



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

INFLUENCIA DE LA PERCEPCION DE LA  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA  
IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA CASA GRANDE  
S.A.A. EN EL DISTRIO DE CASA GRANDE-2018.

Tesis para optar el título profesional de:  
Licenciada en Administración

Autora:

Evelyn Julissa Torres Gallardo

Asesor:

Dr. Higinio Guillermo Wong Aitken

Trujillo - Perú

2019

## **DEDICATORIA**

Dedico con mucho cariño la presente investigación a mi padre en el cielo, Porfirio, por ser mi fuerza espiritual; a mis padres Aidee y Víctor por su apoyo, a mis princesas Olenka y Nataly, quienes son mi fuente de inspiración y superación en la vida; a mi Julita y a mis Gallarditos quienes con sus palabras de aliento me motivaron a seguir adelante y perseverante en la persecución de mis objetivos y metas.

A mis compañeros y amigos quienes a lo largo de mi vida compartieron sus experiencias y conocimientos y a todas las personas que contribuyen a que este sueño se haga realidad.

## **AGRADECIMIENTO**

La vida se encuentra inmersa a diversos retos, uno de ellos, la universidad.

Que más que un reto ha sido la base para mi vida profesional.

Le agradezco a Dios, por su infinita bondad; por darme la fortaleza y sabiduría  
para continuar alcanzando mis objetivos y metas.

A mi alma mater y a mis maestros por sus esfuerzos, dedicación y enseñanza a  
lo largo de mi vida académica.

Agradecimiento infinito al Dr. Higinio Guillermo Wong Aitken, por compartir sus  
experiencias y conocimientos; así como su infinita paciencia y motivación en el  
desarrollo de la presente investigación.

## Tabla de contenidos

|   |    |
|---|----|
| DEDICATORIA.....                            | 2  |
| AGRADECIMIENTO .....                        | 3  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                      | 5  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                     | 8  |
| RESUMEN .....                               | 9  |
| ABSTRACT .....                              | 10 |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....              | 11 |
| CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....              | 25 |
| CAPÍTULO III. RESULTADOS .....              | 30 |
| CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES ..... | 54 |
| REFERENCIAS.....                            | 56 |
| ANEXOS.....                                 | 58 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1: Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial .....   | 16 |
| Tabla 2: ¿Cómo considera usted el compromiso moral entre la empresa Casa Grande S.A.A. y la Sociedad?.....                                  | 30 |
| Tabla 3: ¿Cuál es el nivel de cultura que existe en la empresa Casa Grande S.A.A.?.....   | 30 |
| Tabla 4: ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los habitantes del distrito? .....                                 | 31 |
| Tabla 5: ¿Cómo considera usted el apoyo de la empresa Casa Grande S.A.A. en los programas comunitarios y empresas no gubernamentales? ..... | 31 |
| Tabla 6: ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y sus competidores? .  | 31 |
| Tabla 7: El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con la sociedad es: .....  | 32 |
| Tabla 8: El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con el medio ambiente es:.....   | 33 |
| Tabla 9: ¿Con qué frecuencia la empresa Casa Grande S.A.A. promueve la cultura ambiental con los habitantes del distrito? .....             | 33 |
| Tabla 10: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con algún plan sobre el cuidado del medio ambiente?.....                                    | 34 |
| Tabla 11: El control y uso de productos no contaminantes que utiliza la empresa Casa Grande S.A.A. es:.....                                 | 34 |
| Tabla 12: ¿Usted está de acuerdo con el proceso de selección de proveedores que realiza la empresa Casa Grande S.A.A.? .....                | 35 |
| Tabla 13: ¿Considera usted que los trabajadores de la Empresa Casa Grande S.A.A. son explotados? .....                                      | 35 |
| Tabla 14: ¿Cómo considera usted el trato que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los Services?.....                                   | 36 |
| Tabla 15: La influencia o ayuda que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. para el crecimiento empresarial de sus proveedores es: .....       | 36 |
| Tabla 16: La publicidad que realiza la empresa Casa Grande S.A.A. sobre sus productos es: .....   | 37 |
| Tabla 17: El trato o atención que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. a sus clientes es:.....  | 37 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 18: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con un plan ante los daños potenciales de sus productos y servicios? .....           | 38 |
| Tabla 19: ¿Cómo ve usted el impacto social que ha causado la empresa Casa Grande S.A.A. en su mismo distrito? .....                  | 38 |
| Tabla 20: ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y las empresas locales? .....                                | 39 |
| Tabla 21: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. financia programas sociales? .....  | 39 |
| Tabla 22: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. está comprometida con el apoyo que necesita la sociedad? .....                              | 40 |
| Tabla 23: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. contribuye al desarrollo socio-económico de las comunidades locales? .....                  | 40 |
| Tabla 24: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de sus obreros? .....                   | 42 |
| Tabla 25: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga donaciones a partidos políticos o a campañas electorales? .....                      | 41 |
| Tabla 26: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. realiza capacitaciones o acciones para reducir prácticas de anticorrupción y soborno? ..... | 42 |
| Tabla 27: ¿El liderazgo y la influencia social que ejerce la empresa Casa Grande S.A.A. es? .....                                    | 42 |
| Tabla 28: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. participa en proyectos sociales gubernamentales? .....                                      | 43 |
| Tabla 29: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. es Financieramente Responsable? .....   | 43 |
| Tabla 30: ¿Cuenta la empresa con capacidad de autofinanciación? .....  | 44 |
| Tabla 31: ¿Cómo percibe el cliente el valor del producto? .....  | 44 |
| Tabla 32: ¿Cómo percibe el cliente el servicio que brinda la empresa? .....  | 45 |
| Tabla 33: ¿Cuál es la percepción que tiene usted acerca de la de la marca de la empresa Casa Grande S.A.A.? .....                    | 45 |
| Tabla 34: ¿Cómo percibe usted la Gestión de los RR. HH? .....  | 46 |
| Tabla 35: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. se adapta fácilmente a los nuevos cambios? .....  | 46 |
| Tabla 36: ¿Cuál es la percepción que tiene usted del ambiente laboral en la empresa? .....   | 47 |
| Tabla 37: ¿Se siente usted identificado con la marca Casa Grande? .....  | 47 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 38: ¿Cómo considera usted la comunicación entre la empresa y su entorno? .....             | 48 |
| Tabla 39: ¿Cómo percibe usted la imagen de la empresa Casa Grande S.A.A.? .....                  | 48 |
| Tabla 40: Calculo de confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach.....                             | 49 |
| Tabla 41: Nivel promedio por pregunta de RSE e Imagen Corporativa .....                          | 51 |
| Tabla 42: Prueba de la normalidad de las variables RSE e Imagen Corporativa.....                 | 53 |
| Tabla 43: Análisis de la correlación mediante coeficiente Rho de Spearman Brown ( $\rho$ ) ..... | 54 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Memorias de la RSE Y Firmantes del Pacto Mundial ONU ..... | 12 |
| Figura 2: Valoración de Escala de Likert .....                       | 27 |
| Figura 3: Niveles de Correlación dependiendo del coeficiente R. .... | 28 |



## RESUMEN

El presente estudio, se desarrolló con el objetivo de determinar la influencia de la percepción de responsabilidad social empresarial en la imagen corporativa de la empresa Casa Grande S.A.A. en el distrito de Casa Grande- 2018.

La formulación del problema se planteó de la siguiente manera: ¿De qué manera influye la percepción de Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A. en el Distrito de Casa Grande-2018?; obteniendo la H0: La Percepción de la responsabilidad social empresarial no influyen en la imagen corporativa de la empresa Casa Grande S.A.A. y la H1: La percepción de la responsabilidad social corporativa influye en la imagen corporativa de la empresa Casa Grande S.A.A. La investigación es cuantitativa, de método no experimental – correlacional; conformada por una muestra de 380 habitantes. En la recolección de datos, se aplicó encuestas con la finalidad de medir mediante escala de Likert la información obtenida acerca de los programas de RSE. Y la Imagen Corporativa de la empresa; mediante el Coeficiente de Correlación de Pearson obtuvimos un  $r=0.81$ , indicando que existe una alta relación positiva entre los programas de RSE y la Imagen Corporativa.

**Palabras clave:** responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, imagen corporativa.

### ABSTRACT

The present study was developed with the objective of determining the influence of the perception of corporate social responsibility in the corporate image of Casa Grande S.A.A. in the district of Casa Grande- 2018.

The formulation of the problem was raised as follows: How does the perception of Corporate Social Responsibility influence the Corporate Image of Casa Grande S.A.A. in the District of Casa Grande-2018?; obtaining the H0: Perception of corporate social responsibility does not influence the corporate image of Casa Grande S.A.A. and H1: The perception of corporate social responsibility influences the corporate image of Casa Grande S.A.A. The research is quantitative, of non-experimental - correlational method; conformed by a sample of 380 inhabitants. In the collection of data, surveys were applied in order to measure the information obtained about the CSR programs using a Likert scale. And the Corporate Image of the company; Using the Pearson Correlation Coefficient, we obtained  $r = 0.81$ , indicating that there is a high positive relationship between the CSR programs and the Corporate Image.

**KEYWORDS:** corporate social responsibility, corporate social responsibility, corporate image.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

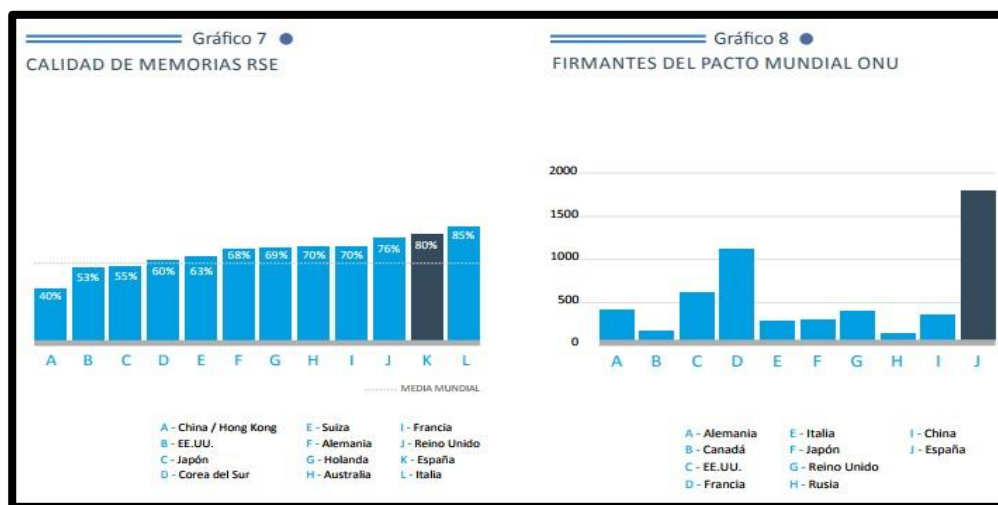
Ante las desenfadadas actividades empresariales en diversos países del mundo; la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha dejado de ser una obra de caridad, siendo hoy en día un conjunto de actividades serias y estratégicas. Muchas organizaciones como pequeñas, medianas y grandes empresas, se han dado cuenta de los diversos beneficios, como rentabilidad y posicionamiento, generando beneficios para la comunidad involucrada con la organización y atrayendo buenas relaciones entre la empresa y sus agentes involucrados.

En cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial; Domínguez, C. (2007), considera que es la forma en que las organizaciones interactúan o involucran con la comunidad donde realizan sus actividades empresariales; es decir, que la RSE no debe ser considerada solo en los aspectos legales, brindando respuesta a la sociedad y contribuyendo al desarrollo económico.

En el escenario europeo la RSE ha ido ganado terreno, según Forética (2015) asociación de empresas y profesionales de la RSE y sostenibilidad líder en España y Latinoamérica, con más de 200 socios, cuya misión es fomentar la unificación de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno y gestión de empresas y organizaciones. Forética, en su análisis acerca de la RSE en España, concluye que:

A pesar de que el país se encuentra en un contexto económico desfavorable, este es un actor de primera magnitud en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel Internacional; sostenido además en 3 pilares importantes: Como primer pilar, en España existe un alto grado de adopción de políticas y herramientas de RSE en empresas de mayor tamaño; por otro lado, las empresas han ido avanzando en la rendición de cuentas no económicas. Así mismo es el país con mayor número de firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

**Figura 1: Memorias de la RSE Y Firmantes del Pacto Mundial ONU**



**Fuente:** Forética 2015

La segunda estrategia española de RSE tiene como objetivo apoyar el desarrollo de prácticas responsables de organizaciones públicas y privadas generadoras de opinión y herramientas para el buen desarrollo sostenible.

Por último, los sectores a la vanguardia; refiere a que los riesgos y oportunidades en cuanto a sostenibilidad pueden afectar en medida a sectores de actividad económica como el turismo, industria alimenticia, infraestructura, energías renovables.

Aquino, M.; Reficco, E. & Arroyo, J. (2014). En América Latina, principalmente México se caracteriza por un fuerte desinterés gubernamental, así como un desarrollo lento en la práctica por promover acciones de RSE, las cuales; sin embargo, estas aparecen impulsadas por ONG'S. Son pocas las organizaciones mexicanas que mantienen programas de interés social, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU). En México las empresas ponen mayor énfasis en acciones filantrópicas, cubriendo de esta manera el objetivo de la RSE ante la sociedad, pero descuidan las condiciones de vida y trabajo incitadas por las mismas empresas.

La Responsabilidad Social en el Perú ha pasado por diversas etapas, partiendo de la filantropía, hasta la adopción de políticas, prácticas y programas en diversas empresas tanto públicas como privadas. En 1968 y en los años 80 la empresa privada luchaba por su sobrevivencia y aceptación en la sociedad.

Actualmente en nuestro país las empresas vienen desarrollando programas de RSE integrados a planes estratégicos, es así como las empresas en el Perú han venido alcanzando una serie de dimensiones, mediante las cuales han logrado identificar sus diferentes grupos de interés como El Estado, proveedores, colaboradores, clientes, accionistas, comunidad, entre otros.

A la fecha, la empresa Casa Grande S.A.A., mantiene una permanente comunicación con sus colaboradores y sus representantes. Para hacerlos más competitivos y promover su desarrollo profesional los trabajadores reciben diversas capacitaciones en el aspecto técnico y motivacional. En la organización se viene destacando el proyecto de integración y mejora continua realizado con la Consultora London Consulting Group (London CG), y la implantación del sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) y MyAgri que permite al personal tomar decisiones y realizar controles online.

Los mejores colaboradores de la empresa Casa Grande S.A.A. reciben el reconocimiento denominado “Los Grandes” y se mantiene una política de incremento salarial y ascensos de acuerdo a los méritos y capacidades.

En cuanto al bienestar social, la organización viene realizando campañas médicas para los colaboradores y sus familias, participando asimismo de programas de actividades deportivas.

Así mismo Casa Grande S.A.A., viene desarrollando diversos programas de Responsabilidad Social con sus grupos de interés interno y externo, con la finalidad de mejorar su Imagen Corporativa, ya que esta ha venido siendo afectada por la falta de comunicación y negociación con los grupos sindicales que existe entre la empresa y la comunidad. Por otro lado, la empresa, a través de sus políticas de RSE desea contribuir en el desarrollo económico, cultural y ambiental a la sociedad con la que se encuentra estrechamente relacionada.

## 1.2. Antecedentes

Romay, M. & Villalobos, A. (2014), en su investigación “Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa de los Medios de Comunicación Impresos del Estado Zulia – Venezuela”; obtuvo una correlación positiva-moderada, es decir que la imagen corporativa en los medios de comunicación impresos, mejorará según vayan desarrollando la RSE; por lo cual, debían constituir equipos de trabajo enfocados en la RSE, apoyando el desarrollo de diferentes programas logrando beneficios mutuos, como mejora de la calidad de vida, desarrollo sostenible y buena imagen corporativa, entre otros.

Fernández, J. & García, P. (2012), en su tesis doctoral “Influencia de la RSE en la Reputación Corporativa: Análisis del Sector Asegurador Sanitario en 2008 y 2009: SANITAS Y DKV”; obtuvo que gracias a las políticas de RSC medioambientales y su programa de inclusión social llamado fundación Integral, la cual consiste en dar empleo a discapacitados en la empresa aseguradora DKV, ha logrado obtener resultados positivos como buena reputación y comunicación corporativa.

Alva, S. & Guerrero, M, (2016), en su investigación “Análisis de las Actividades de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Exportadora Marañón CACAO S.R.L. en San Ignacio- Cajamarca 2016”; concluye que la empresa exportadora “Marañón Cacao S.R.L.”, no tenía actividades de responsabilidad social empresarial bien definido, sin embargo, realizaba actividades las cuales eran consideradas socialmente responsables.

Flores, M. (2015), en su tesis “Estrategias de Responsabilidad Social en la Imagen Corporativa de la Minera Barrick Misquichilca S.A. distrito de Huamachuco 2014”, concluye que la RSE influye de manera desfavorable en la Imagen Corporativa de la empresa Barrick , debido a la deficiente Comunicación Corporativa, por otro lado cabe mencionar que parte de esta deficiencia se debe a que los habitantes no se enteran de las obras que realiza la minera.

Bobadilla, V. & Sandoval, Sh. (2015), en su tesis “La Responsabilidad Social y su Influencia en la Imagen de la Empresa de Transporte Rodrigo Carranza S.A.C Trujillo 2014”, publicada en Perú; concluye, que, según el criterio de los clientes, existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 28 clientes, y con una contrastación de hipótesis con un valor de  $P = 0.020$  y un valor de chi cuadrado de 2,087 dando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional. Por otro lado, manifiesta que desde el punto de vista de los trabajadores existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 55 trabajadores, y con una contrastación de hipótesis con un valor de  $P = 0.045$  y un valor de chi cuadrado de 5,442; demostrando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional.

Carranza, K. & Ramírez, L. (2016), en su tesis “Relación entre Estrategias de Responsabilidad Social Aplicadas en la Empresa Laredo S.A. y la Percepción de Imagen Corporativa en los Habitantes de Laredo 2016”, concluye en su investigación que entre las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Laredo S.A y la percepción de los habitantes de Laredo acerca de la Imagen Corporativa, existe una significancia positiva de 5% con una correlación de 94.8% y una contrastación de hipótesis de  $P=0.002$ .

### 1.3. Marco Teórico

Moreno A., Uriarte L., & Topa G. (2010) Moreno, Uriarte & Topa (2010) En su libro, expone que la Responsabilidad Social Empresarial tuvo sus inicios con la Revolución Industrial; indicó que Adam Smith consideraba que el único interés que impulsaba a los negocios humanos no podía operar en margen a la moralidad.

En 1929, algunos académicos consideraban la responsabilidad social como favores legales de las empresas, las cuales se debían justamente a que estaban destinadas a servir a la comunidad; aludiendo el trabajo de Bowen de 1953, titulado *Social Responsibilities of the Businessmen*, en el que se hace alusión a la RSE como las obligaciones de los empresarios en las políticas, decisiones y acciones deseables según los objetivos de la sociedad. Holgar Johnson, 1957, sostuvo que las organizaciones en ese momento cumplían el rol de

ciudadanos corporativos, con responsabilidades socioeconómicas hacia todos sus públicos y la comunidad en general.

Fernández, R. (2009) En su libro, clasifica la evolución de la RSE en tres fases:

**Tabla 1: Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial**

| FASES                  | DESCRIPCION   |
|------------------------|---|
| <b>Fase Precursora</b> | Durante el siglo XIX y primera mitad del siglo XX aún existía la Responsabilidad Social Empresarial como tal, debido a que las empresas e instituciones aportaban soluciones a inconvenientes o problemas             |
| <b>Primera Fase</b>    | Las empresas iniciaron su participación voluntaria en la comunidad, aceptando la responsabilidad participativa de actividades sociales para el bienestar de la sociedad.  |
| <b>Segunda Fase</b>    | La sociedad, a mediados del siglo XX toma conciencia de la capacidad e influencia que tienen las empresas para solucionar los problemas sociales y riesgos que ocasionaban en su entorno.                             |
| <b>Tercera Fase</b>    | Durante este periodo muchas organizaciones, instituciones y gobierno pretenden hallar un método que les permita enfrentar los nuevos cambios sociales, originando normas gubernamentales de sensibilidad empresarial. |

**Fuente:** Fernández García, Ricardo

**Elaboración:** Propia

Fernández, R. (2009) considera que la responsabilidad social se enfoca en los trabajadores y la comunidad; clasificándolos de la siguiente manera:

- a) Responsabilidades Primarias; son un tipo de responsabilidad social con énfasis en la realización de actividades específicas y el buen funcionamiento de la organización.
- b) Responsabilidades Secundarias; este tipo de responsabilidad consiste en mejorar los resultados obtenidos de las responsabilidades primarias, incidiendo en actividades



específicas de grupos sociales interdependientes de los grupos sociales con los que se relaciona. c) Responsabilidades Terciarias; sus actividades se basan en mejorar aspectos de entorno social, acciones no incluidas en la actividad específica.

Una Organización Socialmente Responsables tiene beneficios, por ejemplo a nivel interno causa mayor satisfacción de los trabajadores, redundando en la mejora de la productividad, compromiso, adhesión., ahorro en el uso de insumos o recursos, atrae y retiene buenos profesionales, mejorando la comunicación interna, además genera ventajas medioambientales, disminución de los riesgos operacionales (financieras, calidad, seguridad y medio ambiente), mejoramiento de la cultura organizacional, aumento de la rentabilidad; a nivel externo fideliza clientes actuales, contribuye a captar nuevos, brinda confianza permitiendo que sus proveedores sean transparentes en su negociación, mejora de la imagen o reputación de la empresa creando una imagen corporativa positiva la cual fortalece la estima de la sociedad, brinda oportunidades para nuevos negocios incrementando la participación en el mercado, incremento del valor de la empresa, mejora de la comunicación externa, mejorando así la comunicación y la relación entre la organización y su entorno, ya sea con los gobiernos locales, pequeños negocios locales, lo cual permite a la organización obtener una diferenciación o ventaja competitiva en el mercado el cual se desempeña.

Existen dimensiones que definen o determinan la Responsabilidad social Empresarial según su forma o tamaño; por ello la (Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC,2009), menciona que los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, creados por el Instituto Ethos (Brasil), son instrumentos de evaluación y aprendizaje de la gestión empresarial respecto a la integración de prácticas de responsabilidad social, a la planificación de estrategias y al control de las prácticas generales de la empresa. A continuación, se detalla las dimensiones de la RSE y sus respectivos indicadores según la integración ADEC-Ethos:

- 1) Valores, Transparencia y Gobernabilidad: Una empresa es socialmente responsable cuando sus principios están orientados al buen actuar, es decir, basados en prácticas transparentes y éticas. Sus indicadores son:

- a) Compromisos Éticos
  - b) Cultura Organizacional
  - c) Gobierno Corporativo
  - d) Stakeholders
  - e) Relaciones con la competencia
  - f) Balance Social
- 2) Medioambiente: Una empresa que realiza buenas prácticas medioambientales y promueve la cultura ambiental en la sociedad, forja su protección para futuras generaciones; por otro lado, reduce los costos de sus procesos productivos, mejorando su imagen corporativa ante la sociedad y futuras inversiones. Sus indicadores son:
- a) Compromiso de la empresa con la causa ambiental
  - b) Educación y creación de conciencia ambiental
  - c) Gerencia del impacto sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios
  - d) Control de entradas y salidas de materiales en la empresa
- 3) Proveedores: Las organizaciones comprometidas en el desarrollo de empresas locales y relaciones a largo plazo con sus proveedores, generan confianza entre sus inversionistas y consumidores; por otro lado, una empresa socialmente responsable desarrolla un proceso de selección de sus proveedores tomando en cuenta que estos deben cumplir con estándares socioeconómicos y ambientales. Sus indicadores son:
- a) Criterios de Selección y evaluación de proveedores
  - b) Trabajo forzado o análogo al esclavo en la cadena productiva
  - c) Relaciones con trabajadores (servicios de terceros o services)
  - d) Apoyo al desarrollo de los proveedores.

- 4) Consumidores / Clientes: Toda organización cuyo énfasis se centra en la satisfacción de sus consumidores, logrará fidelizar y atraer nuevos consumidores; así mismo, una mejora en su reputación corporativa. Sus indicadores son:
  - a) Políticas de comunicación comercial
  - b) Excelencia en la atención
  - c) Conocimiento y administración de los daños potenciales de los productos y servicios
  
- 5) Comunidad: Una empresa comprometida con el desarrollo socioeconómico de la comunidad, aumenta su ventaja competitiva y su reputación corporativa; por otro lado la organización obtendrá el respaldo de la comunidad ante posibles problemas. Sus indicadores son:
  - a) Administración del impacto de la empresa en la comunidad de entorno inmediato
  - b) Relaciones con organizaciones locales
  - c) Financiamiento de la acción social
  - d) Compenetración de la empresa con la acción social.
  - e) Estrategias de actuación en el área social
  - f) Reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de los empleados
  
- 6) Gobierno y Sociedad: Una empresa que realiza acciones para erradicar la corrupción o soborno, está contribuyendo al desarrollo Regional y Nacional. Sus indicadores son:
  - a) Contribuciones para campañas políticas
  - b) Prácticas anticorrupción y soborno
  - c) Liderazgo e influencia social
  - d) Participación en proyectos sociales gubernamentales.

**Imagen corporativa** es la percepción que se ha planteado el público respecto a las distintas organizaciones y marcas, relacionándose a su vez con el posicionamiento en el mercado. Ibáñez, G. (2003) menciona que la imagen corporativa es la percepción global que resulta de la interacción entre la Identidad, Acción, cultura y Comunicación acerca de la empresa.

Sánchez J. & Pintado, T. (2013) En su libro, define imagen corporativa como la representación mental, formada por un cúmulo de atributos o características que puede variar o coincidir en cada individuo, es decir, es la manifestación interna formada por un conjunto de atributos relacionados a la organización.

Costa, J. (2009) considera que es conveniente tener en cuenta las funciones principales de la imagen corporativa, ya que de esta manera se logrará el éxito en los negocios, los cuales consisten en: Destacar la identidad diferenciadora de la empresa, definir el sentido de la cultura organizacional, construir la personalidad y el estilo corporativos, reforzar el espíritu de cuerpo y orientar el liderazgo, atraer a los mejores especialistas, motivar al mercado de capitales, evitar situaciones críticas, impulsar nuevos productos y servicios, relanzar la empresa, generar una opinión pública favorable, reducir los mensajes involuntarios, optimizar las inversiones en comunicación, acumular reputación y prestigio: el pasaporte para la expansión, atraer a los clientes y fidelizarlos, inventar el futuro.

Sánchez, J. & Pintado, T. (2009) manifiesta que los elementos de la imagen corporativa son características relacionadas con las marcas o productos en sí; por otro lado, considera los siguientes elementos:

- Edificios o entorno: Desde la perspectiva visual de la imagen, se asocia con la tradición, modernidad o prestigio, teniendo en cuenta situación o la ubicación de estos.
- Los productos y su presentación: La influencia en la decisión de compra de los clientes o consumidores se basa en la presentación física del producto.
- Logotipos y colores corporativos: Es importante que el público objetivo diferencie el producto o servicio de la competencia. Para ello, es fundamental definir la imagen que expresa, utilizando logotipos sinuosos, colores llamativos.
- Personalidades: La imagen que percibe el público se encuentra relacionada a las personas vinculadas a la empresa; cabe mencionar que la influencia ocasionada en la imagen percibida puede ser positiva o negativa.
- Iconos Corporativos: Son elementos visuales que permiten identificar a una marca o compañía; generalmente, es utilizado en campañas publicitarias o como elementos decorativos publicitarios.

- Comunicación: Es fundamental ya que aporta en la imagen corporativa, a través de los años hasta la actualidad ha servido para dar a conocer cambios o lanzamientos de productos y la atracción de nuevos públicos.

Capriotti, P. (2013) Uno de los problemas que se suscitan entre las personas es la insuficiente capacidad de memoria o retención para recordar productos o servicios que ofrecen algunas organizaciones. Por esta razón la creación de valor es importante en la imagen corporativa de una empresa, debido a que: Ocupará un espacio en la mente de los públicos, Facilitará su diferenciación de las organizaciones competidoras, creando valor para los Públicos, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado, Disminuirá la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra.

Villafañe, J. (1999), en su investigación menciona que la buena Imagen Corporativa estará conformada o dimensionada de la siguiente manera

1. Imagen Financiera, la cual se verá reflejada en la reputación financiera que la organización presente, así como en su estructura de capital.
2. Imagen Interna, es aquella que la empresa quiere inducir en la mente de sus públicos a partir de su comunicación y será el resultado de la valoración de Recursos Humanos, la Cultura Organizacional, el Clima Laboral.
3. La Imagen Pública, de una organización es la percepción que el entorno tiene de dicha empresa y será consecuencia de su Imagen Mediática y la Imagen Proyectada en su Entorno.

#### **1.4. Formulación del problema**

¿De qué manera percepción de la Responsabilidad Social Empresarial influye en la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A en el Distrito de Casa Grande – 2018?

## 1.5. Objetivos

### 1.5.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa de la empresa Casa Grande S.A.A en el distrito de Casa Grande – 2018.

### 1.5.2. Objetivos específicos

- Medir la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Casa Grande S.A.A.
- Medir la Imagen Corporativa de la Empresa Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A.
- Analizar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A.

## 1.6. Hipótesis

### 1.6.1. Hipótesis general

Existe una alta influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa de la empresa Casa Grande S.A.A.

### 1.6.2. Hipótesis específicas

H0: La Responsabilidad Social Empresarial no influye significativamente en la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A. en el distrito de Casa Grande-2018.

H1: La Responsabilidad Social Empresarial influye significativamente en la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A. en el distrito de Casa Grande - 2018.

## 1.7. Variables

### 1.7.1. Sistema de Variables

Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Variable Dependiente: Imagen Corporativa

### 1.7.2. Operacionalización de Variables

#### VARIABLE INDEPENDIENTE: Responsabilidad Social

| Definición Conceptual  | Definición Operacional  | Dimensiones  | Indicadores  |
|--|---|--|--|
| <p>(Moreno,A Uriarte,L. &amp; Topa, G.; 2010) Proceso a través del cual las empresas asumen la responsabilidad por las consecuencias sociales, económicas y medio ambientales de su actividad.</p> <p>(Calahorro,2008) El comportamiento responsable de la empresa se debe orientar a la consecución equilibrada de tres objetivos: alcanzar resultados económicos positivos, acometer proyectos sociales, que</p> | <p>La R.S.E. es el compromiso responsable que asume la organización para un desarrollo económico y medio ambiental sostenible ante sus colaboradores, sus familias, la comunidad local y la sociedad.</p> | <p>Valores,<br/>Transparencia<br/>y<br/>Gobernabilidad</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromisos éticos.</li> <li>• Cultura Organizacional.</li> <li>• Gobernabilidad Corporativa.</li> <li>• Stakeholders</li> <li>• Relaciones con la competencia.</li> <li>• Balance Social.</li> </ul>   |
|  |   | <p>Público Interno</p>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con los Sindicatos.</li> <li>• Gestión Participativa.</li> <li>• Compromiso con el futuro de los niños.</li> <li>• Valoración de la Diversidad.</li> <li>• Políticas de Remuneración, Beneficios y Carrera.</li> <li>• Atención a la salud, la seguridad y las condiciones de trabajo.</li> <li>• Compromiso con el desarrollo profesional y el empleo.</li> <li>• Comportamiento frente a las desincorporaciones.</li> <li>• Preparación para la jubilación.</li> </ul> |
|  |   | <p>Medio Ambiente</p>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso de la empresa con la causa ambiental.</li> <li>• Educación y creación de conciencia ambiental.</li> <li>• Gerencia del impacto sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios.</li> <li>• Control de entradas y salidas de materiales en la empresa.</li> </ul>  |
|  |   | <p>Proveedores</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de selección y evaluación de proveedores.</li> <li>• Trabajo infantil en la cadena productiva.</li> <li>• Trabajo forzado o análogo al esclavo en la cadena productiva.</li> <li>• Relaciones con trabajadores (servicios de terceros).</li> <li>• Apoyo al desarrollo de los proveedores.</li> </ul>   |
|  |   | <p>Consumidores/<br/>Clientes</p>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de comunicación comercial.</li> <li>• Excelencia en la atención.</li> <li>• Conocimiento y administración de los daños potenciales de los productos y servicios.</li> </ul>  |
|  |   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración del impacto de la empresa en</li> </ul>  |

|   |  |                     |  |
|---|--|---------------------|--|
| repercutan favorablemente a la sociedad en la que se desarrollan sus actividades, y contribuyen a la protección del medio ambiente. |  | Comunidad           | <p>la comunidad de entorno inmediato.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con organizaciones locales.</li> <li>• Financiamiento de la acción social.</li> <li>• Compenetración de la empresa con la acción social.</li> <li>• Estrategias de actuación en el área social.</li> <li>• Reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de los empleados.</li> </ul> |
|   |  | Gobierno y Sociedad | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuciones para campañas políticas.</li> <li>• Prácticas anticorrupción y soborno.</li> <li>• Liderazgo e influencia social.</li> <li>• Participación en proyectos sociales gubernamentales</li> </ul>  |

**VARIABLE DEPENDIENTE: IMAGEN CORPORATIVA**

| Definición Conceptual   | Definición Operacional  | Dimensiones       | Indicadores  |
|---|---|-------------------|--|
| (Villafañe, J. 1999) Es la síntesis de la identidad de la organización, manifestada a partir de su comportamiento, su cultura y su personalidad corporativa, por lo cual es necesario ponderarle un peso a través de 4 variables principales. | Es la reputación que la organización puede obtener entre la comunidad empresarial y la sociedad, la cual debe reflejar los valores institucionales. | Imagen Financiera | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputación Financiera.</li> <li>• Estructura de Capital.</li> </ul>                           |
|   |   | Imagen Comercial  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor del Producto.</li> <li>• Servicio al Cliente.</li> <li>• Valor de la Marca.</li> </ul>  |
|   |   | Imagen Interna    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoración de los RR.HH.</li> <li>• Adecuación Cultural.</li> <li>• Clima Interno.</li> </ul> |
|   |   | Imagen Pública    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen Mediática</li> <li>• Imagen Proyectada en su Entorno.</li> </ul>                       |



## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La presente investigación será aplicada; según Murillo, W. (2008), la investigación aplicada también conocida como investigación empírica cuyo objetivo es predecir un determinado comportamiento ante una situación específica; así mismo, busca resolver una situación mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos.

**Diseño de la Investigación:** Es de tipo No Experimental ya que no se realizará manipulación alguna de las variables; sin embargo, se observará los fenómenos tal como se den en su contexto natural.; así mismo, es Transversal ya que se realizará la recolección de datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Según Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014) menciona que una investigación es No experimental cuando son realizados sin manipulación alguna o deliberada se sus variables y sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural; por otro lado, son un tipo de estudio explicativo ya que su objetivo es explicar el porqué de uno o más fenómenos así como las condiciones en las que se presenta y la relación de las variables.

### 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

#### Población

La población en la presente investigación está conformada por 31 335 habitantes del Distrito de Casa Grande, según fuente INEI.

. Según Balestrini, (1998), explica desde un punto de vista estadístico, que una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características o una de ellas y para el cual fueron validadas las conclusiones obtenidas en la investigación.

## Muestra

La muestra es No Probabilístico del tipo accidental y se determinó teniendo en cuenta el total de la población y mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2 + Z^2pq}$$
$$n = \frac{31\,335 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(31\,335 - 1)0.05^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$
$$n = 380$$

### Dónde:

n= Población

Z= Nivel de Confianza al 95% (1.96)

e= Error Muestral al 5% (0.05)

## 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnicas:

En la presente investigación, se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos para ambas variables; ya que, es un método de recolección de datos mediante un cuestionario diseñado de acuerdo a las variables en estudio sin alterar el espacio y fenómeno de la situación específica.

La técnica a emplear será la encuesta. Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entre algunas instituciones, con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos.

Instrumento: Cuestionario (Anexo 1)

La encuesta se elaboró en base a 6 dimensiones (Valores, transparencia y gobernabilidad; Medio ambiente; Proveedores; Consumidores, clientes; Comunidad; Gobierno y sociedad) y 28 indicadores correspondientes a la variable RSE, así como a 4 dimensiones (Imagen Financiera; Imagen Comercial; Imagen Interna; Imagen Pública) y 10 indicadores de la variable Imagen Corporativa; cabe mencionar que a cada indicador se elaboró una pregunta con 5 alternativas basadas en la Escala de Likert, escala de medición la cual permite comprender de manera precisa la opinión o actitud de los habitantes encuestados hacia la empresa.

**Figura 2: Valoración de Escala de Likert**

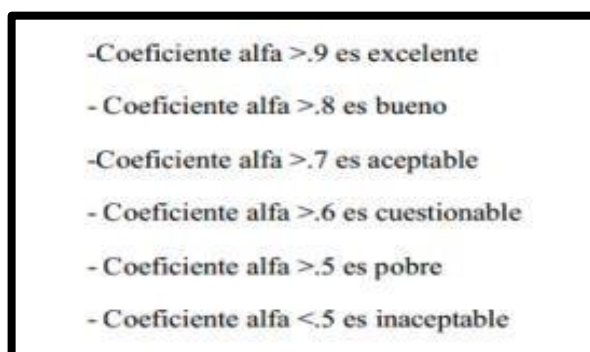


**Fuente:** Likert, R. (1967)

**Elaboración:** Propia

El instrumento ha sido evaluado por criterio de jueces expertos en la materia; por lo que el instrumento ya se encuentra validado. El estadístico de confiabilidad fue el Alpha de Cronbach, mediante el cual se obtuvo un resultado de 0.779; lo cual nos indica que el instrumento es aceptable.

**Figura 3: Valoración del Coeficiente Alpha de Cronbach**



**Fuente:** Hernández, S. (2003)

**Elaboración:** Propia

## 2.4. Procedimiento

- Se requirió de cinco colaboradores para la aplicación de la encuesta, quienes estuvieron adecuadamente capacitados.
- Se coordinó las fechas y horarios para la aplicación de la encuesta en lugares estratégicos y de alta circulación del distrito de Casa Grande.
- En las fechas de la aplicación se procedió a agrupar a los individuos a encuestar a quienes se les brindo una explicación previa de 3 minutos acerca de la investigación y respuestas a emitir.
- Procedimos a realizar la aplicación de la encuesta.
- Se procedió a recoger las encuestas debidamente llenadas para luego ser procesadas en una base de datos en Excel.
- Una vez tabulado, se hicieron tablas y gráficos, así como medidas estadísticas como la media y la desviación estándar.
- Para determinar la relación se utilizó el coeficiente de Correlación de Pearson, que permite medir la correlación entre diferentes variables cuantitativas.

### Fórmula:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

### Dónde:

- r : Correlación entre variables
- x : Desviación típica de la A
- y : Desviación típica de la variable B
- x<sup>2</sup> : Varianza de la variable A
- y<sup>2</sup> : Varianza de la variable B
- n : Número de la muestra.

- Así mismo; para el análisis de correlación entre ambas variables en estudio se tomó en cuenta los siguientes niveles.

### Figura 4: Niveles de Correlación dependiendo del coeficiente R.

| Valor         | Significado                            |
|---------------|--|
| -1            | Correlación negativa grande y perfecta |
| -0,9 a -0,99  | Correlación negativa muy alta          |
| -0,7 a -0,89  | Correlación negativa alta              |
| -0,4 a -0,69  | Correlación negativa moderada          |
| -0,2 a -0,39  | Correlación negativa baja              |
| -0,01 a -0,19 | Correlación negativa muy baja          |
| 0             | Correlación nula                       |
| 0,01 a 0,19   | Correlación positiva muy baja          |
| 0,2 a 0,39    | Correlación positiva baja              |
| 0,4 a 0,69    | Correlación positiva moderada          |
| 0,7 a 0,89    | Correlación positiva alta              |
| 0,9 a 0,99    | Correlación positiva muy alta          |
| 1             | Correlación positiva grande y perfecta |

**Fuente:** Hernández, R. & Fernández, C. (2010)

**Elaboración:** Propia

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

**OE1:** Medir la percepción de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Casa Grande S.A.A.

**DIMENSION 1:** Valores, Transparencia Y Gobierno

**Tabla 2: ¿Cómo considera usted el compromiso moral entre la empresa Casa Grande S.A.A. y la Sociedad?**

| Alter             | P1         |                      |
|-------------------|------------|----------------------|
|                   | f          | %                    |
| 1. Muy adecuado   | 5          | 1%                   |
| 2. Adecuado       | 33         | 9%                   |
| 3. Poco adecuado  | 83         | 22%                  |
| 4. Inadecuado     | 125        | 33%                  |
| 5. Muy inadecuado | 134        | 35%                  |
| Total             | 380        | 100%                 |
| <b>Promedio</b>   | <b>3.9</b> | <b>4. Inadecuado</b> |

**Interpretación:** El 33% de los encuestados indica que el comportamiento moral entre la empresa Casa Grande S.A.A. y la sociedad es inadecuado y el 35% indica que es muy inadecuado. En promedio se indica que el comportamiento moral es inadecuado (media = 3.9).

**Tabla 3: ¿Cuál es el nivel de cultura que existe en la empresa Casa Grande S.A.A.?**

| Alter                        | P2         |                                   |
|------------------------------|------------|-----------------------------------|
|                              | f          | %                                 |
| 1. Innovadora                | 14         | 4%                                |
| 2. De logro                  | 23         | 6%                                |
| 3. De equipo único           | 62         | 16%                               |
| 4. Centradas en el cliente   | 233        | 61%                               |
| 5. Centradas en las personas | 48         | 13%                               |
| Total                        | 380        | 100%                              |
| <b>Promedio</b>              | <b>3.7</b> | <b>4. Centradas en el cliente</b> |

**Interpretación:** El 61% de los encuestados indica que el nivel de cultura en la empresa Casa Grande S.A.A. está centrada en el cliente, el 16% indica que es de

equipo único y el 13% indica que está centrada en las personas. En promedio se indica que el tipo de cultura de la empresa está centrada en el cliente (media = 3.7)

**Tabla 4: ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los habitantes del distrito?**

| <b>P3</b>       |            |                    |
|-----------------|------------|--------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>           |
| 1. Muy positivo | 4          | 1%                 |
| 2. Positivo     | 33         | 9%                 |
| 3. Regular      | 114        | 30%                |
| 4. Negativo     | 107        | 28%                |
| 5. Muy negativo | 122        | 32%                |
| Total           | 380        | 100%               |
| <b>Promedio</b> | <b>3.8</b> | <b>4. Negativo</b> |

**Interpretación:** El 28% de los encuestados indica que el tipo de relación que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los habitantes del distrito es negativo, el 32% indica que es muy negativo y el 30% indica que es regular. En promedio se indica que el tipo de relación es negativo (media = 3.8).

**Tabla 5: ¿Cómo considera usted el apoyo de la empresa Casa Grande S.A.A. en los programas comunitarios y empresas no gubernamentales?**

| <b>P4</b>                   |            |                           |
|-----------------------------|------------|---------------------------|
| <b>Alter</b>                | <b>f</b>   | <b>%</b>                  |
| 1. Muy importante           | 11         | 3%                        |
| 2. Importante               | 40         | 11%                       |
| 3. Moderadamente importante | 107        | 28%                       |
| 4. Poco importante          | 170        | 45%                       |
| 5. Nada importante          | 52         | 14%                       |
| Total                       | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>             | <b>3.6</b> | <b>4. Poco importante</b> |

**Interpretación:** El 45% de los encuestados indica que el el apoyo de la empresa Casa Grande S.A.A. en los programas comunitarios y empresas no gubernamentales es poco importante y el 28% indica que es moderadamente importante. En promedio se indica que el apoyo de la empresa es poco importante (media = 3.6)

**Tabla 6: ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y sus competidores?**

| <b>P5</b>       |            |                    |
|-----------------|------------|--------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>           |
| 1. Muy positivo | 9          | 2%                 |
| 2. Positivo     | 28         | 7%                 |
| 3. Regular      | 115        | 30%                |
| 4. Negativo     | 125        | 33%                |
| 5. Muy negativo | 103        | 27%                |
| Total           | 380        | 100%               |
| <b>Promedio</b> | <b>3.8</b> | <b>4. Negativo</b> |

**Interpretación:** El 33% de los encuestados indica que el tipo de relación que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y sus competidores es negativo, el 30% indica que es regular y el 27% indica que es muy negativo. En promedio se indica que el tipo de relación es negativo (media = 3.8)

**Tabla 7: El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con la sociedad es:**

| <b>P6</b>                   |            |                           |
|-----------------------------|------------|---------------------------|
| <b>Alter</b>                | <b>f</b>   | <b>%</b>                  |
| 1. Muy importante           | 16         | 4%                        |
| 2. Importante               | 22         | 6%                        |
| 3. Moderadamente importante | 84         | 22%                       |
| 4. Poco importante          | 164        | 43%                       |
| 5. Nada importante          | 94         | 25%                       |
| Total                       | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>             | <b>3.8</b> | <b>4. Poco importante</b> |

**Interpretación:** El 43% de los encuestados indica que el compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con la sociedad es poco importante, el 25% indica que es nada importante y el 22% indica que es moderadamente importante. En promedio se indica que el compromiso es poco importante (media = 3.8).



**DIMENSION 2: Medio Ambiente**

**Tabla 8: El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con el medio ambiente es:**

| <b>P7</b>                   |            |                           |
|-----------------------------|------------|---------------------------|
| <b>Alter</b>                | <b>f</b>   | <b>%</b>                  |
| 1. Muy importante           | 12         | 3%                        |
| 2. Importante               | 20         | 5%                        |
| 3. Moderadamente importante | 100        | 26%                       |
| 4. Poco importante          | 142        | 37%                       |
| 5. Nada importante          | 106        | 28%                       |
| Total                       | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>             | <b>3.8</b> | <b>4. Poco importante</b> |

**Interpretación:** El 37% de los encuestados indica que el compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con el medio ambiente es poco importante, el 28% indica que es nada importante y el 26% indica que es moderadamente importante. En promedio se indica que el compromiso es poco importante (media = 3.8)

**Tabla 9: ¿Con qué frecuencia la empresa Casa Grande S.A.A. promueve la cultura ambiental con los habitantes del distrito?**

| <b>P8</b>          |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b>   | <b>%</b>                  |
| 1. Siempre         | 4          | 1%                        |
| 2. Casi siempre    | 19         | 5%                        |
| 3. Algunas veces   | 106        | 28%                       |
| 4. Muy pocas veces | 148        | 39%                       |
| 5. Nunca           | 103        | 27%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.9</b> | <b>4. Muy pocas veces</b> |

**Interpretación:** El 39% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. promueve la cultura ambiental con los habitantes del distrito muy pocas veces, el 28% indica que promueve algunas veces y el 27% indica que nunca promueve. En promedio se indica que la empresa promueve la cultura ambiental muy pocas veces (media = 3.9).

**Tabla 10: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con algún plan sobre el cuidado del medio ambiente?**

| <b>P9</b>          |          |                           |
|--------------------|----------|---------------------------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b> | <b>%</b>                  |
| 1. Siempre         | 3        | 1%                        |
| 2. Casi siempre    | 26       | 7%                        |
| 3. Algunas veces   | 91       | 24%                       |
| 4. Muy pocas veces | 158      | 42%                       |
| 5. Nunca           | 102      | 27%                       |
| Total              | 380      | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    |          | <b>4. Muy pocas veces</b> |
| <b>3.9</b>         |          | <b>veces</b>              |

**Interpretación:** El 42% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con algún plan sobre el cuidado del medio ambiente muy pocas veces, el 27% indica que nunca contó y el 24% indica que algunas veces. En promedio se indica que cuenta con algún plan muy pocas veces (media = 3.9)

**Tabla 11: El control y uso de productos no contaminantes que utiliza la empresa Casa Grande S.A.A. es:**

| <b>P10</b>        |          |                         |
|-------------------|----------|-------------------------|
| <b>Alter</b>      | <b>F</b> | <b>%</b>                |
| 1. Muy adecuado   | 11       | 3%                      |
| 2. Adecuado       | 71       | 19%                     |
| 3. Poco adecuado  | 129      | 34%                     |
| 4. Inadecuado     | 126      | 33%                     |
| 5. Muy inadecuado | 43       | 11%                     |
| Total             | 380      | 100%                    |
| <b>Promedio</b>   |          | <b>3. Poco adecuado</b> |
| <b>3.3</b>        |          | <b>adecuado</b>         |

**Interpretación:** El 34% de los encuestados indica que el control y uso de productos no contaminantes que utiliza la empresa Casa Grande S.A.A. es poco adecuado y el 33% indica que es inadecuado. En promedio se indica que el control y uso de productos es poco adecuado (media = 3.3)

**DIMENSION 2: Proveedores**

**Tabla 12: ¿Usted está de acuerdo con el proceso de selección de proveedores que realiza la empresa Casa Grande S.A.A.?**

| P11                         |            |                    |
|-----------------------------|------------|--------------------|
| Alter                       | f          | %                  |
| 1. Totalmente de acuerdo    | 12         | 3%                 |
| 2. De acuerdo               | 83         | 22%                |
| 3. Indeciso                 | 116        | 31%                |
| 4. En desacuerdo            | 118        | 31%                |
| 5. Totalmente en desacuerdo | 51         | 13%                |
| Total                       | 380        | 100%               |
| <b>Promedio</b>             | <b>3.3</b> | <b>3. Indeciso</b> |

**Interpretación:** El 31% de los encuestados indica que están indecisos respecto al proceso de selección de proveedores que realiza la empresa Casa Grande S.A.A. y el 31% se manifiesta en desacuerdo. En promedio se indica que están indecisos con la selección de proveedores (media = 3.3).

**Tabla 13: ¿Considera usted que los trabajadores de la Empresa Casa Grande S.A.A. son explotados?**

| P12                |          |                         |
|--------------------|----------|-------------------------|
| Alter              | f        | %                       |
| 1. Siempre         | 43       | 11%                     |
| 2. Casi siempre    | 91       | 24%                     |
| 3. Algunas veces   | 117      | 31%                     |
| 4. Muy pocas veces | 97       | 26%                     |
| 5. Nunca           | 32       | 8%                      |
| Total              | 380      | 100%                    |
| <b>Promedio</b>    | <b>3</b> | <b>3. Algunas veces</b> |

**Interpretación:** El 31% de los encuestados indica que los trabajadores de la empresa Casa Grande S.A.A. son explotados algunas veces, el 26% indica que muy pocas veces y el 24% indica que casi siempre. En promedio se indica que los trabajadores son explotados algunas veces (media = 3.0).

**Tabla 14: ¿Cómo considera usted el trato que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los Services?**

| <b>P13</b>      |            |                |
|-----------------|------------|----------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>       |
| 1. Muy bueno    | 13         | 3%             |
| 2. Bueno        | 38         | 10%            |
| 3. Regular      | 128        | 34%            |
| 4. Malo         | 108        | 28%            |
| 5. Muy malo     | 93         | 24%            |
| Total           | 380        | 100%           |
| <b>Promedio</b> | <b>3.6</b> | <b>4. Malo</b> |

**Interpretación:** El 28% de los encuestados indica que el trato que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los Services es malo y el 34% indica que es regular. En promedio se indica que el trato es malo (media = 3.6).

**Tabla 15: La influencia o ayuda que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. para el crecimiento empresarial de sus proveedores es:**

| <b>P14</b>                  |            |                                    |
|-----------------------------|------------|------------------------------------|
| <b>Alter</b>                | <b>f</b>   | <b>%</b>                           |
| 1. Muy importante           | 14         | 4%                                 |
| 2. Importante               | 71         | 19%                                |
| 3. Moderadamente importante | 123        | 32%                                |
| 4. Poco importante          | 127        | 33%                                |
| 5. Nada importante          | 45         | 12%                                |
| Total                       | 380        | 100%                               |
| <b>Promedio</b>             | <b>3.3</b> | <b>3. Moderadamente importante</b> |

**Interpretación:** El 32% de los encuestados indica que la ayuda que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. para el crecimiento empresarial de sus proveedores es moderadamente importante y el 33% indica que es poco importante. En promedio se indica que la ayuda que brinda la empresa es moderadamente importante (media = 3.3).

**DIMENSION 3: Consumidores/ Clientes**

**Tabla 16: La publicidad que realiza la empresa Casa Grande S.A.A. sobre sus productos es:**

| <b>P15</b>      |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>          |
| 1. Muy bueno    | 12         | 3%                |
| 2. Bueno        | 60         | 16%               |
| 3. Regular      | 142        | 37%               |
| 4. Malo         | 128        | 34%               |
| 5. Muy malo     | 38         | 10%               |
| Total           | 380        | 100%              |
| <b>Promedio</b> | <b>3.3</b> | <b>3. Regular</b> |

**Interpretación:** El 37% de los encuestados indica que la publicidad que realiza la empresa Casa Grande S.A.A. sobre sus productos es regular y el 34% indica que es malo. En promedio se indica que la publicidad es regular (media = 3.3).

**Tabla 17: El trato o atención que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. a sus clientes es:**

| <b>P16</b>      |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>          |
| 1. Muy bueno    | 5          | 1%                |
| 2. Bueno        | 73         | 19%               |
| 3. Regular      | 153        | 40%               |
| 4. Malo         | 120        | 32%               |
| 5. Muy malo     | 29         | 8%                |
| Total           | 380        | 100%              |
| <b>Promedio</b> | <b>3.3</b> | <b>3. Regular</b> |

**Interpretación:** El 40% de los encuestados indica que el trato que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. a sus clientes es regular y el 32% indica que es malo. En promedio se indica que el trato de la empresa es regular (media = 3.3).

**Tabla 18: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con un plan ante los daños potenciales de sus productos y servicios?**

| <b>P17</b>      |            |                |
|-----------------|------------|----------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>       |
| 1. Muy bueno    | 11         | 3%             |
| 2. Bueno        | 32         | 8%             |
| 3. Regular      | 130        | 34%            |
| 4. Malo         | 118        | 31%            |
| 5. Muy malo     | 89         | 23%            |
| Total           | 380        | 100%           |
| <b>Promedio</b> | <b>3.6</b> | <b>4. Malo</b> |

**Interpretación:** El 31% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con un plan ante los daños potenciales de sus productos y servicios muy pocas veces y el 34% indica que algunas veces. En promedio se indica que cuenta con algún plan muy pocas veces (media = 3.6).

### DIMENSION 3: Comunidad

**Tabla 19: ¿Cómo ve usted el impacto social que ha causado la empresa Casa Grande S.A.A. en su mismo distrito?**

| <b>P18</b>      |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>          |
| 1. Muy positivo | 3          | 1%                |
| 2. Positivo     | 52         | 14%               |
| 3. Regular      | 145        | 38%               |
| 4. Negativo     | 129        | 34%               |
| 5. Muy negativo | 51         | 13%               |
| Total           | 380        | 100%              |
| <b>Promedio</b> | <b>3.5</b> | <b>3. Regular</b> |

**Interpretación:** El 38% de los encuestados indica que el impacto social que ha causado la empresa Casa Grande S.A.A. en su mismo distrito es regular y el 34% indica que es negativo. En promedio se indica que el impacto es regular (media = 3.5).

**Tabla 20: ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y las empresas locales?**

| <b>P19</b>      |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>          |
| 1. Muy bueno    | 4          | 1%                |
| 2. Bueno        | 54         | 14%               |
| 3. Regular      | 151        | 40%               |
| 4. Malo         | 124        | 33%               |
| 5. Muy malo     | 47         | 12%               |
| Total           | 380        | 100%              |
| <b>Promedio</b> | <b>3.4</b> | <b>3. Regular</b> |

**Interpretación:** El 40% de los encuestados indica que el tipo de relación que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y las empresas locales es regular, el 33% indica que es malo. En promedio se indica que el tipo de relación es regular (media = 3.4).

**Tabla 21: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. financia programas sociales?**

| <b>P20</b>         |            |                         |
|--------------------|------------|-------------------------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b>   | <b>%</b>                |
| 1. Siempre         | 13         | 3%                      |
| 2. Casi siempre    | 72         | 19%                     |
| 3. Algunas veces   | 114        | 30%                     |
| 4. Muy pocas veces | 136        | 36%                     |
| 5. Nunca           | 45         | 12%                     |
| Total              | 380        | 100%                    |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.3</b> | <b>3. Algunas veces</b> |

**Interpretación:** El 30% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. financia programas sociales algunas veces y el 36% indica que muy pocas veces. En promedio se indica que la empresa financia programas sociales algunas veces (media = 3.3).

**Tabla 22: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. está comprometida con el apoyo que necesita la sociedad?**

| P21                |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| Alter              | f          | %                         |
| 1. Siempre         | 9          | 2%                        |
| 2. Casi siempre    | 21         | 6%                        |
| 3. Algunas veces   | 61         | 16%                       |
| 4. Muy pocas veces | 133        | 35%                       |
| 5. Nunca           | 156        | 41%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    | <b>4.1</b> | <b>4. Muy pocas veces</b> |

**Interpretación:** El 35% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. está comprometida con el apoyo que necesita la sociedad muy pocas veces y el 41% indica que nunca. En promedio se indica que la empresa está comprometida muy pocas veces (media = 4.1).

**Tabla 23: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. contribuye al desarrollo socio-económico de las comunidades locales?**

| P22                |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| Alter              | f          | %                         |
| 1. Siempre         | 10         | 3%                        |
| 2. Casi siempre    | 11         | 3%                        |
| 3. Algunas veces   | 105        | 28%                       |
| 4. Muy pocas veces | 190        | 50%                       |
| 5. Nunca           | 64         | 17%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.8</b> | <b>4. Muy pocas veces</b> |

**Interpretación:** El 50% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. contribuye al desarrollo socio - económico de las comunidades locales muy pocas veces y el 28% indica que algunas veces. En promedio se indica que la empresa contribuye muy pocas veces (media = 3.8).



**Tabla 24: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de sus obreros?**

| P23                |          |                           |
|--------------------|----------|---------------------------|
| Alter              | f        | %                         |
| 1. Siempre         | 9        | 2%                        |
| 2. Casi siempre    | 32       | 8%                        |
| 3. Algunas veces   | 73       | 19%                       |
| 4. Muy pocas veces | 121      | 32%                       |
| 5. Nunca           | 145      | 38%                       |
| Total              | 380      | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    |          | <b>4. Muy pocas veces</b> |
|                    | <b>4</b> | <b>veces</b>              |

**Interpretación:** Los resultados muestran que el 38% de los moradores encuestados consideran que la empresa Casa Grande S.A.A. no otorga un reconocimiento a la labor voluntaria que realizan sus obreros; por otro lado el 32% opina que muy pocas veces los colaboradores reciben algún tipo de reconocimiento por sus labores voluntarias realizadas. En promedio se indica que la empresa nunca otorga reconocimiento a sus colaboradores (media= 4.0).

#### DIMENSION 4: Gobierno y Sociedad

**Tabla 25: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga donaciones a partidos políticos o a campañas electorales?**

| P24                |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| Alter              | f          | %                         |
| 1. Siempre         | 13         | 3%                        |
| 2. Casi siempre    | 20         | 5%                        |
| 3. Algunas veces   | 95         | 25%                       |
| 4. Muy pocas veces | 171        | 45%                       |
| 5. Nunca           | 81         | 21%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    |            | <b>4. Muy pocas veces</b> |
|                    | <b>3.8</b> | <b>veces</b>              |

**Interpretación:** El 45% de los habitantes encuestados aseguran que la empresa Casa Grande S.A.A. muy pocas veces realiza donaciones a partidos políticos o donaciones para campañas electorales; mientras que el 25% aseguran que la

campañas electorales. En promedio se indica que la empresa Muy pocas veces ha realizado algún tipo de donación a partidos políticos (media=3.8).

**Tabla 26: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. realiza capacitaciones o acciones para reducir prácticas de anticorrupción y soborno?**

| P25                |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| Alter              | f          | %                         |
| 1. Siempre         | 12         | 3%                        |
| 2. Casi siempre    | 24         | 6%                        |
| 3. Algunas veces   | 87         | 23%                       |
| 4. Muy pocas veces | 106        | 28%                       |
| 5. Nunca           | 151        | 40%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.9</b> | <b>4. Muy pocas veces</b> |

**Interpretación:** Se obtuvo que el 28% de los encuestados manifiestan que muy pocas veces la empresa Casa Grande S.A.A. ha realizado capacitaciones o a tomado acciones para reducir prácticas de corrupción y soborno; el 40% dice que la empresa nunca realiza actividades de anticorrupción. En promedio se indica Muy pocas veces la empresa ha organizado charlas anticorrupción (media= 3.9)

**Tabla 27: ¿El liderazgo y la influencia social que ejerce la empresa Casa Grande S.A.A. es?**

| P26             |            |                |
|-----------------|------------|----------------|
| Alter           | f          | %              |
| 1. Muy alto     | 11         | 3%             |
| 2. Alto         | 29         | 8%             |
| 3. Regular      | 106        | 28%            |
| 4. Poco         | 168        | 44%            |
| 5. Muy poco     | 66         | 17%            |
| Total           | 380        | 100%           |
| <b>Promedio</b> | <b>3.7</b> | <b>4. Poco</b> |

**Interpretación:** 44% de los habitantes encuestados manifiesta que existe Poco nivel de liderazgo o la influencia social en la empresa Casa Grande S.A.A.; sin embargo el 28% opina que el liderazgo e influencia social que ejerce la empresa es Regular. Cabe

mencionar que en promedio el nivel de liderazgo e influencia social de la empresa Casa Grande S.A.A es Poco. (Media=3.7).

**Tabla 28: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. participa en proyectos sociales gubernamentales?**

| <b>P27</b>         |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b>   | <b>%</b>                  |
| 1. Siempre         | 12         | 3%                        |
| 2. Casi siempre    | 36         | 9%                        |
| 3. Algunas veces   | 132        | 35%                       |
| 4. Muy pocas veces | 94         | 25%                       |
| 5. Nunca           | 106        | 28%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.6</b> | <b>4. Muy pocas veces</b> |

**Interpretación:** De los habitantes encuestados el 25% manifiesta que pocas veces la empresa Casa Grande S.A.A. participa en proyectos sociales conjuntamente con entidades gubernamentales; así mismo el 35% manifiesta que solo algunas veces la empresa ha participado en proyectos sociales gubernamentales. En promedio solo Pocas veces la empresa se ha involucrado en proyectos sociales gubernamentales. (media= 3.6)

#### **DIMENSION 5: Imagen Financiera**

**Tabla 29: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. es Financieramente Responsable?**

| <b>P28</b>         |            |                           |
|--------------------|------------|---------------------------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b>   | <b>%</b>                  |
| 1. Siempre         | 20         | 5%                        |
| 2. Casi siempre    | 34         | 9%                        |
| 3. Algunas veces   | 112        | 29%                       |
| 4. Muy pocas veces | 154        | 41%                       |
| 5. Nunca           | 60         | 16%                       |
| Total              | 380        | 100%                      |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.5</b> | <b>4. Muy pocas veces</b> |

**Interpretación:** De los habitantes encuestados el 41% manifiesta que la empresa Casa Grande S.A.A muy pocas veces es Financieramente Responsable, mientras que el 29% opina que solo algunas veces es financieramente Responsable. En promedio se obtuvo que Muy Pocas Veces es Financieramente Responsable (media= 3.5).

**OE2: Definir la Imagen Corporativa de la Empresa Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A.**

**Tabla 30: ¿Cuenta la empresa con capacidad de autofinanciación?**

| <b>P29</b>         |                                   |          |
|--------------------|-----------------------------------|----------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b>                          | <b>%</b> |
| 1. Siempre         | 37                                | 10%      |
| 2. Casi siempre    | 33                                | 9%       |
| 3. Algunas veces   | 84                                | 22%      |
| 4. Muy pocas veces | 130                               | 34%      |
| 5. Nunca           | 96                                | 25%      |
| Total              | 380                               | 100%     |
| <b>Promedio</b>    | <b>4. Muy pocas<br/>3.6 veces</b> |          |

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos el 34% de encuestados opina que muy pocas veces la empresa Casa Grande S.A.A cuenta con capacidad de autofinanciación; sin embargo el 25% considera que la empresa nunca tiene capacidad de autofinanciación. En promedio se obtuvo que muy pocas veces la empresa Casa Grande cuenta con capacidad de autofinanciación (media=3.6).

#### **DIMENSION 6: Imagen Comercial**

**Tabla 31: ¿Cómo percibe el cliente el valor del producto?**

| <b>P30</b>      |            |                |
|-----------------|------------|----------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>       |
| 1. Muy alto     | 11         | 3%             |
| 2. Alto         | 34         | 9%             |
| 3. Regular      | 115        | 30%            |
| 4. Poco         | 115        | 30%            |
| 5. Muy poco     | 105        | 28%            |
| Total           | 380        | 100%           |
| <b>Promedio</b> | <b>3.7</b> | <b>4. Poco</b> |

**Interpretación:** El 30% de los encuestados indica que el cliente poco percibe el valor del producto, el 30% indica que regular y el 28% indica que muy poco. En promedio se indica que el cliente poco percibe el valor del producto (media = 3.7).

**Tabla 32: ¿Cómo percibe el cliente el servicio que brinda la empresa?**

| P31             |          |                |
|-----------------|----------|----------------|
| Alter           | f        | %              |
| 1. Muy bueno    | 5        | 1%             |
| 2. Bueno        | 25       | 7%             |
| 3. Regular      | 82       | 22%            |
| 4. Malo         | 127      | 33%            |
| 5. Muy malo     | 141      | 37%            |
| Total           | 380      | 100%           |
| <b>Promedio</b> | <b>4</b> | <b>4. Malo</b> |

**Interpretación:** El 33% de los encuestados indica que el cliente percibe el servicio que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. malo y el 37% indica que es muy malo. En promedio se indica que el cliente percibe el servicio malo (media = 4.0).

**Tabla 33: ¿Cuál es la percepción que tiene usted acerca de la de la marca de la empresa Casa Grande S.A.A.?**

| P32             |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| Alter           | f          | %                 |
| 1. Muy bueno    | 15         | 4%                |
| 2. Bueno        | 76         | 20%               |
| 3. Regular      | 128        | 34%               |
| 4. Malo         | 94         | 25%               |
| 5. Muy malo     | 67         | 18%               |
| Total           | 380        | 100%              |
| <b>Promedio</b> | <b>3.3</b> | <b>3. Regular</b> |

**Interpretación:** El 34% de los encuestados indica que la percepción que tienen acerca de la marca de la empresa Casa Grande S.A.A. es regular, el 26% indica que es malo y el 20% indica que es bueno. En promedio se indica que la percepción es regular (media = 3.3)

**DIMENSION 7: Imagen Interna**

**Tabla 34: ¿Cómo percibe usted la Gestión de los RR.HH?**

| <b>P33</b>        |            |                      |
|-------------------|------------|----------------------|
| <b>Alter</b>      | <b>f</b>   | <b>%</b>             |
| 1. Muy adecuado   | 11         | 3%                   |
| 2. Adecuado       | 70         | 18%                  |
| 3. Poco adecuado  | 152        | 40%                  |
| 4. Inadecuado     | 97         | 26%                  |
| 5. Muy inadecuado | 50         | 13%                  |
| Total             | 380        | 100%                 |
| <b>Promedio</b>   | <b>3.3</b> | <b>Poco adecuado</b> |

**Interpretación:** El 40% de los encuestados indica que perciben la Gestión de los RRHH poco adecuado y el 26% indica que es inadecuado. En promedio se indica que perciben la Gestión de los RRHH poco adecuado (media = 3.3).

**Tabla 35: ¿La empresa Casa Grande S.A.A. se adapta fácilmente a los nuevos cambios?**

| <b>P34</b>         |            |                      |
|--------------------|------------|----------------------|
| <b>Alter</b>       | <b>f</b>   | <b>%</b>             |
| 1. Siempre         | 12         | 3%                   |
| 2. Casi siempre    | 76         | 20%                  |
| 3. Algunas veces   | 118        | 31%                  |
| 4. Muy pocas veces | 133        | 35%                  |
| 5. Nunca           | 41         | 11%                  |
| Total              | 380        | 100%                 |
| <b>Promedio</b>    | <b>3.3</b> | <b>Algunas veces</b> |

**Interpretación:** El 31% de los encuestados indica que la empresa Casa Grande S.A.A. se adapta fácilmente a los nuevos cambios algunas veces y el 35% indica que pocas veces. En promedio se indica que la empresa se adapta a los cambios algunas veces (media = 3.3).

**Tabla 36: ¿Cuál es la percepción que tiene usted del ambiente laboral en la empresa?**

| <b>P35</b>        |          |            |
|-------------------|----------|------------|
| <b>Alter</b>      | <b>f</b> | <b>%</b>   |
| 1. Muy bueno      | 6        | 2%         |
| 2. Bueno          | 84       | 22%        |
| 3. Regular        | 162      | 43%        |
| 4. Malo           | 97       | 26%        |
| 5. Muy malo       | 31       | 8%         |
| Total             | 380      | 100%       |
| <b>Promedio</b>   |          | <b>3.2</b> |
| <b>3. Regular</b> |          |            |

**Interpretación:** El 43% de los encuestados indica que la percepción que tienen del ambiente laboral en la empresa Casa Grande S.A.A. es regular, el 26% indica que es malo y el 22% indica que es bueno. En promedio se indica que la percepción es regular (media = 3.2).

#### **DIMENSION 7: Imagen Publica**

**Tabla 37: ¿Se siente usted identificado con la marca Casa Grande?**

| <b>P36</b>                   |          |            |
|------------------------------|----------|------------|
| <b>Alter</b>                 | <b>f</b> | <b>%</b>   |
| 1. Muy identificado          | 24       | 6%         |
| 2. Identificado              | 83       | 22%        |
| 3. Poco identificado         | 114      | 30%        |
| 4. Regularmente identificado | 113      | 30%        |
| 5. Nada identificado         | 46       | 12%        |
| Total                        | 380      | 100%       |
| <b>Promedio</b>              |          | <b>3.2</b> |
| <b>3. Poco identificado</b>  |          |            |

**Interpretación:** El 30% de los encuestados indica que se sienten poco identificado con la marca Casa Grande y el 30% regularmente identificado. En promedio se indica que se sienten poco identificado (media = 3.2).

**Tabla 38: ¿Cómo considera usted la comunicación entre la empresa y su entorno?**

| <b>P37</b>                  |            |                                    |
|-----------------------------|------------|------------------------------------|
| <b>Alternativa</b>          | <b>f</b>   | <b>%</b>                           |
| 1. Muy importante           | 6          | 2%                                 |
| 2. Importante               | 66         | 17%                                |
| 3. Moderadamente importante | 150        | 39%                                |
| 4. Poco importante          | 112        | 29%                                |
| 5. Nada importante          | 46         | 12%                                |
| Total                       | 380        | 100%                               |
| <b>Promedio</b>             | <b>3.3</b> | <b>3. Moderadamente importante</b> |

**Interpretación:** El 39% de los encuestados indica que la comunicación entre la empresa Casa Grande S.A.A. y su entorno es moderadamente importante y el 29% indica que es poco importante. En promedio se indica que la comunicación es moderadamente importante (media = 3.3).

**Tabla 39: ¿Cómo percibe usted la imagen de la empresa Casa Grande S.A.A.?**

| <b>P38</b>      |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| <b>Alter</b>    | <b>f</b>   | <b>%</b>          |
| 1. Muy positivo | 9          | 2%                |
| 2. Positivo     | 92         | 24%               |
| 3. Regular      | 115        | 30%               |
| 4. Negativo     | 90         | 24%               |
| 5. Muy negativo | 74         | 19%               |
| Total           | 380        | 100%              |
| <b>Promedio</b> | <b>3.3</b> | <b>3. Regular</b> |

**Interpretación:** El 30% de los encuestados indica que perciben la imagen de la empresa Casa Grande S.A.A. poco positivo y el 24% indica que es positivo. En promedio se indica que perciben la imagen de la empresa poco positivo (media = 3.3).



**OE3: entre Analizar la relación la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A.**

**Tabla 40: Análisis de Correlación**

|               | <u>D11</u>  | <u>D12</u>  | <u>D13</u>  | <u>D14</u>  | <u>D15</u>  | <u>D16</u>  | <u>RSE</u>  | <u>D21</u>  | <u>D22</u>  | <u>D23</u>  | <u>D24</u>  | <u>IMAGEN</u> |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| <b>D11</b>    | 1           |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |               |
| <b>D12</b>    | 0.61        | 1.00        |             |             |             |             |             |             |             |             |             |               |
| <b>D13</b>    | 0.48        | 0.43        | 1.00        |             |             |             |             |             |             |             |             |               |
| <b>D14</b>    | 0.60        | 0.51        | 0.55        | 1.00        |             |             |             |             |             |             |             |               |
| <b>D15</b>    | 0.67        | 0.63        | 0.51        | 0.61        | 1.00        |             |             |             |             |             |             |               |
| <b>D16</b>    | 0.53        | 0.42        | 0.42        | 0.40        | 0.58        | 1.00        |             |             |             |             |             |               |
| <b>RSE</b>    | 0.83        | 0.77        | 0.72        | 0.79        | 0.85        | 0.72        | 1.00        |             |             |             |             |               |
| <b>D21</b>    | 0.51        | 0.35        | 0.45        | 0.50        | 0.48        | 0.52        | 0.60        | 1.00        |             |             |             |               |
| <b>D22</b>    | 0.68        | 0.54        | 0.59        | 0.63        | <b>0.69</b> | <b>0.83</b> | 0.84        | 0.88        | 1.00        |             |             |               |
| <b>D23</b>    | 0.45        | 0.46        | 0.47        | 0.47        | 0.57        | 0.41        | 0.60        | 0.40        | 0.53        | 1.00        |             |               |
| <b>D24</b>    | 0.53        | 0.44        | 0.48        | 0.50        | 0.67        | 0.53        | 0.67        | 0.49        | 0.63        | 0.65        | 1.00        |               |
| <b>IMAGEN</b> | <b>0.64</b> | <b>0.53</b> | <b>0.59</b> | <b>0.62</b> | <b>0.71</b> | <b>0.67</b> | <b>0.80</b> | <b>0.84</b> | <b>0.91</b> | <b>0.76</b> | <b>0.83</b> | <b>1</b>      |
|               | Moderada    | Moderada    | Moderada    | Moderada    | Moderada    | Moderada    | Alta        |             |             |             |             |               |

**Interpretación:** Ante los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes del Distrito de Casa Grande, se observa que existe una relación positiva alta de 0.80 (80%) entre los Programas de Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A.

**OG: Determinar la Influencia de los Programas de RSE en la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Grande S.A.A.**

**Tabla 41: Análisis de Relación entre la RSE y la Imagen Corporativa**

|   |            |
|---|------------|
| Coeficiente de correlación múltiple         | 0.82       |
| Coeficiente de determinación R <sup>2</sup> | 0.68       |
| R <sup>2</sup> ajustado                     | 0.67       |
| Error típico                                | 0.36       |
| <u>Observaciones</u>                        | <u>380</u> |

| <b>ANÁLISIS DE VARIANZA</b> |                           |                          |                                  |            |                           |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------------------|------------|---------------------------|
|                             | <b>Grados de libertad</b> | <b>Suma de cuadrados</b> | <b>Promedio de los cuadrados</b> | <b>F</b>   | <b>Valor crítico de F</b> |
| Regresión                   | 7                         | 103.8981607              | 14.84259439                      | 130.754209 | 0.00                      |
| Residuos                    | 373                       | 49.39804513              | 0.132434437                      |            |                           |
| <b>Total</b>                | <b>380</b>                | <b>153.2962058</b>       |                                  |            |                           |

**Interpretación:** El valor crítico F del análisis de varianza (ANOVA) nos indica que existe relación lineal entre las variables ( $\rho \geq 0$ ), en consecuencia, las variables están relacionadas linealmente.

|                        | <b>Coeficientes</b> | <b>Error típico</b> | <b>Estadístico t</b> | <b>Probabilidad</b> | <b>Inferior 95%</b> | <b>Superior 95%</b> | <b>Inferior 95.0%</b> | <b>Superior 95.0%</b> |
|------------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| Intercepción           | -0.26               | 0.14                | -1.84                | 0.07                | -0.53               | 0.02                | -0.53                 | 0.02                  |
| Valores y Transp.      | 0.11                | 0.04                | 2.44                 | 0.02                | 0.02                | 0.20                | 0.02                  | 0.20                  |
| Medio Ambiente         | 0.00                | 0.04                | -0.04                | 0.97                | -0.08               | 0.08                | -0.08                 | 0.08                  |
| Proveedores            | 0.17                | 0.04                | 4.59                 | 0.00                | 0.10                | 0.25                | 0.10                  | 0.25                  |
| Consumidores           | 0.17                | 0.04                | 4.29                 | 0.00                | 0.09                | 0.25                | 0.09                  | 0.25                  |
| Comunidad              | 0.26                | 0.05                | 5.45                 | 0.00                | 0.16                | 0.35                | 0.16                  | 0.35                  |
| <b>Gob. y Sociedad</b> | <b>0.32</b>         | <b>0.04</b>         | <b>8.51</b>          | <b>0.00</b>         | <b>0.24</b>         | <b>0.39</b>         | <b>0.24</b>           | <b>0.39</b>           |

**Modelo Matemático  $Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6) + error$**

**Imagen Corporativa** = 0.11\*Valores y Transp. + 0.00\*Medio Ambiente + 0.17\*Prov. + 0.17\*Consumidores + 0.26\*Comunidad + 0.32 Gob. y Soc.

Visto lo anterior, podemos explicar que las dimensiones con mayor influencia en la Imagen Corporativa de la empresa en estudio son Gobierno y Sociedad en 0.32 y Comunidad en 0.26; así mismo las dimensiones con menor influencia en la imagen corporativa son Valores y Transparencia en 0.11, Proveedores y consumidores en 0.17.

**Tabla 42: Calculo de confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,779             | 2              |

**Tabla 43: Nivel promedio por pregunta de RSE e Imagen Corporativa**

| DIM  | PREGUNTA  | Prom | Valor                       |
|--|---|------|-----------------------------|
| <b>Valores, Transparencia y Gobernabilidad</b> | 1. ¿Cómo considera usted el compromiso moral entre la empresa Casa Grande S.A.A. y la Sociedad?                                 | 3.92 | 4. Inadecuado               |
|  | 2. ¿Cuál es el nivel de cultura que existe en la empresa Casa Grande S.A.A.?  | 3.73 | 4. Centradas en el cliente  |
|  | 3. ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los habitantes del distrito?                                 | 3.82 | 4. Negativo                 |
|  | 4. ¿Cómo considera usted el apoyo de la empresa Casa Grande S.A.A. en los programas comunitarios y empresas no gubernamentales? | 3.56 | 4. Poco importante          |
|  | 5. ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y sus competidores?  | 3.75 | 4. Negativo                 |
|  | 6. El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con la sociedad es:  | 3.78 | 4. Poco importante          |
| <b>Medio Ambiente</b>                          | 7. El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con el medio ambiente es:  | 3.82 | 4. Poco importante          |
|  | 8. ¿Con qué frecuencia la empresa Casa Grande S.A.A. promueve la cultura ambiental con los habitantes del distrito?             | 3.86 | 4. Muy pocas veces          |
|  | 9. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con algún plan sobre el cuidado del medio ambiente?                                    | 3.87 | 4. Muy pocas veces          |
|  | 10. El control y uso de productos no contaminantes que utiliza la empresa Casa Grande S.A.A. es:                                | 3.31 | 3. Poco adecuado            |
| <b>Proveedor</b>                               | 11. ¿Usted está de acuerdo con el proceso de selección de proveedores que realiza la empresa Casa Grande S.A.A.?                | 3.30 | 3. Indeciso                 |
|  | 12. ¿Considera usted que los trabajadores de la Empresa Casa Grande S.A.A son explotados?                                       | 2.96 | 3. Algunas veces            |
|  | 13. ¿Cómo considera usted el trato que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los Services?                                  | 3.61 | 4. Malo                     |
|  | 14. La influencia o ayuda que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. para el crecimiento empresarial de sus proveedores es:       | 3.31 | 3. Moderadamente importante |
| <b>Consumidor</b>                              | 15. La publicidad que realiza la empresa Casa Grande S.A.A. sobre sus productos es:   | 3.32 | 3. Regular                  |
|  | 16. El trato o atención que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. a sus clientes es:   | 3.25 | 3. Regular                  |
|  | 17. ¿La empresa Casa Grande S.A.A cuenta con un plan ante los daños potenciales de sus productos y servicios?                   | 3.64 | 4. Malo                     |
| <b>Comunidad</b>                               | 18. ¿Cómo ve usted el impacto social que ha causado la empresa Casa Grande S.A.A. en su mismo distrito?                         | 3.46 | 3. Regular                  |
|  | 19. ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y las empresas locales?                                       | 3.41 | 3. Regular                  |
|  | 20. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. financia programas sociales?   | 3.34 | 3. Algunas veces            |
|  | 21. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. está comprometida con el apoyo que necesita la sociedad?                                     | 4.07 | 4. Muy pocas veces          |
|  | 22. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. contribuye al desarrollo socio-económico de las comunidades locales?                         | 3.76 | 4. Muy pocas veces          |
|  | 23. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de sus obreros?                          | 3.95 | 4. Muy pocas veces          |
| <b>Gobierno y Sociedad</b>                     | 24. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga donaciones a partidos políticos o a campañas electorales?                             | 3.76 | 4. Muy pocas veces          |
|  | 25. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. realiza capacitaciones o acciones para reducir prácticas de anticorrupción y soborno?        | 3.95 | 4. Muy pocas veces          |
|  | 26. ¿El liderazgo y la influencia social que ejerce la empresa Casa Grande S.A.A. es?   | 3.66 | 4. Poco                     |

|                          |   |      |                             |
|--------------------------|---|------|-----------------------------|
|                          | 27. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. participa en proyectos sociales gubernamentales?                   | 3.65 | 4. Muy pocas veces          |
| <b>Imagen Financiera</b> | 28. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. es Financieramente Responsable?                                    | 3.53 | 4. Muy pocas veces          |
|                          | 29. ¿Cuenta la empresa con capacidad de autofinanciación?   | 3.57 | 4. Muy pocas veces          |
| <b>Imagen Comercial</b>  | 30. ¿Cómo percibe el cliente el valor del producto?   | 3.71 | 4. Poco                     |
|                          | 31. ¿Cómo percibe el cliente el servicio que brinda la empresa?                                       | 3.98 | 4. Malo                     |
|                          | 32. ¿Cuál es la percepción que tiene usted acerca de la de la marca de la empresa Casa Grande S.A.A.? | 3.32 | 3. Regular                  |
| <b>Imagen Interna</b>    | 33. ¿Cómo percibe usted la Gestión de los RR.HH.?   | 3.28 | 3. Poco adecuado            |
|                          | 34. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. se adapta fácilmente a los nuevos cambios?                         | 3.30 | 3. Algunas veces            |
|                          | 35. ¿Cuál es la percepción que tiene usted del ambiente laboral en la empresa?                        | 3.17 | 3. Regular                  |
| <b>Imagen Publica</b>    | 36. ¿Se siente usted identificado con la marca Casa Grande?   | 3.19 | 3. Poco identificado        |
|                          | 37. ¿Cómo considera usted la comunicación entre la empresa y su entorno?                              | 3.33 | 3. Moderadamente importante |
|                          | 38. ¿Cómo percibe usted la imagen de la empresa Casa Grande S.A.A.?                                   | 3.34 | 3. Regular                  |

Se aprecia generalmente que la percepción por parte de los pobladores sobre la Responsabilidad social empresarial que hace la empresa Casagrande es pésima.; en la dimensión Valores, Transparencia y Gobernabilidad, indican que el compromiso moral es inadecuado; y que existe una pésima relación entre la empresa y los habitantes; así mismo la empresa no apoya los programas comunitarios; y que existe una relación negativa entre la empresa y los competidores. Respecto al medio ambiente, los pobladores perciben que no le es importante para la empresa el compromiso con el medio ambiente; y que muy pocas veces la empresa promueve la cultura ambiental y el cuidado del medio ambiente; así mismo le es poco importante el control y uso de productos no contaminantes por parte de la empresa. Por otro lado, respecto a los proveedores, la población percibe que algunas veces los trabajadores son explotados y que existe un mal trato hacia los services (outsourcing); en cuanto a los consumidores, se percibe de manera regular la publicidad sobre sus productos y el trato que brinda la empresa hacia sus clientes. Y que la empresa no cuenta con un plan ante daños potenciales sobre sus productos. Respecto a la comunidad, se percibe que hay una regular relación entre la empresa y las empresas locales, y que algunas veces la empresa financia programas sociales, y que la empresa muy pocas veces contribuye al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, otorga reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de sus obreros. Con respecto a Gobierno y Sociedad, que existe un poco liderazgo e influencia social que ejerce la empresa Casa Grande S.A.A. y que la empresa participa poco en proyectos gubernamentales.

**Tabla 44: Prueba de la normalidad de las variables RSE e Imagen Corporativa**

Ho: Las observaciones se ajusta a una distribución normal

Ha: Las observaciones No se ajustan a una distribución normal

**Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra**

|                                       |           | Valores,<br>Transp y<br>Gobernab | Medio<br>Ambient<br>e | Proveed<br>or     | Consum<br>id      | Comuni<br>d       | Gobierno<br>y<br>Sociedad | RSE               |
|---------------------------------------|-----------|----------------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|
| Parámetros<br>normales <sup>a,b</sup> | Media     | 22,5605                          | 14,858                | 13,17             | 10,2026           | 21,976            | 15,0053                   | 97,774            |
|                                       | Desv. Std | 3,82934                          | 2,5406                | 2,533             | 1,99432           | 3,8146            | 2,56935                   | 13,681            |
| Máximas<br>diferencias<br>extremas    | Absoluta  | ,094                             | ,101                  | ,135              | ,138              | ,083              | ,111                      | ,074              |
|                                       | Positivo  | ,081                             | ,075                  | ,135              | ,109              | ,077              | ,106                      | ,041              |
|                                       | Negativo  | -,094                            | -,101                 | -,114             | -,138             | -,083             | -,111                     | -,074             |
| Estadístico de prueba                 |           | ,094                             | ,101                  | ,135              | ,138              | ,083              | ,111                      | ,074              |
| Sig. asintótica (bilateral)           |           | ,000 <sup>c</sup>                | ,000 <sup>c</sup>     | ,000 <sup>c</sup> | ,000 <sup>c</sup> | ,000 <sup>c</sup> | ,000 <sup>c</sup>         | ,000 <sup>c</sup> |

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

|                                       |           | Imag.<br>Financiera | Imag<br>Comercial | Imag<br>Interna   | Imagen<br>Publica | Imagen            |
|---------------------------------------|-----------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Parámetros<br>normales <sup>a,b</sup> | Media     | 7,092               | 11,01             | 9,7447            | 9,863             | 37,7132           |
|                                       | Desv. Std | 1,8647              | 2,2897            | 2,0612            | 2,4229            | 6,93424           |
| Máximas<br>diferencias<br>extremas    | Absoluta  | ,243                | ,119              | ,104              | ,126              | ,059              |
|                                       | Positivo  | ,129                | ,076              | ,104              | ,126              | ,053              |
|                                       | Negativo  | -,243               | -,119             | -,100             | -,077             | -,059             |
| Estadístico de prueba                 |           | ,243                | ,119              | ,104              | ,126              | ,059              |
| Sig. asintótica (bilateral)           |           | ,000 <sup>c</sup>   | ,000 <sup>c</sup> | ,000 <sup>c</sup> | ,000 <sup>c</sup> | ,003 <sup>c</sup> |

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

Ante los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes del Distrito de Casa Grande, se observa que existe una alta relación positiva entre la percepción de los Programas de Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la empresa azucarera ( $\rho = 0.762$ ), es decir a mayor percepción de RSE, habrá mejor imagen corporativa. Así mismo se aprecia que los valores más relacionados con la mala imagen son Comunidad ( $\rho = 0.691$ ), Gobierno y Sociedad ( $\rho = 0.617$ ), y Consumidores ( $\rho = 0.579$ ).

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

Ante la recopilación de los datos y resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado, nos queda claro que los moradores de la población encuestada tienen una mala percepción en cuanto a los programas de responsabilidad social que desarrolla la organización en estudio; es decir que los habitantes pese a conocer el desarrollo de las actividades de la empresa, el clima laboral, la calidad de sus productos, entre otros, tienen una mala imagen acerca de la organización. Así mismo, existe una regular o débil imagen corporativa sobre la empresa.

Así mismo, se determinó que existe una alta relación significativa entre los Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Imagen Corporativa de la empresa azucarera en el distrito de Casa Grande en Perú a través del Coeficiente Rho de Spearman ( $\rho = 0.72$ )

A partir de los hallazgos encontrados, se rechaza la hipótesis nula, ya que se determina que los Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) si impactan en la Imagen Corporativa de la empresa azucarera en el distrito de Casa Grande en Perú, especialmente en la dimensión Proveedores (impacto = 0.56), Consumidores (impacto = 0.60), Gobierno y Sociedad (impacto = 0.6) y la Comunidad (impacto = 0.55),

Los resultados obtenidos en la presente investigación coinciden con la investigación realizada por Bobadilla & Sandoval (2015) acerca de La Responsabilidad Social y su Influencia en la Imagen de la Empresa de Transporte Rodrigo Carranza S.A.C; en la que sostiene que existe una influencia entre la Responsabilidad Social y la Imagen Institucional. Así mismo, concuerda con Carranza (2016), quien concluye en su investigación que existe una relación positiva con una significancia de 5%, una correlación de 94.8% y una hipótesis de  $P=0.02$  entre las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Laredo S.A. y la percepción de los habitantes de Laredo. Respecto a lo que manifiestan Fernández y García (2012) en su estudio, concluyen que las Políticas de RSC medioambientales y sus programas de inclusión social han repercutido de manera

positiva en la reputación y comunicación corporativa; lo que coincide con la investigación y los resultados obtenidos por los autores del presente estudio.

## 4.2 Conclusiones

El estudio realizado determina que existen factores de Responsabilidad Social que contribuyen a mejorar la relación entre la empresa y sus grupos de interés.

En el presente trabajo de investigación se ha logrado determinar el nivel de percepción de Responsabilidad Social Empresarial en los habitantes del Distrito de Casa Grande, mediante la aplicación de las encuestas se obtuvo un promedio 3.60 lo cual indica una MALA percepción de los habitantes, respecto a los Programas de Responsabilidad Social de la empresa Casa Grande; siendo los factores mejor percibidos en los programas RSE de la empresa: Gobierno y sociedad con un promedio de 3.75, Medio Ambiente y Valores – Transparencia con un promedio de 3.71; por otro lado las dimensiones menos percibidos son Proveedores con un promedio de 3.29, Consumidores con promedio de 3.40 y Comunidad con un promedio de 3.67.

En cuanto a la Imagen Corporativa se obtuvo un promedio de 3.42 lo cual indica una REGULAR imagen de la empresa Casa Grande S.A.A; así mismo, mediante el análisis de la percepción de los habitantes se obtuvo que los factores mejor percibidos de la Imagen Corporativa son: Imagen Interna y la Imagen Pública con un promedio de 3.23 y 3.29 respectivamente; siendo los factores menos percibidos la Imagen Financiera y la Imagen Comercial con promedio de 3.5 y 3.7 según corresponde.

Después de realizar la relación entre la RSE y la imagen de la empresa a través del análisis del Coeficiente de Correlación de Pearson obtuvimos un  $r = 0.82$ , lo que nos indica que existe una alta relación positiva entre los Programas de Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa; es decir, que a mayor RSE causará mayor impacto en la Imagen Corporativa.

Bajo el modelo de Regresión Lineal se observó que las dimensiones de Responsabilidad Social empresarial: Comunidad y Gobierno y Sociedad influyen moderadamente en la Imagen Comercial de la empresa Casa Grande S.A.A. con una relación de 0.69 (69%) y 0.83 (83%).

**Imagen= 0.11 D11 + 0.00 D12 + 0.17 D13 + 0.17 D14 + 0.26 D15 + 0.32 D16**

## REFERENCIAS

Forética (2015). Informe Forética 2015- el Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en España. España: Recuperado de [http://foretica.org/informe\\_foretica\\_2015.pdf](http://foretica.org/informe_foretica_2015.pdf)

Alva, S. & Guerrero, M. (2016). *Análisis de las Actividades de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Exportadora Marañón Cacao S.R.L. en San Ignacio*. Cajamarca (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

Aquino, M., & Reficco, E., & Arroyo, J. (2014). Perspectivas sobre la Situación Y Proyección de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 54 (1), 10-11

Bobadilla, V. & Sandoval, Sh. (2016) *La Responsabilidad Social y su Influencia en la Imagen Institucional de la Empresa de Transportes Rodrigo Carranza S.A.C.* Trujillo 2014. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1950>

Burt, V. y Akita, N. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en Guía de Implementación para Pymes, Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC), Asunción, Paraguay: Recuperado de [http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf)

Carranza, S. (2016). Relación entre Estrategias de Responsabilidad Social Aplicadas en las Empresas Laredo S.A.C. y la Imagen Corporativa en los Habitantes de Laredo, Trujillo, Perú.

Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. España: La Crujía.

Costa, J. (2009). Imagen Corporativa en el Siglo XXI. Argentina: La Crujía.

Curras, R. (2010). Identidad e Imagen Corporativas: revisión conceptual e interrelación. Teoría y Praxis. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145285002>



Chaves, N. (2005). La imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili.

Fernández, R. (2009) La Responsabilidad Social Corporativa, Alicante, España: Club Universitario.

Fernández, J. & García, P. (2012) Influencia de la RSE en la Reputación COorporativa: Análisis del Sector Asegurador Sanitario en 2008 Y 2009: SANITAS Y DKV. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense Madrid. Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/17524/1/T34092.pdf>

Ibañez., G. (2003). Imagen Corporativa. España: Recuperado de <https://www.economiapersonal.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/imagen-corporativa-p01.pdf>

Likert, R. (1967). The Human organization: It's Management and Value. Estados Unidos, editorial Mc. Graw Hill, 258 p.

Marín Calahorro, F. (2008). Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación. Madrid, España: Fragua.

Moreno, A., Uriarte, L. & Topa, G. (2010). La Responsabilidad Social Empresarial. España: Madrid.

PERÚ 2021. (Mayo de 2010). INDICADORES ETHOS – PERÚ 2021 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Recuperado de: [http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/indicadoresethoscompleto/indicadores\\_ethos\\_peru2021.pdf](http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/indicadoresethoscompleto/indicadores_ethos_peru2021.pdf)


Pintado, T. & Sanchez, J. (2009). Imagen Corporativa - Influencia en la Gestión Empresarial. España: ESIC.

Romay, M. & Villalobos, A. (2014). Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa de los Medios de Comunicación Impresos del Estado Zulia. Revista COEPTUM. Venezuela. Recuperado de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/3244>

Villafañe, J. (1999). La Gestión Profesional de la Imagen Corporativa. España: Pirámide.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN



**ENCUESTA SOBRE LA INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A.**

La presente encuesta tiene como finalidad determinar la influencia que tiene los programas de responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de la empresa Casa Grande S.A.A. en el Distrito de Casa Grande durante el periodo 2018.

1. ¿Cómo considera usted el compromiso moral entre la empresa Casa Grande S.A.A. y la Sociedad?
 

Muy Adecuado
 Adecuado
 Poco Adecuado
 Inadecuado
 Muy Inadecuado
2. ¿Cuál es el nivel de cultura que existe en la empresa Casa Grande S.A.A.?
 

Innovadora
 De logro
 De equipo único
 Centradas en el cliente
 Centradas en las personas
3. ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los habitantes del distrito?
 

Muy positivo
 Positivo
 Regular
 Negativo
 Muy Negativo
4. ¿Cómo considera usted el apoyo de la empresa Casa Grande S.A.A. en los programas comunitarios y empresas no gubernamentales?
 

Muy importante
 importante
 Moderadamente imp.
 Poco importante
 Nada importante
5. ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y sus competidores?
 

Muy Positivo
 Positivo
 Regular
 Negativo
 Muy Negativo
6. El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con la sociedad es:
 

Muy importante
 importante
 Moderadamente imp.
 Poco importante
 Nada importante
7. El compromiso que tiene la empresa Casa Grande S.A.A. con el medio ambiente es:
 

Muy importante
 importante
 Moderadamente imp.
 Poco importante
 Nada importante
8. ¿Con qué frecuencia la empresa Casa Grande S.A.A. promueve la cultura ambiental con los habitantes del distrito?
 

Siempre
 Casi Siempre
 Algunas Veces
 Muy pocas veces
 Nunca
9. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. cuenta con algún plan sobre el cuidado del medio ambiente?
 

Siempre
 Casi Siempre
 Algunas Veces
 Muy pocas veces
 Nunca

10. El control y uso de productos no contaminantes que utiliza la empresa Casa Grande S.A.A. es:

Muy Adecuado     Adecuado     Poco Adecuado     Inadecuado     Muy Inadecuado

11. ¿Usted está de acuerdo con el proceso de selección de proveedores que realiza la empresa Casa Grande S.A.A.?

Totalmente de acuerdo     De acuerdo     Indeciso     En desacuerdo     Totalmente en desacuerdo

12. ¿Considera usted que los trabajadores de la Empresa Casa Grande S.A.A son explotados?

Siempre     Casi siempre     Algunas veces     Muy pocas veces     Nunca

13. ¿Cómo considera usted el trato que hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y los servicios?

Muy Bueno     Bueno     Regular     Malo     Muy Malo

14. La influencia o ayuda que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. para el crecimiento empresarial de sus proveedores es:

Muy importante     importante     Moderadamente imp.     Poco importante     Nada importante

15. La publicidad que realiza la empresa Casa Grande S.A.A. sobre sus productos es:

Muy Bueno     Bueno     Regular     Malo     Muy Malo

16. El trato o atención que brinda la empresa Casa Grande S.A.A. a sus clientes es:

Muy Bueno     Bueno     Regular     Malo     Muy Malo

17. ¿La empresa Casa Grande S.A.A cuenta con un plan ante los daños potenciales de sus productos y servicios?

Siempre     Casi Siempre     Algunas veces     Muy Pocas veces     Nunca

18. ¿Cómo ve usted el impacto social que ha causado la empresa Casa Grande S.A.A. en su mismo distrito?

Muy positivo     Positivo     Regular     Negativo     Muy Negativo

19. ¿Qué tipo de relación hay entre la empresa Casa Grande S.A.A. y las empresas locales?

Muy bueno     Bueno     Regular     Malo     Muy malo

20. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. financia programas sociales?

Siempre     Casi siempre     Algunas veces     Muy pocas veces     Nunca

21. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. está comprometida con el apoyo que necesita la sociedad?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
22. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. contribuye al desarrollo socio-económico de las comunidades locales?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
23. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de sus obreros?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
24. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. otorga donaciones a partidos políticos o a campañas electorales?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
25. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. realiza capacitaciones o acciones para reducir prácticas de anticorrupción y soborno?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
26. ¿El liderazgo y la influencia social que ejerce la empresa Casa Grande S.A.A. es?
- Muy alto  Alto  Regular  Poco  Muy poco
27. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. participa en proyectos sociales gubernamentales?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Poco  Muy poco
28. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. es Financieramente Responsable?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
29. ¿Cuenta la empresa con capacidad de autofinanciación?
- Siempre  Casi siempre  Algunas veces  Muy pocas veces  Nunca
30. ¿Cómo percibe el cliente el valor del producto?
- Muy Alto  Alto  Regular  Poco  Muy poco
31. ¿Cómo percibe el cliente el servicio que brinda la empresa?
- Muy bien  Bien  Regular  Mal  Muy mal

32. ¿Cuál es la percepción que tiene usted acerca de la de la marca de la empresa Casa Grande S.A.A.?

- Muy buena     Buena     Regular     Mala     Muy mala

33. ¿Cómo percibe usted la Gestión de los RR.HH?

- Muy adecuado     Adecuado     Poco adecuado     Inadecuado     Muy inadecuado

34. ¿La empresa Casa Grande S.A.A. se adapta fácilmente a los nuevos cambios?

- Siempre     Casi siempre     Algunas veces     Pocas veces     Nunca

35. ¿Cuál es la percepción que tiene usted del ambiente laboral en la empresa?

- Muy buena     Buena     Regular     Mala     Muy mala

36. ¿Se siente usted identificado con la marca Casa Grande?

- Muy identificado     Identificad     Poco identificado     Regularmente identificado     Nada identificado

37. ¿Cómo considera usted la comunicación entre la empresa y su entorno?

- Muy importante     Importante     Moderadamente imp.     Poco imp.     Nada imp.

38. ¿Cómo percibe usted la imagen de la empresa Casa Grande S.A.A.?

- Muy positivo     Positivo     Poco positivo     Negativo     Muy negativo

**ANEXO N° 2: BASE DE DATOS**

| MUESTRA PILOTO | PREGUNTAS |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |
|----------------|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|
|                | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 |   |
| 1              | 5         | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 1  | 4  | 2  | 4  | 4  | 1  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 5  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 5  | 2  | 4  | 1  | 5  | 4  |   |
| 2              | 4         | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 2  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 1  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 4  | 2  | 5  | 2  |   |
| 3              | 3         | 4 | 3 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  |   |
| 4              | 2         | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  |   |
| 5              | 4         | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3  | 5  | 1  | 1  | 3  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 1  | 5  | 5  | 4  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 4  | 3  | 1  | 2  |   |
| 6              | 3         | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4  | 4  | 2  | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  |   |
| 7              | 5         | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 3  | 1  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  |   |
| 8              | 3         | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 1  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 5  | 4  | 2  | 4  | 4  | 1  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3 |
| 9              | 4         | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3 |
| 10             | 4         | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3  | 3  | 1  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 3  | 2  | 3  | 5  | 3  | 3  | 4  | 3  |   |
| 11             | 5         | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 3  | 1  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 3  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 2  | 5  | 1  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 5  | 4  |   |
| 12             | 3         | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2  | 4  | 1  | 3  | 2  | 2  | 3  | 1  | 3  | 2  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 5  | 1  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 3  | 1  | 2  | 2  |   |
| 13             | 3         | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 1  | 3  | 4  | 2  | 1  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 5  | 5  | 3  | 1  | 3  | 2  |   |
| 14             | 3         | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 2  | 1  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 5  | 5  | 5  | 3  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 5  | 5  | 5  | 2  | 4  | 3  |   |
| 15             | 3         | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 3  | 3  | 1  | 3  | 5  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  |   |
| 16             | 3         | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3  | 3  | 2  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 5  | 4  | 3  | 2  | 3  | 1  | 4  | 4  | 1  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 1  | 3  | 3  |   |
| 17             | 4         | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 2  | 2  | 2  | 1  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 1  | 3  | 1  | 1  |   |
| 18             | 4         | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4  | 3  | 1  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 5  | 5  | 3  | 2  | 5  | 4  | 5  | 2  | 1  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 5  | 4  | 3  |   |
| 19             | 4         | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 1  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 2  | 3  |   |
| 20             | 3         | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 5  | 1  | 4  | 5  | 1  | 3  | 3  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 1  | 5  | 4  | 5  | 5  | 1  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3 |
| 21             | 3         | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2  | 2  | 5  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 5  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2 |
| 22             | 3         | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5  | 4  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 4  | 2  |   |
| 23             | 1         | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  |   |
| 24             | 2         | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 4  | 2  | 1  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  |   |
| 25             | 4         | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  |   |
| 26             | 3         | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 1  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3 |
| 27             | 4         | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  |   |
| 28             | 2         | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2  |   |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 29 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |   |   |   |   |   |
| 30 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |   |   |   |
| 31 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |   |
| 32 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |
| 33 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |   |   |
| 35 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |   |
| 36 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 37 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 1 | 1 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |
| 38 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |   |
| 39 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |   |
| 40 | 5 | 2 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 |   |
| 41 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 42 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |
| 43 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 |   |   |
| 44 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |   |
| 45 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |   |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 4 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |   |   |
| 47 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |   |
| 48 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |   |   |
| 49 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 5 | 1 | 5 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |   |
| 50 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 |   |   |
| 51 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |   |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 |   |   |
| 53 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |   |   |
| 54 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 |   |   |
| 55 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |
| 56 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 5 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 |   |   |
| 57 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 |   |   |
| 58 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 4 |   |   |
| 59 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 |   |   |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 60 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 61 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 |   |   |   |   |   |   |   |
| 62 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 63 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |   |   |   |   |   |
| 64 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 65 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 1 | 4 |   |   |   |   |   |
| 66 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 |   |   |   |   |   |
| 67 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   |   |   |   |   |
| 68 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |   |   |   |   |   |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   |   |   |   |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |   |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |   |   |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |   |   |
| 73 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |   |   |   |
| 74 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |   |
| 75 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 |   |   |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |   |   |   |
| 77 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   |   |   |
| 78 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   |   |   |
| 79 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 |   |   |
| 80 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   |   |   |
| 81 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |   |   |
| 82 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |   |
| 83 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 84 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| 85 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |   |
| 86 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   |
| 87 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |   |   |
| 88 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 89 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |   |
| 90 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 91  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |   |
| 92  | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |   |   |   |
| 93  | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 |   |
| 94  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |   |
| 95  | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 |   |
| 96  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 |   |
| 97  | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 |   |
| 98  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 99  | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |   |
| 101 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 102 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |
| 103 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |   |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 |   |
| 105 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |   |
| 106 | 5 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |   |
| 107 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |   |
| 108 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |   |
| 109 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |
| 110 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |   |
| 111 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |   |
| 112 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 |   |
| 113 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 |   |
| 114 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 |   |
| 115 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 |   |
| 116 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 |   |
| 117 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |   |
| 118 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 |   |
| 119 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |   |
| 120 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |   |
| 121 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 122 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |
| 123 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 |   |
| 124 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 125 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |   |   |   |
| 126 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 |   |
| 127 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 128 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 4 | 1 | 5 |   |
| 129 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 |   |
| 130 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |   |
| 131 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |   |
| 132 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 |   |
| 133 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 |   |
| 134 | 4 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |   |
| 135 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 |   |
| 136 | 3 | 3 | 2 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 137 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 1 | 5 | 3 |   |
| 138 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 |   |
| 139 | 1 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 |   |
| 140 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 |   |
| 141 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
| 142 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |   |
| 143 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |   |
| 144 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 145 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 146 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |   |
| 147 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 |   |
| 148 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |
| 149 | 5 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |   |
| 150 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 151 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 |   |
| 152 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 153 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |
| 154 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |   |
| 155 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |   |
| 156 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |
| 157 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 |   |
| 158 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |   |
| 159 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 |   |
| 160 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 161 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 162 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |   |
| 163 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 |   |
| 164 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 |   |
| 165 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |   |
| 166 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 |   |
| 167 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 168 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 169 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 170 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |
| 171 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 172 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |
| 173 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 |   |
| 174 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 175 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
| 176 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 177 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 178 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 179 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 |   |
| 180 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 181 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 |   |
| 182 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 183 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 184 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |   |   |
| 185 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 186 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 187 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 188 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 189 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |   |
| 190 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 |   |
| 191 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 192 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |   |
| 193 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |   |
| 194 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 195 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
| 196 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |   |
| 197 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 |   |
| 198 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 199 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |   |
| 200 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 201 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 |   |
| 202 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |
| 203 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |
| 204 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 205 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
| 206 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |
| 207 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 208 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 |   |
| 209 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 |   |
| 210 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |
| 211 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 |   |
| 212 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 |   |
| 213 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |   |
| 214 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 215 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 216 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 |   |
| 217 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 |   |
| 218 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| 219 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| 220 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 221 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 |
| 222 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 223 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 |
| 224 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 |
| 225 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 226 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 227 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 228 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 229 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 230 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |   |
| 231 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 232 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 233 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 234 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 235 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 236 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 237 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 238 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 239 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 240 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 241 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 242 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 243 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 244 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 245 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 246 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |   |   |   |
| 247 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |   |   |   |
| 248 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |   |   |   |   |
| 249 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |   |   |   |
| 250 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 |   |   |   |   |
| 251 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |   |   |
| 252 | 5 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 3 | 1 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |   |   |
| 253 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |   |   |   |
| 254 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |   |
| 255 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |   |
| 256 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |   |
| 257 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |   |
| 258 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 |   |   |
| 259 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 |   |   |
| 260 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |   |   |
| 261 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |   |
| 262 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 |   |   |
| 263 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 |   |   |   |
| 264 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 |   |   |
| 265 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |   |   |
| 266 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |   |
| 267 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |   |   |
| 268 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |
| 269 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |   |   |
| 270 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 271 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 |   |   |
| 272 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |   |
| 273 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |   |
| 274 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |   |   |
| 275 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 |   |   |
| 276 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |   |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 277 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 |   |
| 278 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 |   |
| 279 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |   |
| 280 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |   |
| 281 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |
| 282 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 |   |
| 283 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 |   |
| 284 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |   |
| 285 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 286 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 |   |
| 287 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 288 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |   |   |
| 289 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 1 | 2 | 1 |   |
| 290 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |   |
| 291 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 292 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 293 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 294 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 |   |
| 295 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |   |
| 296 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |
| 297 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 298 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 |   |
| 299 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |   |
| 300 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 301 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |   |
| 302 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |
| 303 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 |   |
| 304 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 305 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 |   |
| 306 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 307 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 308 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |   |
| 309 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |
| 310 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |   |   |
| 311 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |   |
| 312 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |
| 313 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |   |
| 314 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |   |   |
| 315 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 316 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 317 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 |   |
| 318 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |   |
| 319 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |
| 320 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |   |   |
| 321 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 322 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |   |
| 323 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 324 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 325 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |
| 326 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 327 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 328 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 |   |
| 329 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |   |
| 330 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |
| 331 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |   |
| 332 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 333 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 334 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 335 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |   |
| 336 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 |   |
| 337 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 |   |
| 338 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 339 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 |   |   |   |
| 340 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 341 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 |   |
| 342 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 343 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 344 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |   |
| 345 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 346 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |
| 347 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| 348 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 1 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |
| 349 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 |   |
| 350 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 351 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 352 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 |   |
| 353 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |
| 354 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
| 355 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |   |
| 356 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 |   |
| 357 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 |   |
| 358 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 |   |
| 359 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 360 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 361 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |   |
| 362 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 363 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |   |
| 364 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
| 365 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 366 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 367 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 |   |
| 368 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   |
| 369 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |   |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 370 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |   |   |   |   |   |   |   |
| 371 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |   |   |   |
| 372 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |   |   |
| 373 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |   |   |
| 374 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |   |   |   |
| 375 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |   |   |   |
| 376 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 377 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |   |
| 378 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |   |
| 379 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |   |
| 380 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 |   |   |

## ANEXO N°3: HISTORIA DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A.



# HISTORIA

---

### Los inicios de un gran sueño

Los cronistas españoles de la conquista relatan que el capitán Martín Bazán Heredia fue el primer propietario de las haciendas Casa Grande, Facalá y Mocollope. Sus herederos vendieron las tierras al alemán Luis Albrecht, quien creó Casa Grande Zuckerplantagen A.G. hacia 1860, empresa que operó con una fábrica moderna, llegando incluso a emitir una moneda propia para sus operaciones internas.

Agobiado por una penosa enfermedad y debido a la crisis económica desatada a raíz de la guerra con Chile, Albrecht puso en remate su empresa el 1 de agosto de 1888, siendo adquirida por su compatriota Juan Gildemeister, quien falleció en 1895. La empresa pasó a ser administrada por Enrique Gildemeister, experimentado negociante, que adquirió otras haciendas para ampliar su frontera agrícola.

En 1915 la industria azucarera experimentó un inusitado auge por los precios del mercado mundial a causa del impacto de la primera guerra mundial. Don Enrique compró el puerto Malabrigo, por donde realizó sus operaciones portuarias con el extranjero, y adquirió en 1927 la hacienda Roma, consolidando su supremacía territorial y económica en el valle de Chicama. Casa Grande se convirtió así en uno de los emporios agroindustriales más importantes del Perú.

Con la reforma agraria del gobierno militar en los años setenta, el complejo de Casa Grande pasó a manos de sus trabajadores asociados en cooperativas y sociedades agrícolas de interés social, con fuerte presencia del gobierno en el directorio y en el accionariado.

Antes de ser intervenida por el gobierno militar la hacienda Casa Grande era propietaria de grandes extensiones de tierras: tenía 107.717 hectáreas en la costa y 75.086 hectáreas en la sierra.

El 13 de marzo de 1996, después de los fallidos intentos de cambiar el modelo cooperativo, el gobierno promulga el D.L. 802, Ley de Saneamiento Económico Financiero de las Empresas Agroindustriales Azucareras. El 2 de julio de 1996, Casa Grande se acoge a dicha ley y decide cambiar su modelo social, convirtiéndose en una sociedad anónima. En marzo de 1998, culmina su proceso de transformación, pasando a ser una sociedad anónima abierta; es decir, que permite el ingreso de nuevos inversionistas.

Posteriormente, luego de reducir su extensión a 30 mil hectáreas, con menos de la mitad de ellas cultivadas, grandes deudas -principalmente laborales- y constantes conflictos sociales, la empresa fue adquirida por el Grupo Gloria a fines de enero del 2006.

FUENTE: COAZUCAR

#### ANEXO N° 4: MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A

##### Misión y visión

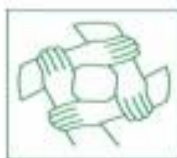
Nuestra misión es mantener el liderazgo en cada uno de los mercados en los que participamos, a través de la producción y comercialización de bienes, con marcas que garanticen un valor agregado para nuestros clientes y consumidores. Los procesos y acciones de todas las empresas de la corporación se desarrollan en un entorno que motiva a sus colaboradores, mantiene el respeto y la armonía en las comunidades donde opera, y asegura el máximo retorno de la inversión para sus accionistas.

Nuestra visión es ser una corporación de capitales peruanos con un portafolio diversificado de negocios, con presencia y proyección internacionales. Aspiramos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores con servicios y productos de la más alta calidad, siendo siempre su primera opción.

FUENTE: COAZUCAR

## ANEXO N° 5: VALORES CORPORATIVOS DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A

### Nuestros Valores



#### RESPECTO POR LA GENTE Y COMPROMISO CON SU DESARROLLO

El buen trato, la equidad y el reconocimiento de los derechos de nuestra gente rigen las relaciones humanas en Mamelita. Valoramos la diversidad y buscamos siempre generar oportunidades para el desarrollo de nuestros colaboradores, contribuyendo al logro de los objetivos de la organización.



#### RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

Buscamos la sostenibilidad de nuestra actividad empresarial y de nuestros productos, a partir de la reducción del impacto sobre el medio ambiente y la generación de un mayor bienestar de nuestras comunidades vecinas, colaboradores, clientes y proveedores. Es permanente nuestro compromiso y participación en el mejoramiento de la sociedad en la cual vivimos y trabajamos.



#### INTEGRIDAD

Es el núcleo de todos nuestros valores, nos caracteriza en el actuar y soporta todas nuestras decisiones. La práctica, la honorabilidad, la honestidad, la rectitud, la seriedad en los negocios, el culto a la verdad, son herencia centenaria y quienes laboramos en la Organización Mamelita los compartimos. Respetamos las leyes y las normas de los países, los gobiernos y las organizaciones con las cuales nos relacionamos.



#### AUSTERIDAD

Austeridad en el Grupo Mamelita significa invertir en lo esencial, con criterio de excelencia, sin ostentación. Evaluamos la contribución de cada inversión y cada gasto, para la permanencia de nuestra organización.



#### ESPIRITU PIONERO

Nos caracterizamos por la constante búsqueda de la mejor tecnología existente para la organización. En los negocios en los cuales participamos, incorporamos lo que aprendemos de los mejores y marcamos la ruta de innovación del sector.



#### ORIENTACION AL CLIENTE

Nos orientamos a desarrollar relaciones de largo plazo con nuestros clientes, entregándoles siempre productos y servicios de alta calidad. Buscamos ser preferidos por nuestros clientes a partir de un entendimiento continuo de sus necesidades y un esfuerzo permanente por superar sus expectativas.

FUENTE: COAZUCAR

**ANEXO N° 6: RSE DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A.**



**CasaGrande**

## RESPONSABILIDAD SOCIAL

- NOSOTROS
- HISTORIA
- PRODUCTOS
- RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- GALERÍA
- CONTÁCTENOS
- PROTECCIÓN ACCIONISTAS
- COMP. ELECTRÓNICO
- INFORMACIÓN FINANCIERA Y HECHOS DE IMPORTANCIA
- POLÍTICA DE PRIVACIDAD
- POLÍTICA DE CALIDAD E INOCUIDAD
- POLÍTICA DE CALIDAD E INOCUIDAD - REFINERÍA

Trabajadores Proveedores Comunidad Naturaleza

### Nuestros Trabajadores

Su fuerza laboral está compuesta por más de tres mil trabajadores que cuentan con espacios y condiciones de trabajo adecuados. Laboran bajo estrictas normas de seguridad y provistos de equipos de protección personal que son renovados con frecuencia, reduciendo los accidentes de trabajo y minimizando sus impactos.

Casa Grande cumple puntualmente con sus obligaciones laborales como remuneraciones, beneficios sociales y utilidades, entre otras. Cada año se proporcionan tres bolsas de azúcar de 50 kilos a cada trabajador.

La comunicación con el personal y con sus representantes es permanente, con lo que se ha logrado mantener una buena relación con la organización sindical, conciliando la negociación colectiva en la etapa de trato directo.

Para hacerlos más competitivos y promover su desarrollo profesional los trabajadores reciben capacitación en el aspecto técnico y motivacional. Destaca el proyecto de integración y mejora continua realizado con la consultora London Consulting, y la implantación del ERP SAP y MyAgri que permite al personal tomar decisiones y realizar controles online.

Los mejores trabajadores reciben el reconocimiento denominado "Los grandes" y se mantiene una política de incremento salarial y ascensos de acuerdo a los méritos y capacidades.

Pensando en su salud se realizan campañas médicas para los trabajadores y sus familiares, quienes participan asimismo de un programa de actividades deportivas y recreativas durante todo el año.

FUENTE: COAZUCAR

**ANEXO N° 7: RSE DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A.**



**FUENTE: COAZUCAR**


**ANEXO N° 8: RSE DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A.**



## RESPONSABILIDAD SOCIAL

- NOSOTROS
- HISTORIA
- PRODUCTOS
- RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- GALERÍA
- CONTÁCTENOS
- PROTECCIÓN ACCIONISTAS
- COMP. ELECTRÓNICO
- INFORMACIÓN FINANCIERA Y HECHOS DE IMPORTANCIA
- POLÍTICA DE PRIVACIDAD
- POLÍTICA DE CALIDAD E INOCUIDAD
- POLÍTICA DE CALIDAD E INOCUIDAD - REFINERÍA






### Nuestra Comunidad

Casa Grande es el principal motor de progreso de la comunidad en su entorno. Mantiene apertura y diálogo constante con las autoridades locales y con sus organizaciones, participando en todos sus procesos de desarrollo.

El servicio de agua potable, que es el recurso más importante para una comunidad, es proporcionado gratuitamente por nuestra empresa, que además realiza un control y mantenimiento constante de los pozos.

Hemos puesto al servicio del gobierno local espacios deportivos y de recreación, así como locales comunales que anteriormente eran de propiedad de Casa Grande, y gracias a la donación que se está tramitando ante la municipalidad todos los pobladores podrán acceder a ellos.

Realizamos proyectos educativos que se ejecutan en coordinación con la Ugel y la participación de las instituciones educativas, proyectos locales coordinados con la Municipalidad y sus organizaciones vecinales donde destacan las campañas de limpieza y el mejoramiento de carreteras y academias deportivas: "Pequeños campeones", a cargo de la propia empresa.

Contamos con dos bibliotecas adonde acuden los escolares para desarrollar sus actividades académicas y se realiza un programa de comprensión lectora dirigido a niños con dificultades en esta materia. Para las mujeres de la comunidad programamos talleres de manualidades, costura, repostería y cocina.

La empresa mantiene una política de apoyo en temas de seguridad ciudadana, coordinada con la policía de la zona.

Sus trabajadores han constituido un grupo de voluntarios: "Amigos de Casa Grande", quienes realizan actividades de proyección social en beneficio de los grupos menos favorecidos de la comunidad.

**FUENTE: COAZUCAR**



**ANEXO N° 9: RSE DE LA EMPRESA CASA GRANDE S.A.A.**



## RESPONSABILIDAD SOCIAL

- NOSOTROS
- HISTORIA
- PRODUCTOS
- RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- GALERÍA
- CONTÁCTENOS
- PROTECCIÓN ACCIONISTAS
- COMP. ELECTRÓNICO
- INFORMACIÓN FINANCIERA Y HECHOS DE IMPORTANCIA
- POLÍTICA DE PRIVACIDAD
- POLÍTICA DE CALIDAD E INOCUIDAD
- POLÍTICA DE CALIDAD E INOCUIDAD - REFINERÍA






### Nuestro Medio Ambiente

La política ambiental de la empresa cumple, de manera responsable, con la legislación peruana vigente aplicable a la protección del ambiente y al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, en concordancia con los estándares de calidad de nuestras operaciones de producción de azúcar y alcohol, para evitar y/o minimizar los impactos ambientales negativos.

Se busca prevenir la contaminación mediante la ejecución de buenas prácticas ambientales, programas de gestión adecuados y uso de tecnología limpia económicamente viable; lo que implica también el mejoramiento de la cultura ambiental de nuestros colaboradores, haciéndolos conscientes de sus obligaciones sobre la protección y recuperación del ambiente.

Nos orientamos a la mejora continua del desempeño de nuestro sistema ambiental, el que es revisado periódicamente para asegurar una mejor calidad de vida y un ambiente saludable tanto para la empresa como para la sociedad.

Con el asesoramiento de un consultor ambiental registrado, Casa Grande está realizando su Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA) y ha desarrollado un programa de seguimiento y control ambiental para que sus actividades no afecten a la comunidad.

Se ha iniciado un proyecto de inversión en un sistema lavador de gases para las calderas existentes, que se está ejecutando progresivamente. La inversión en el nuevo Caldero TSXG, que asegurará el control de las emisiones muy por debajo de los límites máximos permisibles, completa el programa de mejoramiento ambiental.

**FUENTE: COAZUCAR**

**ANEXO N° 10: PROGRAMA DE RSE “JUNTOS SEMBRAMOS VIDA”**



ANEXO N° 11: PROGRAMA DE RSE: MANOS DE MUJER



**CasaGrande**

# Manos de Mujer

**CONFECCIÓN TEXTIL**

**COCINA Y REPOSTERÍA**

**MANUALIDADES EN GENERAL**

**Dirigido a:**  
Esposas e hijas de trabajadores

**¡Inscripciones abiertas!**

**Lugar:**

- Biblioteca de Casa Grande
- Oficina de Bienestar Social
- Área de Comunicación y RS

**Informes:**  
José Luis Jave  
Cel.:947837841

*¡Capacítate y sé una futura empresarial!*

**ANEXO N° 12: RECONOCIMIENTO A LA LABOR DESTACADA**



**ANEXO N° 13: PROGRAMA REFORMA DE VIDA**

