas (en salud, educación, etc.) no son percibidos por la población como soluciones efectivas o suficientes para sus necesidades fundamentales.

Tabla 25. *La minería reduce la pobreza de la población.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	243	63.61
En desacuerdo	122	31.94
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	3.93
De acuerdo	2	0.52
Totalmente de acuerdo	0	0.0
Total	**382**	**100%**

Figura 22. *La minería reduce la pobreza de la población.*

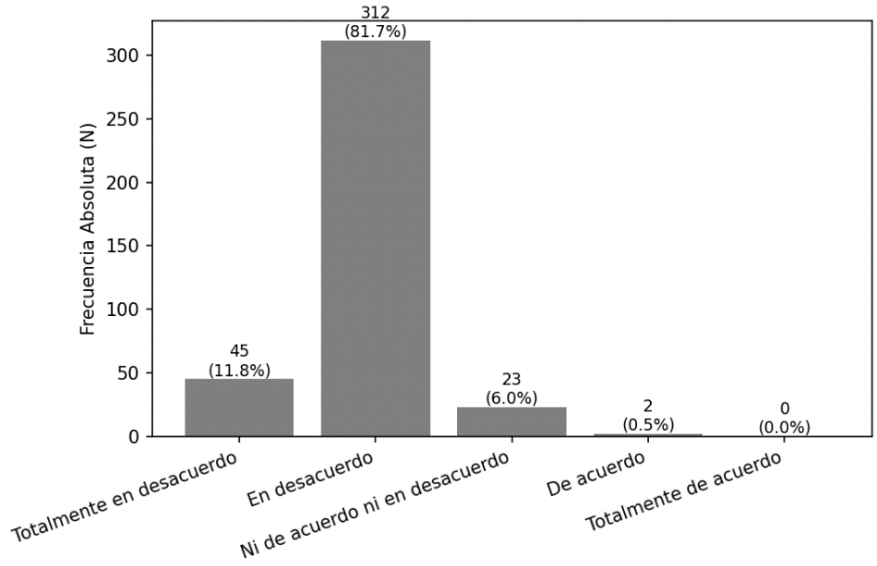


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 95.55% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 0.52% de acuerdo, 95.55% en desacuerdo y un 3.93% en una posición neutral. El profundo desacuerdo sobre la reducción de la pobreza es un hallazgo devastador para el discurso de la RSE. Invalida el mensaje central de que 'la minería trae progreso', al ser contrastado con la realidad económica percibida por los habitantes.

Tabla 26. *La minería reduce los problemas sociales como la delincuencia y la prostitución.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	45	11.78
En desacuerdo	312	81.68
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	6.02
De acuerdo	2	0.52
Totalmente de acuerdo	0	0.0
Total	**382**	**100%**

Figura 23. *La minería reduce los problemas sociales como la delincuencia y la prostitución.*

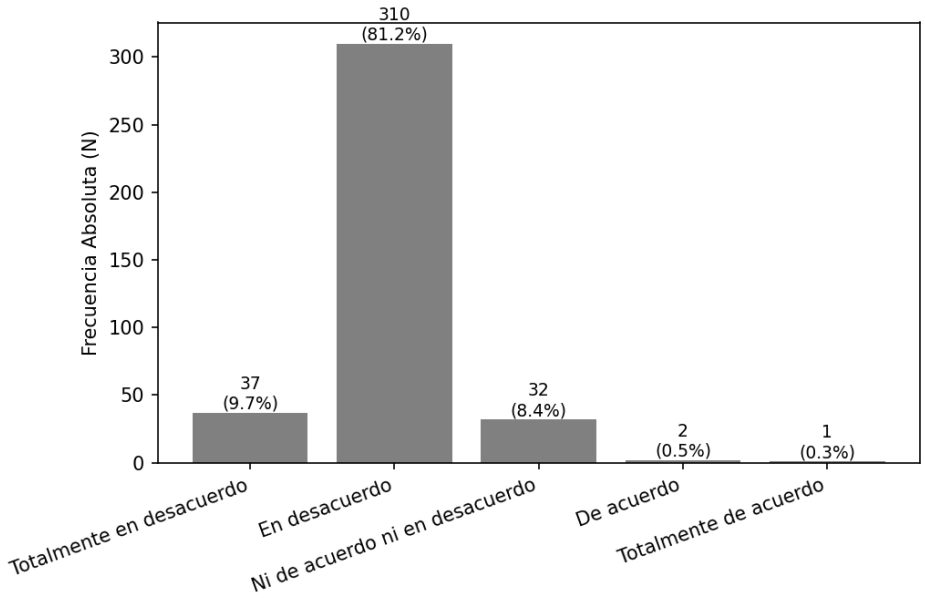


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 93.46% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 0.52% de acuerdo, 93.46% en desacuerdo y un 6.02% en una posición neutral. Este resultado es categórico. La comunidad no solo no percibe una mejora, sino que podría asociar la actividad minera con un agravamiento de los problemas sociales. El mensaje de 'impacto social positivo' de la RSE fracasa rotundamente en este ámbito.

Tabla 27. *La minería tiene un impacto positivo en el medio ambiente.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	37	9.69
En desacuerdo	310	81.15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	8.38
De acuerdo	2	0.52
Totalmente de acuerdo	1	0.26
Total	**382**	**100%**

Figura 24. *La minería tiene un impacto positivo en el medio ambiente.*

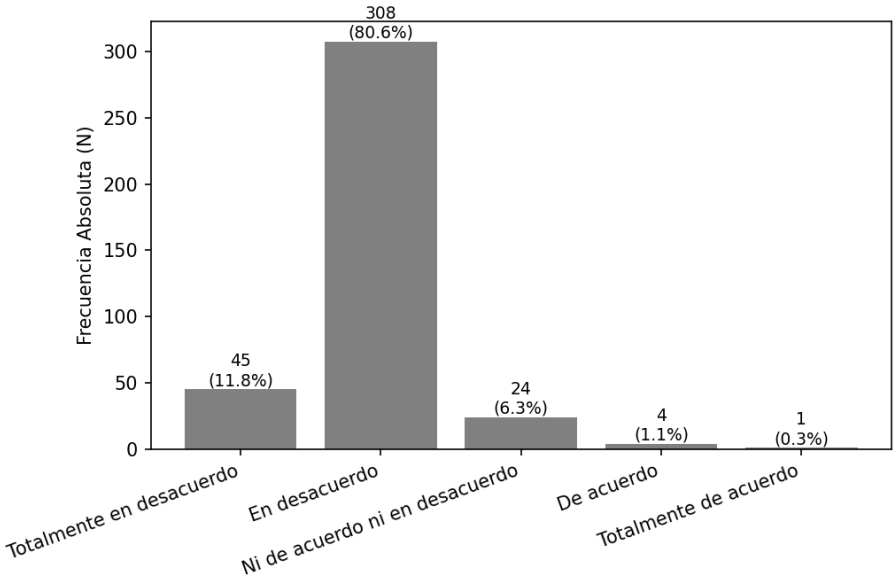


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 90.84% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 0.78% de acuerdo, 90.84% en desacuerdo y un 8.38% en una posición neutral. Coherente con los hallazgos de la Variable 1, el rechazo a la idea de un impacto ambiental positivo es absoluto. Cualquier comunicación en este sentido es percibida por los stakeholders como contra informativa y carente de veracidad.

Tabla 28. *La minería afecta positivamente la biodiversidad en mi región.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	45	11.78
En desacuerdo	308	80.63
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	6.28
De acuerdo	4	1.05
Totalmente de acuerdo	1	0.26
Total	**382**	**100%**

Figura 25. *La minería afecta positivamente la biodiversidad en mi región.*



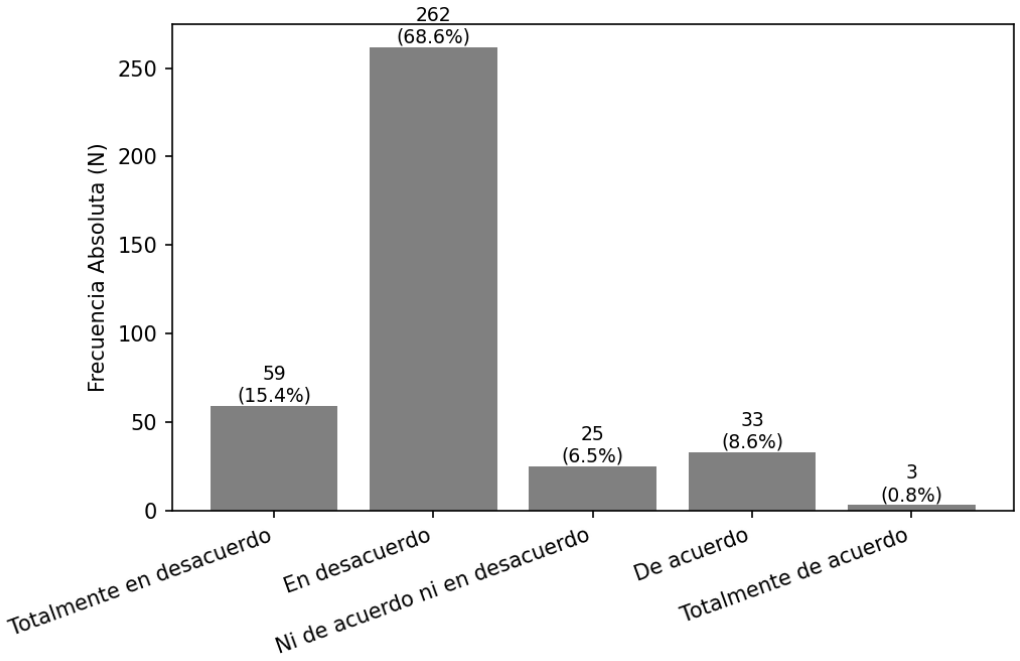
.

Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 92.41% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 1.31% de acuerdo, 92.41% en desacuerdo y un 6.28% en una posición neutral. Esta percepción negativa refuerza el fracaso de la comunicación ambiental. El discurso de 'sostenibilidad' y 'respeto a la biodiversidad' de las empresas carece de toda credibilidad para la población de Cerro de Pasco.

Tabla 29. *La minería cumple con las normas ambientales.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	59	15.45
En desacuerdo	262	68.59
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	6.54
De acuerdo	33	8.64
Totalmente de acuerdo	3	0.79
Total	**382**	**100%**

Figura 26. *La minería cumple con las normas ambientales.*

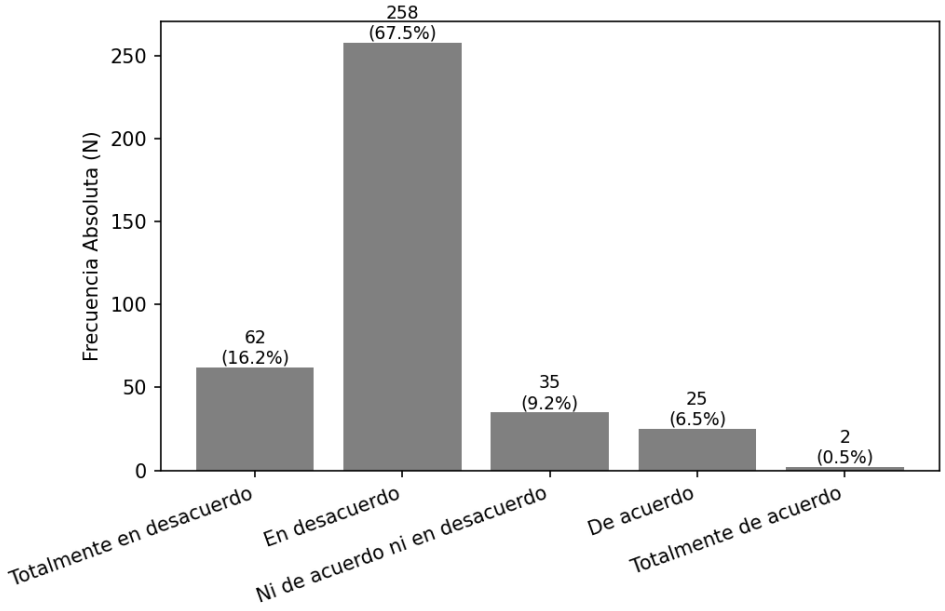


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 84.04% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 9.43% de acuerdo, 84.04% en desacuerdo y un 6.54% en una posición neutral. El escepticismo sobre el cumplimiento de normas ambientales demuestra una profunda desconfianza en la veracidad de los reportes de sostenibilidad y en la eficacia de la fiscalización, a pesar de lo que las empresas puedan comunicar oficialmente.

Tabla 30. *La minería contribuye a aminorar el cambio climático.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	62	16.23
En desacuerdo	258	67.54
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	9.16
De acuerdo	25	6.54
Totalmente de acuerdo	2	0.52
Total	**382**	**100%**

Figura 27. *La minería contribuye a aminorar el cambio climático.*



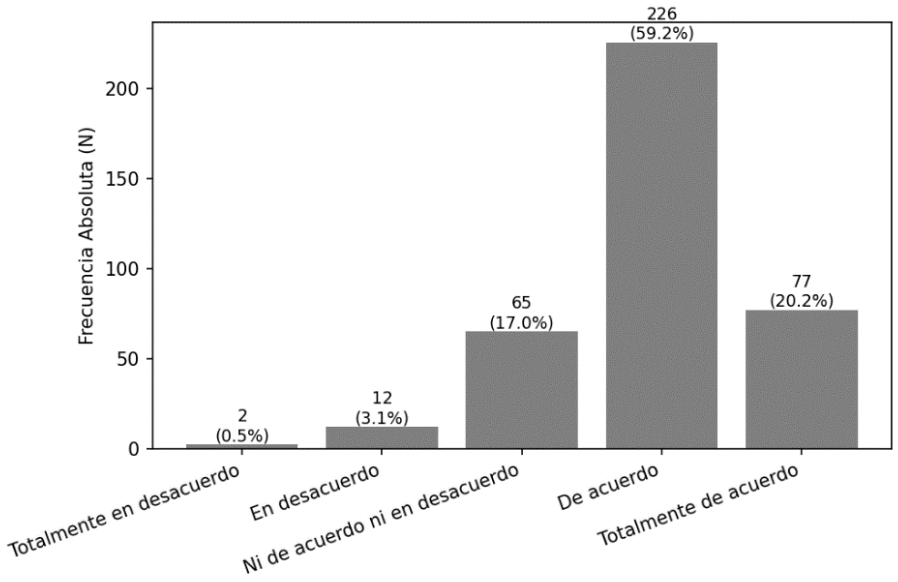
Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 83.77% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 7.06% de acuerdo, 83.77% en desacuerdo y un 9.16% en una posición neutral. Este dato sugiere que los mensajes de RSE sobre temas globales como el cambio climático no son efectivos. La comunidad, que enfrenta problemas ambientales locales y tangibles, probablemente percibe esta comunicación como lejana e irrelevante.

Tabla 31. *La minería es una fuente de empleo para muchas personas.*

Frecuencia de Respuestas para el Ítem 28

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	2	0.52
En desacuerdo	12	3.14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17.02
De acuerdo	226	59.16
Totalmente de acuerdo	77	20.16
Total	**382**	**100%**

Figura 28. *La minería es una fuente de empleo para muchas personas.*

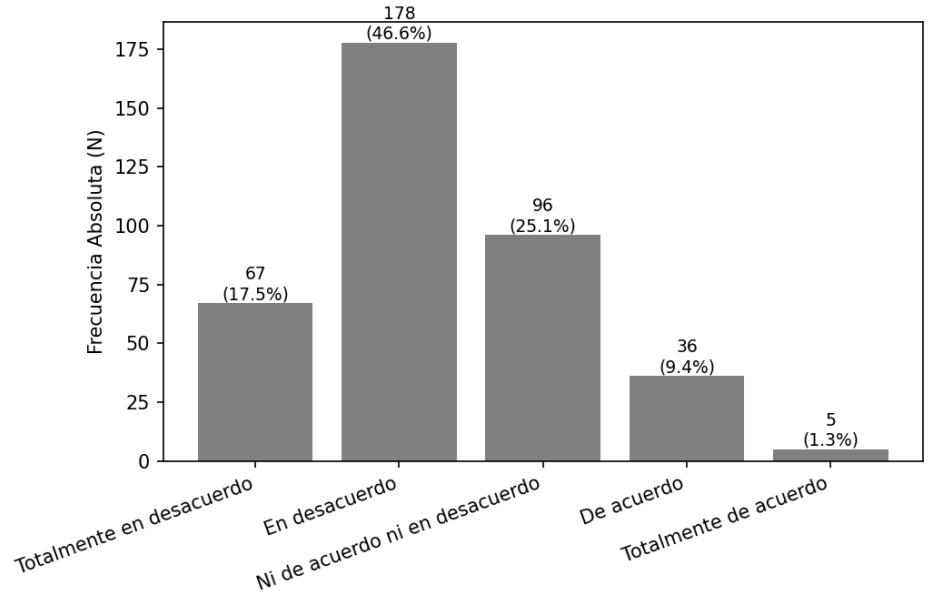


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 79.32% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 79.32% de acuerdo, 3.66% en desacuerdo y un 17.02% en una posición neutral. La alta aceptación de que la minería es una fuente de empleo confirma que este es el mensaje más potente y positivamente recibido de toda la comunicación de la industria. Es el pilar sobre el que se sostiene cualquier valoración positiva.

Tabla 32. *La minería ofrece mejores condiciones laborales a sus trabajadores.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	67	17.54
En desacuerdo	178	46.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	96	25.13
De acuerdo	36	9.42
Totalmente de acuerdo	5	1.31
Total	**382**	**100%**

Figura 29. *La minería ofrece mejores condiciones laborales a sus trabajadores.*

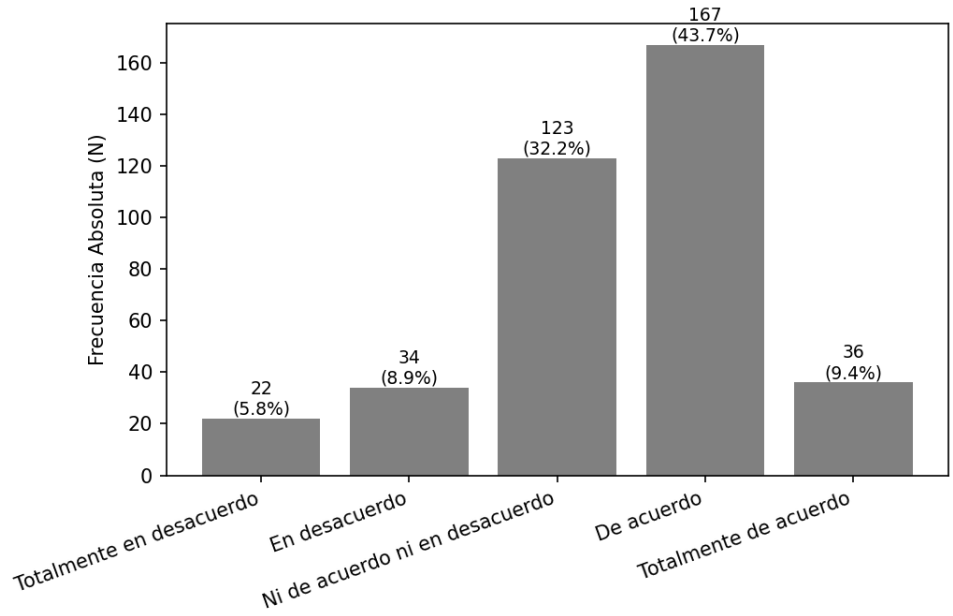


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente negativa, donde un 64.14% de los encuestados expresa desacuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 10.73% de acuerdo, 64.14% en desacuerdo y un 25.13% en una posición neutral. La percepción dividida sobre la mejora de las condiciones laborales sugiere que, si bien se valora la existencia del empleo, hay dudas significativas sobre su calidad. El mensaje de 'empleo de calidad' no está plenamente consolidado.

Tabla 33. *La minería no es una actividad peligrosa para los trabajadores.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	22	5.76
En desacuerdo	34	8.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	123	32.2
De acuerdo	167	43.72
Totalmente de acuerdo	36	9.42
Total	**382**	**100%**

Figura 30. *La minería no es una actividad peligrosa para los trabajadores.*

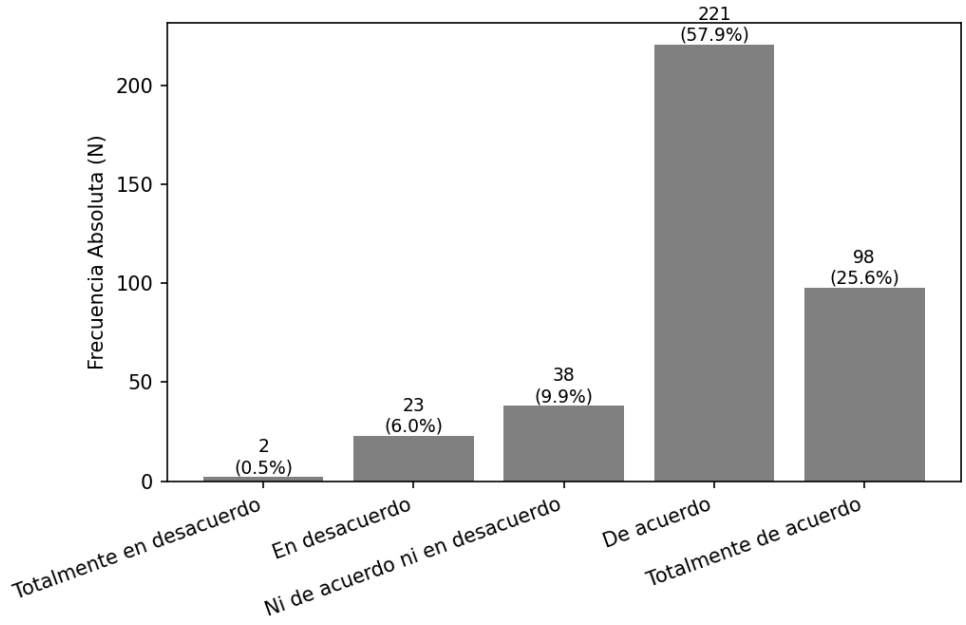


Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 53.14% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 53.14% de acuerdo, 14.66% en desacuerdo y un 32.20% en una posición neutral. La fuerte percepción de que la minería SÍ es una actividad peligrosa invalida cualquier comunicación corporativa que intente minimizar los riesgos. La comunidad posee una conciencia clara y arraigada del peligro inherente a la actividad.

Tabla 34. *La minería es una fuente de empleo para muchas personas.*

Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	2	0.52
En desacuerdo	23	6.02
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	9.95
De acuerdo	221	57.85
Totalmente de acuerdo	98	25.65
Total	**382**	**100%**

Figura 31. *La minería es una fuente de empleo para muchas personas.*



Interpretación de Resultados. - El análisis estadístico revela una tendencia predominantemente positiva, con un 83.50% de los encuestados expresando acuerdo con el ítem. Específicamente, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: 83.50% de acuerdo, 6.54% en desacuerdo y un 9.95% en una posición neutral. La generación de empleo es el argumento comunicacional más eficaz y el principal, si no el único, beneficio tangible y creíble que la comunidad percibe de la minería.

4.3. Prueba de hipótesis

Se analizaron las características de los instrumentos utilizados para probar las hipótesis. En la obtención de datos cualitativos ordinales se consideraron pruebas no paramétricas, por lo que se utilizó la prueba del coeficiente de correlación de Spearman (rs). Además, tanto las pruebas de hipótesis generales como las específicas se establecieron en un nivel de significancia del 95%.

Análisis de la Hipótesis General

Hi: La responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

a) Hipótesis estadística.

- **H0:** No existe relación significativa entre la RSC de empresas mineras y la actitud hacia la minería.

  $rs = 0$

- **H1:** Existe relación significativa entre la RSC de empresas mineras y la actitud hacia la minería.

  $rs \neq 0$

b) Nivel de significación:

- $\alpha = 0{,}05$ (5%) por tratarse de una investigación de carácter social.

Tabla 35. *Resultado del test de Spearman entre RSC y Actitud hacia la Minería.*

Correlaciones

			Responsabilidad Social	Actitud hacia la mineria
Rho de Spearman	Responsabilidad Social	Coeficiente de correlación	1,000	,709**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	382	382
	Actitud hacia la mineria	Coeficiente de correlación	,709**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	382	382

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

c) Interpretación

Por la significancia bilateral (0.000), al ser menor que p = 0.05, se rechaza la hipótesis nula, lo que nos confirma el siguiente resultado:

El coeficiente de correlación de Spearman entre la valoración de la responsabilidad social corporativa y la actitud hacia la minería es de 0,709. Como resultado, se concluye que existe una relación positiva y significativa (muy alta) entre ambas variables.

Análisis de la Hipótesis Específica 1: Dimensión Económica

Hi: La valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

a) Hipótesis estadística.

- **H0:** No existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad económica y la actitud hacia la minería.

  $rs = 0$

- **H1:** Existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad económica y la actitud hacia la minería.

  $rs \neq 0$

b) Nivel de significación: $\alpha = 0{,}05$

Tabla 36. *Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Económica y Actitud hacia la Minería.*

Correlaciones

			Responsabilidad Economica	Actitud hacia la mineria
Rho de Spearman	Responsabilidad Economica	Coeficiente de correlación	1,000	,713**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	382	382
	Actitud hacia la mineria	Coeficiente de correlación	,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	382	382

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

c) Interpretación

Por la significancia bilateral (0.000), al ser menor que p = 0.05, se rechaza la hipótesis nula. El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,713. Como resultado, se concluye que existe una relación positiva y significativa (muy alta) entre la valoración de la responsabilidad económica y la actitud hacia la minería.

Análisis de la Hipótesis Específica 2: Dimensión Legal

Hi: La valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

a) Hipótesis estadística.

- **H0:** No existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad legal y la actitud hacia la minería.

  $rs = 0$

- **H1:** Existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad legal y la actitud hacia la minería.

  $rs \neq 0$

b) Nivel de significación: $\alpha = 0,05$

Tabla 37. *Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Legal y Actitud hacia la Minería.*

Correlaciones

			Responsabilidad Legal	Actitud hacia la mineria
Rho de Spearman	Responsabilidad Legal	Coeficiente de correlación	1,000	,579**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	382	382
	Actitud hacia la mineria	Coeficiente de correlación	,579**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	382	382

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

c) Interpretación

Por la significancia bilateral (0.000), al ser menor que p = 0.05, se rechaza la hipótesis nula. El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,579. Como resultado, se concluye que existe una relación positiva y significativa (moderada) entre la valoración de la responsabilidad legal y la actitud hacia la minería.

Análisis de la Hipótesis Específica 3: Dimensión Ética

Hi: La valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023 tienen una relación positiva alta.

a) Hipótesis estadística.

- **H0:** No existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad ética y la actitud hacia la minería.

  rs = 0

- **H1:** Existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad ética y la actitud hacia la minería.

rs ≠ 0

b) Nivel de significación: α = 0,05

Tabla 38. *Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Ética y Actitud hacia la Minería.*

Correlaciones

			Responsabilidad Ética	Actitud hacia la Minería
Rho de Spearman	Responsabilidad Ética	Coeficiente de correlación	1,000	,709**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	382	382
	Actitud hacia la Minería	Coeficiente de correlación	,709**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	382	382

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

c) Interpretación

Por la significancia bilateral (0.000), al ser menor que p = 0.05, se rechaza la hipótesis nula. El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,709. Como resultado, se concluye que existe una relación positiva y significativa (muy alta) entre la valoración de la responsabilidad ética y la actitud hacia la minería.

Análisis de la Hipótesis Específica 4: Dimensión Filantrópica

Hi: La valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

a. Hipótesis estadística.

- **H0:** No existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad filantrópica y la actitud hacia la minería.

  rs = 0

- **H1:** Existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad filantrópica y la actitud hacia la minería.

  $rs \neq 0$

b. Nivel de significación: $\alpha = 0,05$

Tabla 39. *Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Filantrópica y Actitud hacia la Minería.*

Correlaciones

			Responsabilidad Filantrópica	Actitud hacia la Minería
Rho de Spearman	Responsabilidad Filantrópica	Coeficiente de correlación	1,000	,669**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	382	382
	Actitud hacia la Minería	Coeficiente de correlación	,669**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	382	382

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

c. Interpretación

Por la significancia bilateral (0.000), al ser menor que p = 0.05, se rechaza la hipótesis nula. El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,669. Como resultado, se concluye que existe una relación positiva y significativa (moderada) entre la valoración de la responsabilidad filantrópica y la actitud hacia la minería.

Análisis de la Hipótesis Específica 5: Dimensión Ambiental

Hi: La valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.

a) Hipótesis estadística.

- **H0:** No existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad ambiental y la actitud hacia la minería.

  rs = 0

- **H1:** Existe relación significativa entre la valoración de la responsabilidad ambiental y la actitud hacia la minería.

  rs ≠ 0

b) **Nivel de significación:** α = 0,05

Tabla 40. *Resultado del test de Spearman entre Responsabilidad Ambiental y Actitud hacia la Minería.*

Correlaciones

			Responsabilidad Ambiental	Actitud hacia la Minería
Rho de Spearman	Responsabilidad Ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	,658**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	382	382
	Actitud hacia la Minería	Coeficiente de correlación	,658**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	382	382

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

c) Interpretación

Por la significancia bilateral (0.000), al ser menor que p = 0.05, se rechaza la hipótesis nula. El coeficiente de correlación de Spearman es de 0,658. Como resultado, se concluye que existe una relación positiva y significativa (moderada) entre la valoración de la responsabilidad ambiental y la actitud hacia la minería.

4.4. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos en el presente estudio reflejan una marcada disociación entre el discurso comunicacional de las empresas mineras y la percepción real que mantiene la población de Cerro de Pasco respecto a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Esta desconexión es particularmente crítica en las dimensiones legal, ética, ambiental y filantrópica.

En términos generales, la correlación de Spearman (rs = 0.709) confirma una relación positiva y significativa entre la percepción de la RSC y la actitud hacia la minería, lo que valida empíricamente el planteamiento teórico de Carroll (1999), quien sostiene que la aceptación social de las empresas depende del cumplimiento efectivo de sus responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas. Sin embargo, los datos revelan que, en la práctica, estas dimensiones no se traducen en una percepción favorable por parte de la comunidad.

La dimensión legal (rs = 0.579) y ética (rs = 0.709) muestran correlaciones significativas, aunque los resultados por ítem reflejan desconfianza generalizada. Más del 80% de los encuestados considera que las empresas no respetan las normas legales ni promueven comportamientos éticos. Esta percepción sugiere una falta de legitimidad institucional (Suchman, 1995) y debilita el contrato social entre empresas y comunidades (Palazzo & Scherer, 2006). Además, se evidencia que los mensajes sobre cumplimiento normativo no han sido internalizados por los stakeholders, coincidiendo con lo señalado por Grunig y Hunt (2003), quienes afirman que la comunicación organizacional debe construirse sobre la base de la credibilidad y la transparencia.

En cuanto a la dimensión filantrópica (rs = 0.669), los resultados revelan una percepción de escepticismo: el 60.73% considera que las donaciones tienen una finalidad de lavado de imagen. Esto respalda lo dicho por Porter y Kramer (2006),

quienes advierten que las acciones sociales desconectadas del contexto local tienden a percibirse como oportunistas. La legitimidad simbólica de las iniciativas filantrópicas se desvanece cuando no existe una coherencia visible con las necesidades reales de la comunidad.

La dimensión ambiental presenta una correlación significativa moderada (rs = 0.658), pero los resultados son alarmantes: más del 80% de la población niega que las empresas cumplan las normas ambientales o contribuyan a reducir la contaminación. Esta visión crítica refuerza los postulados de Meffert y Kirchgeorg (1993), quienes sostienen que la sostenibilidad solo es percibida como tal cuando hay evidencia tangible y coherente con el discurso corporativo. La falta de credibilidad en la gestión ambiental sugiere que la comunicación estratégica ha sido insuficiente o mal dirigida.

Curiosamente, la dimensión económica es la única con alta correlación (rs = 0.713) que presenta algunos indicadores positivos. Más del 79% de los encuestados reconocen a la minería como fuente de empleo, y un 66% la vincula con inversión extranjera. Sin embargo, esto no se traduce en una percepción de mejora del nivel de vida ni de reducción de la pobreza (96.59% lo niega), lo que evidencia una desconexión entre los beneficios macroeconómicos y los impactos microeconómicos percibidos (Sen, 1999).

Los resultados muestran una crisis de legitimidad comunicacional en la minería de Cerro de Pasco. Las empresas no han logrado establecer un vínculo emocional ni discursivo con sus públicos. La confianza, eje fundamental de la RSC (Martínez, Pérez & Rodríguez del Bosque, 2013), parece haber sido reemplazada por el escepticismo, la desconfianza y el desencanto colectivo. Como lo plantea Freeman (1984), la gestión de stakeholders exige algo más que beneficios económicos: requiere escuchar, dialogar y co-construir legitimidad.

CONCLUSIONES

Primera. - Existe una relación positiva alta entre la valoración de la responsabilidad social corporativa (RSC) de las empresas mineras y la actitud hacia la minería en los pobladores de Pasco ($rs = 0.709$, $p < 0.01$). Esto evidencia que una percepción favorable de la RSC está directamente asociada a una actitud más receptiva y menos conflictiva hacia la actividad minera.

Segunda. - La dimensión económica de la RSC presenta la mayor correlación con la actitud hacia la minería ($rs = 0.713$), lo que indica que los pobladores valoran significativamente los aportes económicos —como la generación de empleo o la atracción de inversión— cuando estos son percibidos como tangibles. Sin embargo, este reconocimiento no es suficiente para mejorar la percepción general si no va acompañado de una mejora del bienestar individual y colectivo.

Tercera. - La dimensión legal, ética, filantrópica y ambiental presentan correlaciones moderadas a altas, pero las percepciones ciudadanas revelan un nivel elevado de desconfianza respecto al cumplimiento efectivo de estas responsabilidades. Más del 80% de los encuestados considera que las empresas no respetan las leyes, no actúan éticamente, ni protegen el medio ambiente, lo cual afecta gravemente su legitimidad social.

Cuarto. - Existe una crisis comunicacional en las empresas mineras, que no logran construir una narrativa creíble ni coherente sobre su compromiso social. Las acciones de RSC, aunque ejecutadas, son percibidas como estrategias de marketing o lavado de imagen, sin un impacto real en la comunidad. Esto demuestra la necesidad de replantear los enfoques comunicacionales desde una perspectiva más dialógica y participativa.

Quinto. - La comunidad de Pasco muestra una actitud ambivalente y crítica hacia la minería: por un lado, reconoce sus beneficios macroeconómicos; por otro, no percibe mejoras sustanciales en su calidad de vida ni en el respeto a sus derechos como ciudadanos. Esta

contradicción señala que las estrategias actuales de RSC no están logrando cerrar la brecha entre la actividad minera y la legitimidad social.

Sexto. - La implementación de la RSC debe ir más allá del cumplimiento normativo. Requiere un compromiso ético real, una integración con las necesidades del entorno y, sobre todo, una comunicación estratégica auténtica, que sea capaz de generar confianza, transparencia y corresponsabilidad con los grupos de interés.

RECOMENDACIONES

Primero. - Replantear las estrategias de comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) por parte de las empresas mineras que operan en Pasco. Es indispensable adoptar enfoques más transparentes, bidireccionales y culturalmente contextualizados, que fortalezcan el diálogo y la participación activa de los actores sociales en la construcción de los mensajes.

Segundo. - las acciones de RSC en las dimensiones ética, legal, ambiental y filantrópica, ya que fueron las que obtuvieron las percepciones más negativas. Las empresas deben implementar mecanismos de verificación pública, rendición de cuentas y auditoría social que permitan a los ciudadanos comprobar el cumplimiento real de los compromisos asumidos.

Tercero. - Diseñar programas de RSC vinculados a necesidades reales y sentidas de la población, priorizando el desarrollo humano, el acceso a servicios básicos, la sostenibilidad ambiental y la educación. Esto contribuirá a generar valor compartido y a reducir la percepción de que la RSC es únicamente una estrategia de marketing.

Cuarto. - Involucrar a la comunidad en el diseño, ejecución y evaluación de los programas de RSC, incorporando metodologías participativas. Esto permitirá construir legitimidad desde la base y mejorar la imagen corporativa de las empresas a través de relaciones genuinas de cooperación.

Quinto. - Fortalecer la institucionalidad pública en materia de vigilancia y fiscalización ambiental y social, para garantizar que las empresas mineras no solo informen sobre sus acciones, sino que las ejecuten con transparencia y respeto por los derechos ciudadanos. La coordinación entre el Estado, la sociedad civil y las empresas es clave para prevenir conflictos.

Sexto. - Fomentar investigaciones multidisciplinarias que aborden el vínculo entre comunicación, minería y ciudadanía, promoviendo la formación de profesionales y líderes

comunitarios con capacidades para interpretar críticamente los procesos extractivos desde una perspectiva ética, comunicativa y sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Beauchamp, T. L., & Childress, J. F. (2013). Principles of biomedical ethics (7th ed.). Oxford University Press.

Berger, P., & Luckmann, T. (2003). La construcción social de la realidad. Amorrortu.

Capriotti P y Schulze F. (2010) Responsabilidad Social Empresarial. Colección Libros de la Empresa. Executive Business School.

Cárdenas, C. y Huihua, C. (2018). La responsabilidad social en Volcan Compañía Minera S.A.A. bajo el modelo integral de gestión social en la comunidad campesina de Huayhuay. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. Business & Society, 38(3), 268–295. https://doi.org/10.1177/000765039903800303

Castillo, M. (2022). Revisión del método de estudio de la Responsabilidad Social Corporativa en artículos científicos especializados en comunicación. Socialium, 6(2), 162-177. https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2022.6.2.1373

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2011). Research methods in education (7th ed.). Routledge.

Cortes J. (2017) Responsabilidad Social. Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador.

Cortina, A. (2006). Ética mínima: introducción a la filosofía práctica. Tecnos.

Ezequiel Alpuche E. y Leines L. (2023) La Teoría de los Stakeholders: un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo. Pensamiento Crítico. Revista de Investigación Multidisciplinaria. Universidad UDF Santa María. https://pensamientocriticoudf.com.mx/4-no-6/14-4-no-6-02/36-la-teoria-de-los-stakeholders-un-analisis-centrado-en-los-grupos-dentro-de-la-organizacion-y-propuesta-de-un-nuevo-grupo-

html#:~:text=De%20acuerdo%20con%20Freeman%20(1984,trabajadores%2C%20posibles%20inversionistas%2C%20proveedores%2C

Ferré C. et al (2015) La Responsabilidad Social desde una Perspectiva Crítica e Interdisciplinaria. Fundación Universitaria Luis Amigó. Colombia

Flores, M. y Flores, N. (2022). La responsabilidad social corporativa de las empresas mineras y su impacto en las Comunidades de la zona sur del Perú, desde el punto de vista de la empresa, año 2020. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional.

Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman Publishing.

García M. (2020) La responsabilidad social en los proyectos de recuperación de la Laguna Patarcocha – Cerro de Pasco 2007-2017, y propuesta técnica de recuperación. [Tesis de maestría en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión] http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2120

García Ortega, B., De Miguel Molina, B. y Chirivella González, V. (2020). Responsabilidad Social Corporativa en la minería de Latinoamérica: Un modelo multiactor. América Latina Hoy, 1-18. https://doi.org/10.14201/alh.22369

Gemma J. (2021) La Importancia de la Ética en los Negocios. Escuela de Negocios y Dirección. Universidad Europea Miguel de Cervantes. Business Revista Digital. https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/rr-hh/la-importancia-de-la-etica-en-los-negocios/#:~:text=La%20%C3%A9tica%20en%20los%20negocios%20se%20basa%20en%20una%20serie,malo%2C%20lo%20correcto%20e%20incorrecto.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (2003). Dirección de relaciones públicas. McGraw-Hill Interamericana.

Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa. Vol. II: Crítica de la razón funcionalista. Taurus.

Hinkelammert, F. (2005). El sujeto y la ley: el retorno del sujeto reprimido. Editorial DEI.

https://www.sosteniblepedia.org/index.php/Triple_cuenta_de_resultados

King K. (2020). Teoría del valor compartido de Michael Porter. Gestiopolis. https://www.gestiopolis.com/valor-compartido-teoria-michael-porter/

Martínez, P., Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). Measuring corporate social responsibility in tourism: Development and validation of an efficient measurement scale in the hospitality industry. Journal of Travel & Tourism Marketing, 30(4), 365–385. https://doi.org/10.1080/10548408.2013.784154

Meffert, H., & Kirchgeorg, M. (1993). Marktorientiertes Umweltmanagement. Schäffer-Poeschel.

Menéndez L. (2018) Incidencia de la responsabilidad social corporativa en el desarrollo sostenible de la minería en Arequipa caso: Compañía minera Caraveli 2016. [Tesis de licenciatura Universidad Nacional de San Agustín] http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6003

Otálora E. (2016) Ciudadanía corporativa. Una nueva visión de las organizaciones en el siglo XXI. Universidad Santo Tomás de Colombia.

Palazzo, G., & Scherer, A. G. (2006). Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework. Journal of Business Ethics, 66(1), 71–88. https://doi.org/10.1007/s10551-006-9044-2

Pérez-Aranda, J. (2016). Valoración de la responsabilidad social empresarial (RSE) por la demanda hotelera. [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. Repositorio institucional.

Pino J. (2020) Influencia de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas mineras del sur del Perú, 2019 – 2020. [Tesis doctoral en la Universidad Privada de Tacna] http://hdl.handle.net/20.500.12969/1691

Pocomucha, K. y Venegas, C. (2021). Nivel de cumplimiento de información medioambiental en los reportes de sostenibilidad en sector minería y energía de empresas peruanas y chilenas. Contabilidad y Negocios, 31 (16), 71-94. https://doi.org/10.18800/contabilidad.202101.005

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78–92.

QuimiNet (2012) Empresas mineras. ¿Qué son las empresas mineras? https://www.quiminet.com/empresas/empresas-mineras-2741471.htm

Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.6 en línea]. https://dle.rae.es [29-06-2023]

Sen, A. (1999). Development as freedom. Oxford University Press.

Sosteniblepedia (2020) Triple cuenta de resultados. Esta página se editó por última vez el 25 ago 2020 a las 22:12.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. Academy of Management Review, 20(3), 571–610. https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331

Valenzuela, G. (2016). La incidencia de las estrategias comunicacionales implementadas por la compañía minera Antapaccay en las percepciones de los beneficiarios del proyecto Planta de Lácteos –Desarrollo del sector ganadero en Espinar en torno a su desarrollo económico local sostenible: un estudio a partir de la materialidad. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional.

Ventocilla E. (2023) Generación de empleo como política de responsabilidad social de la Minera Cerro SAC. y el impacto en la economía del poblador de Paragsha en el 2020. [Tesis de maestría en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión] http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/3701

ANEXOS

ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE CERRO DE PASCO

Esta es una encuesta anónima. Responda con honestidad y sinceridad en lo posible. Los resultados serán utilizados solo con fines para la propia investigación. Gracias por sus respuestas.

N°	Ítems	Opciones de respuesta				
	VARIABLE 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL					
	Dimensión: Económico	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
1	Las empresas mineras de Pasco siempre respetan las normas establecidas en la ley en cuanto al desempeño de sus actividades					
2	Las empresas mineras de Pasco se aseguran de que sus empleados actúen dentro los estándares definidos por la ley					
3	Las empresas mineras de Pasco tienen un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto (seguridad social, tributaria, etc.)					
	Dimensión: Legal	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
4	Las empresas de Pasco están comprometidas con realizar el bien siguiendo los principios de la ética					
5	Las empresas mineras de Pasco tienen un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación					
6	Las empresas mineras de Pasco proporcionan un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso, independientemente de su sexo, raza, origen o religión)					
	Dimensión: Ético	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
7	Las empresas mineras de Pasco tratan de obtener el máximo beneficio de su actividad					
8	Las empresas mineras de Pasco apoyan el desarrollo económico local.					
9	Las empresas mineras de Pasco participan en la creación de empleo					
	Dimensión: Filantrópico	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
10	Las empresas mineras de Pasco efectúan donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro					
11	Las empresas mineras de Pasco están comprometidas con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera					
12	Las empresas mineras de Pasco patrocinan o financian activamente eventos educativos, sociales y culturales					
	Dimensión: Ambiental	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
	Las empresas mineras de Pasco desarrollan políticas activas en defensa del medio ambiente					
	Las empresas mineras de Pasco tienen programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos					
	Las empresas mineras de Pasco poseen programas de reducción de la contaminación					

	VARIABLE 2: ACTITUD HACIA LA MINERÍA					
	Dimensión: Beneficios económicos	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
16	La minería es una fuente importante de ingresos para mi región.					
17	La minería contribuye al desarrollo económico de mi comunidad.					
18	La minería atrae inversiones extranjeras a mi país.					
19	La minería aumenta el nivel de vida de las personas en mi región.					
	Dimensión: Beneficios sociales	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
20	La minería respeta los derechos de las comunidades locales.					
21	La minería promueve el bienestar social en mi región.					
22	La minería reduce la pobreza de la población.					
23	La minería reduce los problemas sociales como la delincuencia y la prostitución.					
	Dimensión: Beneficios ambientales	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
24	La minería tiene un impacto positivo en el medio ambiente.					
25	La minería afecta positivamente la biodiversidad en mi región.					
26	La minería cumple con las normas ambientales.					
27	La minería contribuye a aminorar el cambio climático.					
	Dimensión: Beneficios laborales	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Ni en desacuerdo ni de acuerdo**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
28	La minería es una fuente de empleo para muchas personas.					
29	La minería ofrece mejores condiciones laborales a sus trabajadores.					
30	La minería no es una actividad peligrosa para los trabajadores.					
31	La minería es una fuente de empleo para muchas personas.					

Muchas gracias

FICHA DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Título: VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023

Datos generales

Nombre del juez: **Dr. Raúl Máximo Ramos Gutarra**
Grado y mención del grado académico: **Doctor en Políticas Públicas. Seguridad Nacional y Desarrollo Sostenible**
Área de acción laboral: **Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC**
Codificación de respuestas de los jueces
Apreciación positiva= 1
Apreciación negativa= 0

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración		OBSERVACIÓN
		0	1	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		x	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		x	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		x	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		x	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		x	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		x	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		x	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		x	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		x	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		x	
TOTAL			10	

Criterio de valoración del juez: APROBADO

Fecha: 03 de julio de 2023



Dr. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA
Firma

FICHA DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Título: VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023

Datos generales

Nombre del juez: **Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS**
Grado y mención del grado académico: **Mg. En Educación**
Área de acción laboral: **Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC**
Codificación de respuestas de los jueces
Apreciación positiva= 1
Apreciación negativa= 0

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración		OBSERVACIÓN
		0	1	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		×	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		×	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		×	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		×	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		×	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		×	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		×	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		×	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		×	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		×	
TOTAL			10	

Criterio de valoración del juez: APROBADO

Fecha: 01 de julio de 2023



Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS

Firma

FICHA DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Título: VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023

Datos generales

Nombre del juez: **Mg. Mario Buenaventura CASTILLO HILARIO**
Grado y mención del grado académico: **Magister en Comunicación Social: Mención: Investigación en Comunicación**
Área de acción laboral: **Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC**
Codificación de respuestas de los jueces
Apreciación positiva= 1
Apreciación negativa= 0

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración		OBSERVACIÓN
		0	1	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		x	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		x	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		x	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		x	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		x	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		x	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		x	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		x	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		x	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		x	
TOTAL			10	

Criterio de valoración del juez: APROBADO

Fecha: 03 de julio de 2023



Mg. Mario Buenaventura CASTILLO HILARIO
Firma

CONSENTIMIENTO INFORMADO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023"

PROPOSITO DEL ESTUDIO:

La investigación tiene el propósito de conocer la relación de la "VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023", resultados que servirán para mejorar la toma de decisiones de las empresas mineras en Cerro de Pasco. Asimismo, servirá para optar el grado académico de magister en Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac.

PROCEDIMIENTO PARA LA TOMA DE INFORMACIÓN

Se les informa a todos los encuestados (egresados) sobre el propósito de la encuesta y se les pide que sean honestos y sinceros al responder el cuestionario de 16 preguntas. Una vez terminada la encuesta se recoge agradeciéndoles su participación.

RIESGOS:

No existe ningún tipo de riesgo, pues la información solo servirá para el propósito de la investigación

BENEFICIOS:

No representa ningún tipo de beneficio económico para el encuestado

COSTOS:

No representa ningún costo para el encuestado

INCENTIVOS O CPOMPENSACIONES:

No hay ningún tipo de incentivo o compensación que le podrían dar al que brinda la información

TIEMPO:

La encuesta dura aproximadamente entre 4 a 5 minutos

CONFIDENCIALIDAD:

La participación es voluntaria y anónima. Los datos recabados serán utilizados estrictamente en la presente investigación respetando su confidencialidad, los cuales serán eliminados al término del estudio.

COSENTIMIENTO:

Acepto voluntariamente participar en esta investigación. Tengo pleno conocimiento del mismo y entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio si los acuerdos establecidos se incumplen.

En fe de lo cual, firmo a continuación:

Apellidos y nombres: Armas Valerio Mary Raquel

DNI: 21283651

Firma: .....

BASE DE DATOS DE LAS 382 ENCUESTAS

N° Encuesta	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	TOTAL RSC	TOTAL ACTITUD
1	2	2	2	2	3	3	2	1	4	1	2	3	4	3	1	4	4	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	5	1	3	4	35	40
2	2	2	2	3	3	3	5	2	2	2	1	1	1	1	4	4	3	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	4	34	37
3	2	5	2	3	1	3	4	1	2	2	2	3	5	2	1	4	3	4	1	3	2	1	2	3	2	2	1	4	2	3	3	38	40
4	3	3	2	4	1	1	5	1	3	1	2	2	5	1	2	3	3	4	1	2	1	3	1	2	2	1	2	4	2	5	5	36	41
5	1	3	2	2	3	3	4	2	3	3	1	3	2	1	1	4	4	4	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	4	34	43
6	5	2	2	1	2	4	1	1	4	4	2	2	1	5	2	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	4	38	42
7	1	2	1	3	4	4	4	2	3	5	1	4	2	1	2	4	5	5	2	2	2	1	2	2	2	4	1	4	2	4	4	39	46
8	2	3	2	3	3	4	4	1	2	2	1	3	2	1	1	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	2	34	35
9	5	3	3	2	1	3	3	3	3	5	1	2	1	5	2	5	3	5	1	2	2	1	2	3	2	2	2	5	2	5	5	42	47
10	2	2	2	3	2	2	4	3	1	1	1	5	2	2	1	4	4	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	5	4	33	40
11	4	2	3	3	2	4	5	2	2	3	2	3	2	1	1	4	4	4	2	2	1	1	2	3	2	2	2	3	2	4	4	39	42
12	2	2	2	2	2	1	4	1	3	4	1	3	2	2	4	4	4	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	4	2	5	4	35	40
13	2	2	2	2	1	3	4	2	1	5	2	2	1	2	2	5	4	4	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	4	4	1	33	42
14	2	2	2	1	1	2	5	2	2	2	2	2	2	3	1	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	5	1	2	5	31	41
15	2	2	2	2	1	1	5	2	4	1	1	2	2	1	2	4	5	4	2	1	2	1	3	2	2	2	3	4	2	3	4	30	44
16	2	2	2	3	1	1	5	4	4	1	2	4	1	2	1	4	4	1	3	2	1	1	2	1	3	2	1	3	3	2	4	35	37
17	2	2	2	2	3	1	3	3	3	2	2	2	1	1	1	4	3	4	1	2	2	1	2	2	2	4	2	5	2	4	4	30	44
18	4	2	1	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	1	1	4	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	3	4	43	41
19	4	2	2	2	2	3	4	1	1	1	3	1	2	1	2	5	4	3	3	2	1	1	3	2	2	2	2	4	2	4	4	31	44
20	2	1	1	2	3	3	1	3	3	4	4	2	4	1	2	4	4	4	1	1	2	1	2	2	2	1	2	5	2	2	4	36	39
21	1	2	2	4	3	2	5	1	2	3	4	1	1	1	1	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	4	2	3	2	3	4	33	42
22	1	3	2	2	1	1	5	2	2	2	3	3	1	1	1	4	3	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	3	30	40
23	1	2	1	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	1	2	5	3	4	1	1	1	1	1	2	2	2	2	5	1	4	5	33	40
24	2	2	1	2	1	2	4	2	3	3	2	2	2	1	2	4	4	4	2	2	1	1	1	2	2	1	2	4	2	2	4	31	38
25	1	2	2	3	1	2	1	2	4	1	3	4	3	1	1	5	5	4	1	2	1	1	1	2	2	2	2	4	2	4	5	31	43
26	1	2	1	2	5	2	4	2	3	1	1	2	2	2	1	4	4	4	2	2	1	1	2	2	3	2	2	5	3	4	4	31	45
27	2	2	2	1	3	2	4	3	1	2	3	2	1	4	1	4	4	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	4	1	4	5	33	39
28	2	2	3	3	2	3	5	3	3	2	3	2	2	2	2	4	5	2	1	2	1	1	2	2	2	2	4	4	2	2	4	39	40

29	1	2	2	4	2	1	3	2	4	3	2	2	1	2	2	4	4	4	1	1	2	1	2	3	2	1	2	4	1	4	5	33	41
30	2	2	2	3	3	2	4	3	1	3	2	1	2	2	1	4	4	1	1	2	1	1	2	2	2	1	4	4	2	4	4	33	39
31	2	2	2	3	3	2	5	1	3	2	1	3	1	1	1	4	4	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1	4	4	32	40
32	1	3	2	3	2	2	5	2	2	2	1	2	5	1	2	5	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	2	3	5	35	41
33	3	3	1	3	2	3	2	1	3	5	2	3	1	2	1	5	2	5	1	1	1	1	2	2	2	1	2	5	2	2	4	35	38
34	2	2	3	2	4	4	5	2	1	1	1	2	1	1	1	4	5	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	5	2	4	4	32	43
35	2	2	2	2	3	3	1	2	3	1	1	4	2	2	3	4	5	3	2	2	1	1	2	1	2	4	2	4	1	5	4	33	43
36	4	2	2	3	5	2	5	3	1	3	1	2	2	1	2	4	3	4	1	2	2	2	1	1	2	2	2	4	3	4	2	38	39
37	2	2	1	3	4	3	5	3	4	2	2	3	5	1	2	4	3	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	5	2	3	5	42	40
38	1	3	2	5	5	4	5	1	3	3	2	1	2	2	1	4	4	3	1	1	2	1	2	2	3	2	1	4	2	3	4	40	39
39	3	2	2	1	1	3	1	1	1	2	2	1	1	2	1	4	4	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	4	3	4	4	24	43
40	2	2	2	3	1	1	5	3	4	3	1	2	2	3	2	4	5	5	2	1	1	2	2	3	2	1	2	4	2	4	2	36	42
41	2	2	1	1	1	2	4	1	3	2	4	1	2	2	2	4	4	1	2	1	3	1	2	2	2	4	3	5	4	5	4	30	47
42	2	2	2	3	4	4	4	2	4	4	1	4	1	2	2	4	4	4	1	4	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	5	41	47
43	2	2	2	3	2	2	3	2	5	4	2	2	1	1	1	4	5	3	2	1	2	1	2	2	2	1	3	4	3	3	4	34	42
44	2	2	2	2	4	2	2	3	3	5	2	1	2	1	1	4	4	4	2	2	2	1	2	3	2	1	2	4	4	4	3	34	44
45	2	2	2	3	3	2	4	1	2	2	1	2	1	1	1	5	4	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	29	40
46	1	3	1	3	3	3	4	2	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	1	2	1	2	2	1	2	2	1	3	3	1	4	37	36
47	1	2	2	3	2	3	5	2	3	1	2	3	4	1	1	4	4	2	2	3	1	1	2	2	1	3	3	3	3	5	2	35	41
48	2	3	1	1	2	5	4	3	4	1	1	1	3	2	4	4	5	3	2	1	2	2	3	2	2	2	1	4	1	3	3	37	40
49	2	3	2	5	2	3	5	2	4	1	5	1	2	1	5	4	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	4	3	5	4	43	40
50	1	2	2	4	2	3	4	3	2	1	1	3	3	2	1	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	4	4	34	44
51	1	2	2	3	2	1	1	3	1	4	1	2	1	2	1	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	1	4	1	4	4	27	44
52	1	1	2	2	3	1	5	2	2	4	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	1	2	2	2	2	3	4	2	4	4	34	42
53	3	2	1	3	3	1	1	3	3	2	3	2	1	2	1	4	2	4	1	2	2	1	1	2	1	2	2	4	2	2	4	31	36
54	2	2	1	3	3	2	1	3	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	2	1	1	1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	38	43
55	2	2	2	4	2	1	5	1	1	3	1	2	2	2	2	4	4	4	1	2	2	1	2	3	1	2	1	4	2	3	4	32	40
56	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	5	2	2	1	2	2	4	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	35	43
57	2	1	3	2	2	1	4	1	3	2	1	2	2	1	1	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	1	4	28	39
58	1	2	2	2	1	2	4	2	1	3	1	1	3	2	1	4	4	1	1	2	2	1	2	2	2	3	1	3	1	3	4	28	36

59	1	1	1	2	1	3	1	5	4	3	3	3	1	2	1	4	4	4	1	1	1	2	2	2	2	2	1	4	3	3	4	32	40
60	2	1	1	3	3	2	3	3	4	2	1	2	2	1	1	5	5	4	1	2	1	1	2	1	2	1	2	4	2	4	4	31	41
61	1	1	1	1	1	2	4	2	3	2	1	2	2	1	1	4	3	5	2	1	2	3	2	2	1	1	2	4	1	4	4	25	41
62	2	2	3	4	1	4	5	2	3	1	1	1	3	2	1	4	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	4	5	2	3	5	35	45
63	2	2	2	2	2	2	5	2	1	4	2	1	1	2	1	4	4	1	1	1	1	2	2	2	2	4	2	4	2	4	4	31	40
64	2	1	2	3	1	1	2	2	4	4	2	2	1	2	1	5	4	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	4	3	4	4	30	45
65	2	2	2	2	2	4	1	3	4	2	2	2	2	2	5	5	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	1	1	4	37	39
66	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	1	2	3	4	3	5	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	4	35	46
67	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	3	1	4	3	35	39
68	2	2	2	3	1	1	5	2	4	2	2	2	2	2	1	5	4	5	1	4	2	1	2	2	2	2	2	4	2	3	4	33	45
69	5	3	2	1	4	1	5	3	3	4	2	1	1	2	1	4	4	3	1	2	1	2	2	1	1	1	2	5	3	2	4	38	38
70	1	2	3	2	3	2	4	2	5	3	2	2	1	2	2	4	5	5	1	2	2	1	2	1	2	3	3	5	3	4	5	36	48
71	1	2	2	3	2	4	2	2	5	2	3	2	2	3	4	4	3	5	2	2	3	1	2	1	4	4	2	5	1	4	5	39	48
72	2	2	2	3	2	4	3	2	1	1	2	2	1	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	2	5	5	31	45
73	2	2	2	3	4	2	1	2	1	3	5	1	2	2	1	5	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	3	3	4	33	42
74	2	3	1	2	2	4	5	2	4	3	2	2	2	5	1	4	4	4	1	2	2	2	1	2	2	2	2	4	3	4	5	40	44
75	1	2	4	4	2	1	5	3	2	2	1	2	1	3	2	4	2	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	4	5	35	42
76	2	1	1	1	2	3	4	1	3	2	1	5	2	1	2	4	4	4	2	1	2	1	2	1	2	2	3	5	1	4	4	31	42
77	2	2	2	3	2	2	4	2	4	4	5	4	1	1	1	4	5	3	1	2	1	2	2	2	2	2	1	5	3	4	5	39	44
78	2	2	1	1	2	2	5	3	3	2	2	2	3	1	1	4	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	4	2	4	5	32	35
79	3	2	2	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	1	2	5	5	1	1	1	1	2	3	2	1	3	4	5	4	4	5	30	47
80	2	3	1	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	1	4	4	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	4	3	5	4	34	44
81	2	2	2	5	2	2	2	2	5	4	5	1	2	3	1	4	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	1	2	4	40	37
82	2	2	3	4	4	2	4	1	2	3	5	2	2	3	2	3	4	4	2	2	1	1	3	2	1	4	2	4	2	3	5	41	43
83	5	2	2	3	2	2	2	1	4	2	4	1	1	2	1	4	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	1	5	4	4	4	34	45
84	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	5	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4	1	3	2	35	30
85	2	2	2	5	3	3	4	3	4	1	2	3	1	1	2	5	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	5	38	45
86	4	2	2	4	2	1	2	2	1	5	2	2	2	4	5	4	4	4	3	2	2	1	2	2	2	1	3	4	2	3	4	40	43
87	3	2	2	3	2	2	5	3	2	2	2	1	1	3	1	4	4	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	3	4	4	34	41
88	2	2	2	4	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	5	3	4	2	2	1	1	2	1	2	2	1	4	2	4	4	29	40

89	1	2	2	3	1	4	2	1	3	4	1	3	3	2	1	4	2	4	1	2	1	1	2	1	2	2	1	4	2	3	4	33	36
90	2	2	3	4	2	2	3	2	3	1	2	3	1	2	2	4	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	4	4	2	4	4	34	45
91	3	3	2	3	2	3	5	2	1	1	1	2	1	1	1	4	5	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	5	5	31	46
92	1	2	2	1	3	1	5	3	4	3	1	1	2	1	2	4	4	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	4	4	32	41
93	1	2	3	3	1	3	1	2	3	2	2	4	1	3	1	4	4	4	1	3	1	2	3	2	2	2	1	5	3	4	4	32	45
94	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	1	2	2	2	4	4	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	4	4	5	39	41
95	1	2	3	2	2	2	5	3	3	4	1	1	2	2	4	4	3	4	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	4	3	5	37	40
96	1	2	2	3	1	5	2	2	2	3	1	2	2	2	1	4	4	5	1	3	2	1	2	2	2	2	2	5	2	3	4	31	44
97	2	1	2	3	1	3	5	4	3	4	2	2	2	2	1	4	4	1	2	2	2	1	1	2	2	4	2	5	2	4	4	37	42
98	3	2	2	3	2	4	4	2	1	1	1	1	4	2	1	4	4	4	1	1	2	1	2	2	2	2	2	5	3	4	4	33	43
99	3	1	3	3	2	2	5	3	3	1	2	1	1	2	1	4	4	2	1	3	4	1	2	2	2	2	1	3	2	2	5	33	40
100	2	2	3	4	4	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	4	4	4	1	2	2	1	3	2	2	2	2	4	3	4	5	31	45
101	2	2	1	1	4	5	5	1	4	4	2	1	2	1	2	1	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	37	41
102	4	2	1	2	1	2	5	2	1	2	1	2	2	2	1	5	2	3	1	4	2	2	2	2	2	2	1	4	2	3	4	30	41
103	4	2	2	2	2	4	1	2	3	2	2	2	3	4	1	4	3	3	1	2	1	2	3	2	2	2	2	4	2	3	2	36	38
104	2	2	3	1	2	1	4	2	1	1	2	3	2	1	3	5	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	3	4	30	39
105	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	3	2	1	5	2	4	4	5	1	2	2	1	3	2	2	1	2	4	1	3	5	29	42
106	2	2	2	4	2	2	3	1	5	5	1	2	2	4	5	4	3	3	1	2	2	2	1	2	2	3	2	4	4	4	4	42	43
107	2	3	2	3	3	1	3	2	1	1	2	3	5	1	3	1	5	4	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	4	5	35	40
108	2	2	2	5	1	2	4	4	4	2	4	1	1	2	1	5	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	1	4	2	2	3	37	40
109	2	2	2	2	3	2	1	1	1	4	2	2	1	2	1	4	4	4	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5	2	4	3	28	43
110	2	1	2	3	4	3	5	3	3	3	2	2	3	1	1	4	3	4	1	2	2	1	1	2	2	1	2	4	2	3	5	38	39
111	2	3	1	3	2	1	1	3	2	2	1	2	4	1	1	5	4	5	1	1	2	1	1	1	1	4	2	4	2	3	4	29	41
112	1	2	2	1	3	3	2	5	2	2	2	1	2	2	1	5	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	31	42
113	2	1	2	3	1	2	4	3	4	2	5	3	2	2	1	4	4	4	1	2	2	1	2	3	1	2	4	4	3	3	5	37	45
114	1	1	2	2	2	4	1	3	3	4	2	2	4	2	1	2	5	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	4	4	34	40
115	2	1	1	3	3	5	5	3	2	1	1	2	2	1	1	2	4	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	4	1	3	4	33	39
116	3	2	2	2	2	2	3	2	1	4	2	1	1	2	2	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	5	3	4	4	31	44
117	2	2	2	2	3	3	5	5	2	3	2	2	1	2	2	4	4	4	2	1	1	2	2	2	4	2	2	3	1	3	4	38	41
118	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	2	2	2	1	1	4	3	3	1	2	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	4	33	41

119	2	1	2	3	3	2	4	2	4	1	2	1	1	2	2	4	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	4	2	4	4	32	39
120	2	2	2	4	4	1	4	1	1	2	2	4	2	1	2	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	2	3	34	40
121	2	1	2	2	2	3	5	1	2	2	1	1	1	1	1	4	4	5	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	4	27	39
122	2	4	2	3	2	4	4	3	4	4	2	2	1	2	1	5	3	5	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	5	2	4	40	47
123	5	4	1	3	5	2	4	1	1	2	1	1	1	1	1	4	3	4	1	2	2	1	2	2	1	4	2	3	3	4	4	33	42
124	2	2	3	1	2	1	4	3	4	1	5	2	3	2	2	4	3	4	1	1	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	5	37	41
125	2	2	3	2	3	3	3	1	3	1	2	2	1	2	1	5	5	4	2	2	1	1	2	2	2	1	4	4	2	4	5	31	46
126	3	3	2	3	4	3	2	2	4	2	2	2	1	2	1	5	4	1	1	1	2	2	1	2	2	2	3	4	2	4	4	36	40
127	2	2	3	2	3	4	4	2	1	4	1	2	2	2	1	4	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	4	3	4	4	35	42
128	2	2	3	3	2	2	3	3	4	2	1	2	2	2	1	4	5	5	1	2	1	1	2	2	2	2	4	5	3	4	4	34	47
129	2	3	2	2	1	2	5	1	2	4	3	1	2	2	2	5	4	4	1	1	2	1	2	2	2	2	4	5	2	3	4	34	44
130	2	2	1	2	1	3	4	1	2	1	3	2	1	2	2	4	3	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	3	5	29	40
131	4	3	1	4	2	2	1	2	3	3	1	2	1	4	4	2	4	4	2	3	2	1	2	1	2	2	2	4	1	4	4	37	40
132	2	2	3	1	2	2	5	1	3	1	3	2	2	1	2	4	4	1	1	2	1	1	2	3	2	4	2	4	4	4	4	32	43
133	2	3	2	2	2	4	5	1	2	2	2	2	1	3	1	5	4	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	3	4	34	42
134	4	2	1	3	4	4	5	3	4	1	2	1	2	1	1	4	3	4	1	2	1	1	1	2	2	2	2	4	3	3	3	38	38
135	1	2	2	2	3	4	3	2	1	3	3	2	2	5	2	4	4	5	1	2	3	1	2	2	1	2	2	4	2	3	3	37	41
136	2	2	2	3	1	2	5	3	4	4	3	1	2	2	2	5	4	4	1	3	1	2	2	2	2	2	2	4	2	5	5	38	46
137	2	2	2	4	3	1	4	1	3	1	3	2	2	3	5	4	5	3	2	2	2	1	2	1	2	2	4	4	2	4	2	38	42
138	3	2	1	1	2	1	5	1	3	4	3	2	1	1	5	4	4	4	1	1	2	2	2	2	2	1	2	4	2	3	1	35	37
139	2	3	1	5	2	1	4	1	2	1	1	1	1	2	1	5	4	4	1	2	2	1	2	3	2	2	2	4	2	4	4	28	44
140	1	2	2	4	3	3	2	2	4	5	1	2	1	2	2	4	4	5	1	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	1	3	5	36	46
141	2	3	2	3	2	2	4	3	1	5	2	3	2	2	2	4	4	4	1	1	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5	4	38	41
142	2	2	2	3	5	2	5	2	4	2	2	2	1	2	1	5	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	37	42
143	1	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	4	4	1	1	2	1	2	2	1	2	2	4	3	3	4	33	40
144	2	2	2	3	3	1	4	3	2	3	2	1	2	2	1	2	3	4	2	2	1	2	2	2	2	1	4	2	2	4	4	33	39
145	2	3	3	3	3	1	5	1	2	1	2	3	1	2	1	4	5	4	2	1	1	1	2	2	1	2	2	5	2	3	3	33	40
146	1	2	1	1	3	3	2	3	1	2	5	2	4	1	4	4	2	5	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	2	4	4	35	38
147	2	2	2	2	3	3	4	3	2	1	3	3	1	1	2	4	3	4	1	1	2	1	2	2	1	1	2	5	2	4	4	34	39
148	2	3	2	3	2	5	4	2	2	2	2	5	2	1	1	4	5	4	1	2	2	1	2	2	2	2	3	4	3	4	4	38	45

149	2	2	2	3	2	3	5	3	2	3	3	3	2	2	1	4	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	4	4	38	44
150	2	3	2	2	2	4	4	2	3	3	1	2	2	1	1	4	4	4	1	2	2	4	2	2	2	1	1	4	4	4	5	34	46
151	2	2	1	2	1	2	5	2	3	1	1	2	1	3	2	4	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	4	3	4	4	30	42
152	2	2	1	2	4	2	4	1	2	2	1	1	3	5	2	4	4	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	4	2	4	4	34	41
153	2	3	2	3	3	2	4	2	5	2	3	1	2	1	1	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	5	1	4	3	36	42
154	2	2	2	2	2	3	4	3	1	2	3	2	1	1	1	4	2	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	1	3	3	31	38
155	2	2	1	2	3	5	4	3	3	2	2	2	2	1	1	3	4	4	1	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4	4	35	41
156	2	2	1	4	2	1	4	2	3	2	3	1	2	2	1	5	4	5	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	4	3	32	43
157	2	2	1	3	3	1	5	1	4	4	2	2	1	1	2	4	5	2	1	2	2	1	2	2	2	2	4	4	3	1	4	34	41
158	2	2	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	1	1	2	4	4	4	1	1	1	1	2	2	2	4	1	3	1	4	3	34	38
159	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	2	1	1	4	4	4	1	2	1	2	2	3	1	2	2	4	2	3	4	39	41
160	2	2	2	4	2	1	4	4	3	5	2	2	3	2	2	4	2	4	2	3	2	1	2	2	3	2	2	4	2	4	4	40	43
161	1	2	3	1	2	1	5	3	1	2	2	1	3	2	1	4	4	4	2	2	2	1	2	3	1	2	3	4	2	5	5	30	46
162	2	3	3	2	2	5	4	2	2	2	1	2	1	1	3	5	4	4	5	1	1	2	2	1	2	2	2	5	1	3	4	35	44
163	2	2	3	2	3	3	3	1	3	2	2	2	1	2	1	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	3	4	5	32	49
164	2	2	1	4	2	2	4	3	2	5	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	4	1	3	4	36	34
165	2	2	2	4	2	3	5	1	1	2	2	2	1	2	3	3	2	4	1	2	3	2	1	2	2	2	2	4	2	3	2	34	37
166	2	2	2	2	3	2	4	2	4	1	2	1	1	2	2	4	5	4	1	3	2	1	2	2	2	2	1	5	2	4	5	32	45
167	2	1	2	3	2	1	4	3	3	2	5	2	2	2	5	5	3	2	1	2	2	1	2	1	3	4	2	3	2	4	4	39	41
168	1	3	1	3	3	1	2	1	5	3	2	3	2	2	5	4	3	4	1	2	1	1	1	2	2	1	2	4	2	4	4	37	38
169	1	3	2	3	1	1	3	4	2	1	1	2	2	3	2	4	4	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	4	5	31	41
170	1	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	2	5	2	2	4	4	4	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	1	2	3	29	40
171	2	2	2	3	2	2	5	1	3	1	1	5	2	1	3	4	2	4	2	1	2	1	2	3	1	5	1	2	1	4	5	35	40
172	2	3	1	2	3	2	5	3	3	1	2	2	1	5	4	4	3	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	5	3	3	5	39	42
173	1	2	1	3	3	1	1	2	3	1	2	2	2	4	2	4	1	4	3	1	1	1	2	2	2	2	1	5	2	3	4	30	38
174	3	2	2	3	1	4	4	2	5	1	1	2	2	2	1	4	5	4	2	2	2	1	2	2	4	2	2	4	4	3	5	35	48
175	4	2	2	3	5	4	1	2	3	4	2	2	2	2	2	4	4	4	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	2	1	4	40	38
176	3	1	1	5	2	4	4	3	4	1	2	3	2	2	1	4	3	4	1	1	2	2	2	2	1	2	2	5	2	3	4	38	40
177	2	3	2	3	1	5	4	2	3	2	3	3	2	2	2	4	2	1	1	1	1	1	1	2	2	4	1	3	2	4	4	39	34
178	2	2	4	1	3	4	1	4	5	1	2	1	2	2	1	4	1	1	1	2	2	2	1	2	2	4	2	4	4	2	4	35	38

179	2	2	2	3	1	2	5	2	3	2	2	1	2	2	2	4	3	4	1	2	2	1	3	2	2	2	1	5	2	3	5	33	42
180	2	2	2	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	1	1	2	4	2	2	1	1	2	2	3	3	5	31	36
181	2	2	1	3	1	1	2	3	4	3	4	5	1	2	3	4	4	4	2	2	2	3	2	3	2	3	1	4	1	3	4	37	44
182	2	2	1	3	3	1	5	2	2	1	1	1	3	2	1	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	4	2	5	2	3	4	30	44
183	3	2	2	2	2	5	4	1	2	4	3	3	3	1	2	4	4	3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	5	2	4	5	39	42
184	2	2	2	3	3	3	4	1	3	4	2	4	1	2	5	4	4	2	1	3	2	1	2	2	2	3	2	5	2	1	4	41	40
185	3	3	2	2	2	1	4	1	3	3	2	1	1	2	2	4	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	4	5	32	42
186	5	2	2	2	5	1	4	4	3	3	1	2	1	2	2	4	4	4	1	2	1	1	2	2	1	2	3	3	1	1	2	39	34
187	2	2	2	1	4	3	4	3	3	4	2	2	2	1	3	4	4	3	1	2	2	1	4	2	2	1	2	3	1	3	4	38	39
188	2	2	1	3	1	1	1	1	4	5	2	1	2	2	1	4	4	4	1	1	1	2	4	2	3	2	2	4	2	4	4	29	44
189	3	2	2	4	2	2	3	2	5	1	4	2	1	1	1	5	2	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	3	4	35	40
190	3	2	2	2	2	4	4	2	4	1	5	3	3	2	1	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	4	4	2	40	42
191	2	2	3	2	3	4	5	1	5	3	2	2	1	1	3	2	1	4	1	3	2	1	3	2	3	1	2	4	2	4	4	39	39
192	3	3	2	2	1	2	4	2	4	4	2	5	2	1	2	4	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1	5	39	33
193	2	2	2	3	2	2	1	3	4	1	2	1	2	4	1	5	4	4	1	2	2	2	2	2	3	2	1	5	3	2	4	32	44
194	1	2	2	1	2	2	5	2	2	3	3	1	2	2	3	4	4	3	1	1	2	1	2	2	1	2	2	4	2	3	5	33	39
195	1	2	2	3	2	3	5	2	3	3	5	2	1	1	1	4	4	4	1	1	2	1	2	2	1	3	2	4	2	4	4	36	41
196	4	3	2	2	5	4	4	1	3	2	1	2	2	2	2	4	4	4	1	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	4	5	39	46
197	2	2	2	2	1	1	5	3	4	2	1	2	1	2	2	4	5	5	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	5	3	32	44
198	2	2	2	1	3	1	5	1	4	2	2	2	2	5	1	4	2	3	2	3	1	1	2	2	3	2	2	5	3	4	4	35	43
199	2	1	2	2	2	3	4	2	1	1	3	2	3	2	1	4	2	4	2	2	1	1	3	2	2	2	2	5	2	3	2	31	39
200	2	2	2	1	2	1	5	2	3	4	1	1	2	2	4	5	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	4	5	34	43
201	2	2	2	4	3	1	1	3	5	2	2	2	1	3	2	4	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	4	2	3	5	35	40
202	2	4	1	2	4	1	5	3	3	2	2	2	2	1	2	5	3	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1	5	3	3	4	36	37
203	2	3	2	5	1	2	1	1	3	1	1	2	3	1	1	4	3	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	3	3	3	29	40
204	3	3	2	3	3	2	5	1	4	4	2	4	2	1	1	4	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5	40	45
205	4	2	5	2	4	1	4	1	1	2	1	2	3	2	2	4	3	3	1	1	1	1	2	2	3	2	2	4	1	5	3	36	38
206	2	2	3	2	2	3	5	4	2	1	1	1	2	4	2	4	4	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	3	4	36	41
207	3	2	2	2	3	2	4	3	3	1	1	2	2	3	2	5	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	5	4	35	45
208	2	2	1	3	3	2	4	3	1	2	2	2	2	1	1	2	4	4	4	1	2	1	3	2	2	2	2	5	1	4	4	31	43

209	2	2	1	4	2	2	4	3	1	1	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	4	4	4	4	30	41
210	2	1	1	1	1	1	4	3	3	3	1	1	1	2	1	3	4	4	1	1	2	2	2	2	3	4	3	3	2	4	4	26	44
211	2	2	2	3	2	3	4	3	4	4	2	3	1	2	2	4	4	4	2	3	1	3	2	2	2	1	2	3	2	2	3	39	40
212	2	1	2	1	1	2	4	2	2	1	3	1	1	2	5	4	2	4	3	2	1	2	2	2	1	4	1	3	2	1	3	30	37
213	2	3	1	2	2	3	5	2	2	1	2	1	2	3	1	2	5	4	1	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	4	4	32	38
214	5	2	2	1	3	1	5	2	4	5	2	2	2	1	1	5	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	4	4	38	39
215	1	3	3	3	2	3	5	2	1	4	1	3	1	2	4	4	3	4	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	38	43
216	2	2	2	3	1	4	4	1	3	3	2	3	3	2	1	4	4	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	5	36	37
217	2	2	1	2	3	1	4	1	3	4	1	2	2	1	1	4	4	3	1	2	4	1	1	2	2	2	2	5	3	3	5	30	44
218	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	4	2	1	2	5	4	4	4	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	4	5	38	42
219	2	1	4	4	4	2	4	2	4	4	2	1	2	1	1	4	3	3	2	1	2	1	2	2	2	5	1	4	2	5	5	38	44
220	1	2	1	1	2	2	1	5	4	1	3	2	2	2	1	4	4	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	4	3	3	4	30	42
221	2	2	1	3	1	2	2	2	3	3	2	1	2	1	1	4	3	4	1	2	1	1	2	3	2	1	2	4	2	3	4	28	39
222	2	4	2	2	3	3	4	5	1	2	1	1	1	2	2	4	4	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	4	3	3	5	35	39
223	2	2	1	2	2	1	4	2	1	2	1	2	1	2	1	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	4	3	4	26	43
224	2	2	2	1	1	2	4	1	4	3	1	2	2	1	1	3	4	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	5	4	3	4	29	43
225	3	2	1	3	5	2	2	2	4	4	2	4	1	2	1	4	4	5	2	2	4	1	1	2	2	2	1	5	2	5	4	38	46
226	2	2	2	4	1	3	4	3	1	3	2	2	2	2	1	4	4	4	1	2	1	2	2	3	2	2	1	4	2	3	5	34	42
227	1	2	2	1	2	2	4	3	4	1	1	2	3	3	1	4	5	4	1	3	2	1	2	2	1	4	2	4	4	3	4	32	46
228	2	1	1	1	2	1	5	3	3	2	2	1	1	2	1	4	4	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	5	28	38
229	1	1	2	3	3	1	5	1	1	2	2	3	2	1	2	4	4	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	5	2	2	5	30	41
230	2	2	5	2	2	3	4	2	2	1	1	2	1	3	1	4	4	4	2	2	2	1	2	2	1	2	2	5	2	4	4	33	43
231	3	2	2	4	2	1	5	3	1	1	1	2	1	2	2	4	3	4	1	2	2	1	2	3	2	2	3	5	2	4	2	32	42
232	2	2	2	3	2	2	4	2	2	4	2	2	3	1	1	1	4	4	2	3	2	1	2	4	2	2	2	4	4	4	4	34	45
233	2	2	1	1	1	1	4	2	1	2	2	2	2	2	1	4	4	4	1	2	2	1	3	2	1	1	2	4	3	2	5	26	41
234	2	1	3	1	2	1	5	3	2	2	2	5	1	1	2	4	4	5	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	3	4	5	33	45
235	2	2	3	1	5	3	4	5	2	2	1	1	2	2	2	5	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	1	4	37	40
236	2	2	4	3	3	2	4	2	5	3	1	2	2	1	3	1	4	5	1	2	1	2	2	2	2	1	2	4	3	4	4	39	40
237	2	2	1	2	4	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	4	1	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	1	4	33	41
238	1	2	2	5	2	2	5	2	3	1	2	2	2	1	2	4	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	4	3	34	39

239	3	2	2	3	2	3	4	2	2	1	1	2	1	1	2	4	5	4	1	2	2	1	1	1	2	2	2	4	1	4	4	31	40
240	1	5	1	4	4	1	5	3	5	2	2	2	2	1	2	4	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	40	43
241	2	2	2	4	2	3	4	3	2	2	1	3	2	2	1	4	4	5	1	3	2	1	2	2	2	2	2	4	1	2	4	35	41
242	2	3	2	4	2	2	5	3	2	3	2	2	2	2	2	4	4	5	1	2	2	1	2	2	2	2	2	5	2	1	5	38	42
243	2	2	1	3	4	3	4	2	4	4	4	1	5	3	1	5	4	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	3	1	5	2	43	34
244	1	2	1	2	2	2	5	2	2	2	2	3	2	2	1	2	4	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	1	3	4	31	38
245	2	2	2	3	5	2	4	2	1	3	2	1	2	2	4	4	4	4	5	2	1	1	2	2	2	2	2	5	3	3	5	37	47
246	1	2	4	4	1	1	2	2	4	3	2	2	1	3	2	4	4	4	1	2	1	2	3	4	2	4	2	4	2	3	4	34	46
247	1	2	2	5	1	1	4	2	5	3	1	2	2	3	2	4	4	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	4	5	4	4	36	42
248	1	2	2	2	2	2	4	3	2	4	2	2	1	2	2	4	2	4	1	3	2	2	2	2	1	2	1	4	2	4	4	33	40
249	2	2	4	1	4	2	4	1	5	2	2	2	2	2	2	5	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	5	2	37	43
250	2	2	2	2	5	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	4	4	5	1	2	2	1	2	2	2	1	2	4	1	3	4	30	40
251	3	2	2	2	1	1	5	3	3	3	1	1	1	2	1	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	3	4	3	3	3	31	42
252	3	3	2	3	2	3	5	2	3	2	2	2	1	1	1	4	4	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	5	3	4	4	35	41
253	2	3	2	5	2	3	5	2	2	2	2	1	3	3	2	5	4	3	2	2	1	1	2	2	2	1	2	3	1	4	4	39	39
254	2	2	2	2	2	1	4	1	3	5	1	2	1	1	1	4	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	30	44
255	2	2	2	2	4	2	5	2	1	2	1	2	1	1	2	5	4	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	4	31	39
256	2	2	2	1	2	1	2	3	4	1	5	2	2	4	1	5	5	4	1	1	1	1	2	1	3	3	2	2	3	2	5	34	41
257	2	2	2	3	3	2	4	3	3	1	2	2	3	1	1	4	4	4	1	2	2	1	2	3	2	2	1	3	1	3	5	34	40
258	1	2	1	3	3	3	5	3	4	2	2	2	1	1	2	4	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	5	35	44
259	2	2	1	3	2	1	2	3	3	1	3	2	5	2	1	4	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	4	2	4	3	33	35
260	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	4	5	5	1	1	2	1	2	2	2	2	3	4	2	1	5	26	42
261	2	2	2	2	3	2	5	3	4	1	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	1	3	2	2	2	1	4	2	5	4	36	44
262	2	3	1	3	2	2	5	1	2	5	2	3	2	4	2	4	3	3	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	3	3	4	39	39
263	1	2	2	3	3	1	3	3	3	3	1	2	1	2	1	5	5	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	4	2	3	4	31	40
264	3	2	1	1	2	1	4	2	3	3	1	2	2	2	1	2	5	5	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	5	4	30	44
265	2	3	3	3	1	1	3	2	1	1	1	2	2	4	1	4	5	4	1	2	2	1	2	2	2	2	1	4	2	5	4	30	43
266	2	2	1	1	3	2	5	3	5	4	2	1	2	2	2	4	4	4	1	2	2	3	2	2	2	2	1	4	3	3	3	37	42
267	3	3	2	2	3	2	5	3	2	4	1	2	1	1	2	4	4	4	1	2	1	1	2	2	2	3	2	3	2	3	2	36	38
268	1	2	1	3	1	3	4	2	3	3	3	3	1	1	1	4	3	4	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	1	4	32	36

269	2	2	2	1	2	1	5	3	3	1	5	2	2	1	1	4	5	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	5	2	4	4	33	40
270	3	2	3	2	3	2	3	2	2	5	4	3	4	2	2	5	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	3	4	42	43
271	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	4	4	3	2	2	1	1	2	2	2	1	2	4	3	3	5	28	41
272	2	2	4	2	1	1	2	2	3	3	3	2	1	2	1	4	4	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	4	4	5	31	45
273	3	2	1	2	3	4	5	2	3	3	2	5	2	2	2	4	3	4	3	2	2	1	2	2	1	1	3	4	3	3	4	41	42
274	2	1	2	4	2	2	4	1	3	5	1	1	2	1	1	3	2	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	4	1	5	32	39
275	2	2	2	3	3	2	5	3	1	3	1	1	2	2	1	4	4	4	1	1	2	2	2	2	3	2	4	5	1	3	4	33	44
276	2	2	2	1	1	3	5	1	4	2	1	3	4	2	2	4	4	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	4	4	4	3	35	43
277	2	2	2	3	1	2	5	1	3	2	2	3	2	3	3	4	5	4	1	1	1	2	3	2	1	1	1	4	3	5	3	36	41
278	1	2	5	4	4	4	5	4	1	2	2	3	5	2	1	4	4	3	1	2	1	1	2	2	2	2	4	4	1	3	4	45	40
279	1	2	1	2	1	1	5	3	2	2	3	2	5	2	2	5	3	4	2	2	2	3	2	2	2	2	3	5	1	2	4	34	44
280	1	3	1	2	1	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	4	4	2	2	1	2	2	1	2	2	2	5	2	3	2	30	40
281	2	2	2	5	2	2	5	2	3	2	2	5	2	1	1	4	4	4	2	1	2	2	1	3	2	3	2	4	1	4	4	38	43
282	2	1	2	2	3	5	4	2	4	2	1	3	1	2	1	4	4	4	1	2	1	2	2	5	1	2	2	5	3	3	4	35	45
283	3	2	2	2	2	2	2	3	5	3	2	5	2	2	1	4	3	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	5	2	4	3	38	41
284	1	2	2	5	1	5	4	2	1	1	1	1	1	2	3	4	3	5	2	2	2	1	1	2	2	1	2	4	3	2	5	32	41
285	2	2	2	2	2	3	4	2	3	1	4	2	3	3	1	4	4	4	1	2	1	1	2	2	2	2	1	3	2	5	4	36	40
286	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	2	4	2	2	3	4	5	4	1	1	2	2	2	2	2	2	1	4	1	4	5	33	42
287	2	2	1	1	1	2	1	3	1	1	3	2	4	2	2	4	3	5	1	4	1	1	2	3	1	2	2	4	2	3	5	28	43
288	2	3	2	2	1	2	5	3	5	1	2	2	2	1	2	4	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	4	35	41
289	3	2	2	3	3	2	3	1	1	2	2	1	1	2	2	5	3	4	4	2	2	1	2	2	2	2	5	4	4	4	4	30	50
290	2	1	2	3	3	2	3	3	1	1	1	1	2	2	1	4	4	1	1	3	1	1	2	2	2	2	2	4	1	2	5	28	37
291	1	1	5	3	3	1	4	3	3	2	2	3	3	2	1	4	5	4	1	2	2	1	2	2	2	2	3	4	2	3	4	37	43
292	2	2	2	1	2	2	5	1	2	3	1	4	3	1	2	4	5	5	1	1	3	1	2	2	2	2	2	3	2	4	4	33	43
293	2	3	2	3	1	3	5	1	1	3	2	2	1	4	2	4	3	3	1	1	1	1	2	1	2	1	4	5	3	4	4	35	40
294	1	3	2	3	2	2	4	1	1	1	4	2	1	1	1	5	4	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	5	2	3	4	29	42
295	1	2	3	1	2	2	2	1	3	4	2	3	1	2	1	5	5	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	4	5	4	30	45
296	1	2	2	2	2	4	3	2	4	2	2	3	1	2	1	4	4	4	1	1	2	1	1	1	2	3	2	5	3	1	4	33	39
297	2	4	2	5	4	2	5	1	4	1	1	2	2	2	2	4	3	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	2	1	4	39	38
298	1	3	1	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	1	2	4	4	4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	5	35	42

299	3	2	3	2	1	2	4	3	3	4	3	1	2	2	2	4	4	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	4	3	4	4	37	42
300	4	2	1	2	4	4	5	3	2	1	2	1	3	1	1	4	3	4	1	1	1	1	1	2	2	2	1	3	1	4	5	36	36
301	2	1	2	3	2	1	4	3	4	5	2	2	2	5	2	4	4	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	40	44
302	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2	1	5	4	1	1	4	4	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	4	3	4	2	33	37
303	3	1	2	2	1	2	5	3	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	4	3	3	3	32	34
304	2	2	2	5	2	2	3	1	3	2	1	3	2	2	2	1	4	4	2	2	1	1	2	2	2	1	4	5	2	3	5	34	41
305	2	2	2	3	2	1	4	2	5	3	1	2	2	2	2	4	4	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	5	4	35	43
306	2	2	1	2	2	3	5	1	3	2	2	5	4	2	2	5	4	5	1	2	4	1	2	2	2	2	2	3	4	3	5	38	47
307	2	2	3	2	4	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	1	1	2	1	2	2	4	2	3	4	1	5	4	37	42
308	3	2	2	3	5	1	5	2	1	1	5	1	1	2	1	4	4	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	5	35	41
309	2	2	1	2	3	2	1	1	1	2	1	4	1	2	2	4	4	5	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	3	5	27	46
310	5	2	2	2	3	4	5	2	3	5	2	5	3	2	1	5	3	4	1	2	1	1	1	2	3	1	2	4	1	4	4	46	39
311	5	2	2	3	3	3	5	1	3	1	1	1	1	2	2	2	3	5	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	35	42
312	2	2	1	2	3	5	5	3	2	2	1	2	1	2	2	4	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	35	41
313	2	3	3	2	1	1	4	3	4	2	1	3	2	1	2	2	4	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	1	1	5	34	32
314	2	3	1	4	2	4	4	1	2	3	1	1	2	3	2	4	4	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	1	3	4	35	39
315	2	2	1	1	2	4	5	2	4	2	2	2	2	2	1	4	4	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	4	34	42
316	1	2	2	1	2	3	4	2	2	1	2	1	3	1	3	4	4	4	2	2	4	1	2	3	2	2	2	3	2	4	3	30	44
317	2	2	3	2	3	2	3	4	1	3	2	2	2	5	3	4	2	4	1	1	1	1	1	2	2	3	2	4	4	3	4	39	39
318	2	2	1	3	4	2	1	2	3	1	2	2	3	2	1	5	4	4	2	1	2	3	2	2	2	2	3	4	2	4	4	31	46
319	2	3	1	3	2	2	1	2	1	4	1	2	3	1	4	5	4	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	5	4	32	45
320	2	2	2	4	2	3	2	3	3	2	2	1	2	2	1	4	5	3	1	2	1	2	2	2	2	3	2	4	3	4	4	33	44
321	2	2	2	2	3	1	4	2	1	2	1	2	2	3	1	4	5	4	5	1	1	1	2	2	2	2	2	4	2	3	3	30	43
322	1	2	1	1	4	2	5	3	3	1	1	4	5	3	1	4	4	4	1	2	1	2	3	2	2	2	2	3	2	4	2	37	40
323	1	2	1	4	3	3	4	3	3	2	2	1	5	2	1	4	4	4	2	2	2	1	2	2	2	1	5	4	3	4	4	37	46
324	1	2	2	3	1	2	5	3	4	3	1	1	2	2	5	4	4	4	1	5	2	2	2	3	2	2	1	4	2	3	4	37	45
325	2	2	3	3	2	2	5	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	4	1	1	2	3	2	2	2	1	1	4	2	3	2	38	37
326	2	2	2	2	2	2	3	3	5	2	1	1	1	4	1	4	4	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	5	2	4	5	33	44
327	1	2	1	3	3	2	4	2	2	1	1	3	2	2	3	5	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	1	3	4	32	42
328	2	2	2	5	4	2	2	3	4	1	2	2	4	2	1	4	4	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	4	1	4	3	38	36

329	2	2	1	4	1	3	2	2	3	2	1	1	2	2	1	4	3	4	1	2	2	1	2	2	2	3	2	4	1	4	4	29	41
330	1	2	2	4	2	1	4	3	4	2	5	2	3	2	2	4	2	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	1	4	4	39	37
331	2	2	3	3	4	3	5	2	3	3	2	4	2	2	2	4	4	4	1	2	2	3	2	2	2	2	2	4	5	4	4	42	47
332	2	2	2	4	5	1	4	2	4	5	1	2	1	1	1	4	2	3	2	4	2	2	2	1	2	2	4	4	3	4	4	37	45
333	1	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	4	4	5	1	2	2	2	2	2	3	1	2	4	1	5	4	30	44
334	3	2	3	2	1	3	5	2	4	2	2	2	1	1	2	5	2	4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	4	4	35	41
335	2	2	1	5	4	3	4	1	2	2	1	1	3	2	2	4	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	5	2	35	42
336	2	1	1	2	2	2	5	2	4	1	1	2	1	3	1	4	4	4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	3	3	4	30	42
337	2	2	3	4	4	3	5	2	2	2	2	3	1	2	1	4	5	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	2	5	5	38	44
338	3	3	2	1	5	4	4	3	2	2	2	2	1	4	1	4	5	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	4	39	44
339	5	2	2	2	2	3	4	1	5	5	2	3	1	2	2	4	4	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	4	2	4	4	41	36
340	2	2	3	5	2	1	4	1	2	2	2	1	1	1	1	4	3	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	5	1	4	4	30	41
341	2	2	2	2	1	1	4	2	1	4	2	2	3	1	2	4	5	4	2	1	1	1	2	2	2	2	2	4	3	4	5	31	44
342	4	3	2	5	2	3	5	2	3	4	1	1	2	2	1	5	4	4	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1	2	4	4	40	39
343	3	2	1	3	3	2	5	2	4	3	1	2	2	2	1	5	4	1	1	2	2	1	1	3	2	2	2	3	2	4	4	36	39
344	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	1	1	1	2	4	3	4	1	1	2	1	2	2	2	1	3	4	5	3	5	31	43
345	1	4	2	2	3	1	5	3	4	3	2	2	5	2	2	5	5	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	5	3	1	5	41	44
346	1	2	2	4	2	3	5	1	3	2	1	3	3	2	1	5	5	5	2	1	2	1	1	2	2	2	4	4	3	4	5	35	48
347	2	2	1	3	1	3	2	4	3	5	1	2	3	1	2	4	4	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	4	5	4	5	35	43
348	2	3	2	3	4	3	5	2	2	1	2	1	2	2	2	4	4	3	1	2	2	1	2	2	1	2	2	4	2	3	4	36	39
349	5	2	1	5	2	2	4	1	2	1	1	2	1	5	2	4	5	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	4	2	4	36	40
350	2	2	1	2	2	3	4	2	2	1	3	2	2	2	2	4	4	3	1	2	2	2	2	3	2	4	2	4	1	3	3	32	42
351	2	2	3	5	3	2	5	2	3	1	3	1	1	2	2	5	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	1	4	4	37	42
352	1	2	2	3	3	2	4	5	2	1	1	1	4	3	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	2	2	4	3	2	4	5	37	44
353	1	2	3	3	2	1	4	3	2	2	2	3	1	2	2	4	4	5	2	2	2	1	2	2	1	2	2	4	2	3	4	33	42
354	3	2	2	2	1	1	1	1	3	5	2	1	3	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	3	4	32	34
355	2	2	2	1	2	4	5	2	4	4	3	1	3	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	5	5	39	39
356	2	2	2	4	2	2	4	3	4	2	2	2	1	5	2	4	4	4	1	1	1	1	2	2	2	2	1	4	2	4	4	39	39
357	1	2	2	3	1	3	5	2	2	3	1	1	2	1	2	4	4	4	1	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	5	31	46
358	3	2	1	3	4	4	4	2	4	2	1	3	1	2	1	4	3	3	2	2	2	1	2	2	2	1	4	3	2	4	5	37	42

359	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	2	5	4	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	4	3	2	4	28	38
360	2	2	2	2	1	1	4	1	2	2	5	1	1	3	2	4	4	5	1	1	1	1	2	2	2	4	2	3	2	1	4	31	39
361	2	3	2	1	5	2	5	2	1	4	1	1	2	2	5	4	4	4	2	1	2	2	2	2	3	2	4	3	2	3	4	38	44
362	2	2	1	3	1	5	5	1	3	3	1	2	3	1	1	5	4	4	2	2	1	1	2	2	2	1	2	5	2	4	4	34	43
363	3	2	3	2	2	2	5	1	4	4	2	2	2	3	2	4	4	5	2	4	2	3	2	2	5	2	2	4	1	4	4	39	50
364	2	2	2	3	1	3	5	2	2	2	2	3	4	2	1	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	5	2	3	4	36	39
365	2	1	2	2	2	3	4	3	5	1	1	1	2	2	1	4	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	3	3	32	37
366	2	2	2	2	2	1	5	5	1	1	2	2	2	3	2	4	4	4	1	2	1	2	2	1	2	2	2	4	2	5	3	34	41
367	2	2	3	5	1	3	1	1	1	2	2	1	2	1	4	4	3	4	1	2	2	1	2	2	2	4	2	4	2	4	4	31	43
368	2	2	3	3	1	3	4	2	4	2	3	2	1	2	1	4	4	4	2	3	2	1	1	2	2	2	2	4	2	4	4	35	43
369	4	2	2	2	3	1	3	3	2	2	1	2	1	2	1	4	4	4	1	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	31	37
370	2	2	3	3	1	4	4	1	3	2	3	5	1	2	4	4	4	4	1	2	2	1	2	2	3	1	2	4	4	4	4	40	44
371	2	2	1	2	3	1	5	2	3	1	2	2	2	1	2	5	4	5	1	3	4	1	2	2	1	2	2	5	2	4	2	31	45
372	3	2	2	5	3	3	5	3	2	3	1	2	2	1	1	4	5	5	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	5	38	45
373	2	3	2	2	3	1	4	3	3	1	1	1	1	3	2	4	3	5	2	1	1	1	2	3	2	2	4	5	2	4	4	32	45
374	2	2	2	4	2	3	1	2	2	4	1	2	2	1	4	4	4	2	1	2	2	1	3	2	2	4	2	3	3	4	4	34	43
375	5	2	2	1	3	2	4	3	3	2	1	2	2	2	1	2	4	4	1	3	1	1	2	2	2	2	2	4	3	5	5	35	43
376	1	2	2	4	2	1	1	2	3	3	2	5	1	2	1	4	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	4	32	41
377	2	3	2	3	2	3	4	2	4	3	1	2	1	2	1	4	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	5	2	4	4	35	42
378	1	2	1	2	4	4	4	1	3	2	1	1	2	1	1	4	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	30	45
379	2	3	1	4	5	2	1	1	4	3	2	3	2	5	3	4	4	4	1	2	2	1	2	2	1	2	4	4	2	3	4	41	42
380	2	2	3	2	3	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	5	4	2	2	2	1	1	2	2	3	4	2	3	3	4	5	30	45
381	3	2	2	3	5	1	4	5	2	2	1	5	2	2	1	5	5	4	2	1	2	1	2	2	1	2	2	4	3	2	4	40	42
382	2	2	2	3	3	1	4	2	4	4	2	1	3	1	1	4	5	1	1	2	1	1	2	3	2	2	3	4	3	3	5	35	42

MATRIZ DE FRECUENCIAS

Item N°	Indicador / Ítem del Cuestionario	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)	Total, Muestra (N)
VARIABLE 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL							
Dimensión: Económico							
1	Las empresas mineras de Cerro de Pasco siempre respetan las normas establecidas en la ley en cuanto al desempeño de sus actividades	76	234	45	15	12	382
2	Las empresas mineras de Cerro de Pasco se aseguran de que sus empleados actúen dentro los estándares definidos por la ley	34	277	63	6	2	382
3	Las empresas mineras de Pasco tienen un sentido de cumplimiento de la legislación, tanto en materia laboral como en el resto (seguridad social, tributaria, etc.)	98	222	51	7	4	382
Dimensión: Legal							
4	Las empresas de Pasco están comprometidas con realizar el bien siguiendo los principios de la ética	54	124	134	47	23	382
5	Las empresas mineras de Pasco tienen un marcado interés en la defensa de los clientes, proporcionando la máxima información y facilitando distintos canales de comunicación	78	148	98	40	18	382
6	Las empresas mineras de Pasco proporcionan un trato justo a los empleados (sin discriminación y abuso, independientemente de su sexo, raza, origen o religión)	98	135	93	43	13	382
Dimensión: Ético							
7	Las empresas mineras de Pasco tratan de obtener el máximo beneficio de su actividad	38	34	38	145	127	382
8	Las empresas mineras de Pasco apoyan el desarrollo económico local.	89	156	115	13	9	382
9	Las empresas mineras de Pasco participan en la creación de empleo	68	87	123	81	23	382
Dimensión: Filantrópico							
10	Las empresas mineras de Pasco efectúan donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro	98	134	72	55	23	382
11	Las empresas mineras de Pasco están comprometidas con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera	132	176	45	12	17	382
12	Las empresas mineras de Pasco patrocinan o financian activamente eventos educativos, sociales y culturales	98	189	63	16	16	382
Dimensión: Ambiental							
13	Las empresas mineras de Pasco desarrollan políticas activas en defensa del medio ambiente	136	169	46	17	14	382
14	Las empresas mineras de Pasco tienen programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos	123	197	35	14	13	382
15	Las empresas mineras de Pasco poseen programas de reducción de la contaminación	187	144	22	16	13	382
VARIABLE 2: ACTITUD HACIA LA MINERÍA							
Dimensión: Beneficios económicos							
16	La minería es una fuente importante de ingresos para mi región.	8	14	10	284	66	382

17	La minería contribuye al desarrollo económico de mi comunidad.	6	33	68	221	54	382
18	La minería atrae inversiones extranjeras a mi país.	31	29	69	208	45	382
19	La minería aumenta el nivel de vida de las personas en mi región.	232	137	8	2	3	382
Dimensión: Beneficios sociales							
20	La minería respeta los derechos de las comunidades locales.	108	243	24	6	1	382
21	La minería promueve el bienestar social en mi región.	134	237	5	6	0	382
22	La minería reduce la pobreza de la población.	243	122	15	2	0	382
23	La minería reduce los problemas sociales como la delincuencia y la prostitución.	45	312	23	2	0	382
Dimensión: Beneficios ambientales							
24	La minería tiene un impacto positivo en el medio ambiente.	37	310	32	2	1	382
25	La minería afecta positivamente la biodiversidad en mi región.	45	308	24	4	1	382
26	La minería cumple con las normas ambientales.	59	262	25	33	3	382
27	La minería contribuye a aminorar el cambio climático.	62	258	35	25	2	382
Dimensión: Beneficios laborales							
28	La minería es una fuente de empleo para muchas personas.	2	12	65	226	77	382
29	La minería ofrece mejores condiciones laborales a sus trabajadores.	67	178	96	36	5	382
30	La minería no es una actividad peligrosa para los trabajadores.	22	34	123	167	36	382
31	La minería es una fuente de empleo para muchas personas.	2	23	38	221	98	382

MATRIZ DE CONSISTENCIA

VALORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS MINERAS Y ACTITUD HACIA LA MINERÍA EN POBLADORES DE CERRO DE PASCO, 2023

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023? **PROBLEMAS ESPECÍFICOS** • ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023? • ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023? • ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la minería en	**OBJETIVO GENERAL** Evaluar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS** • Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023. •Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023. • Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la	**HIPÓTESIS GENERAL** La responsabilidad social corporativa de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta **HIPÓTESIS ESPECÍFICAS** • La valoración de la responsabilidad económica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta. • La valoración de la responsabilidad legal de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta. • La valoración de la responsabilidad ética de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de	VARIABLE 1: **Valoración de la Responsabilidad Social** DIMENSIONES • Responsabilidad legal • Responsabilidad ética • Responsabilidad económica. • Responsabilidad filantrópica • Responsabilidad ambiental VARIABLE 2: **Actitud hacia la minería**	• Respeto de normas • Respeto de sus empleados • Respeto de normas laborales • Compromiso con la ética • Defensa de los clientes • Trato justo a empleados • Búsqueda de utilidades • Apoyo a la localidad • Creación de empleos • Donaciones • Compromiso con la comunidad • Patrocinio de actividades • Defensa del ambiente • Reciclaje • Reducción de contaminación • Ingresos para la región	**Tipo de investigación**: Aplicada **Ruta o enfoque de investigación**: Cuantitativa **Diseño de investigación**: Correlacional **Población:** 70,896 pobladores de la provincia de Pasco **Muestra**: 382

pobladores de Cerro de Pasco, 2023? • ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023? • ¿En qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023?	minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023. • Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023. • Determinar en qué medida se relaciona la valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023.	Pasco, 2023 tienen una relación positiva alta. • La valoración de la responsabilidad filantrópica de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta. • La valoración de la responsabilidad ambiental de empresas mineras y la actitud hacia la minería en pobladores de Cerro de Pasco, 2023, tienen una relación positiva alta.	DIMENSIONES • Beneficios económicos • Beneficios sociales • Beneficios ambientales • Beneficios laborales	• Contribución al desarrollo • Atracción de inversiones • Incremento del nivel de vida • Respeto de derechos • Promoción del bienestar • Reducción de la pobreza • Reducción de problemas sociales • Impacto en el ambiente • Impacto en la biodiversidad • Cumplimiento de normas ambientales • Reducción del cambio climático • Creación de empleos • Mejora de condiciones laborales • Reducción de riesgos laborales • Respeto de derechos laborales	

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS







