

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES RENOVABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL



**VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS POR LOS
TURISTAS QUE VISITAN EL BALNEARIO LA ALCANTARILLA – MARIANO
DÁMASO BERAÚN, 2024**

Tesis

Para optar el título de:

INGENIERO AMBIENTAL

PRESENTADO POR:

ERICK JHERSON TINCO CARRASCO

Asesor

ING. M. SC. JUAN PABLO RENGIFO TRIGOZO

Tingo María – Perú

2024



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N° 124-2024-FRNR-UNAS

Los que suscriben, Miembros del Jurado de Tesis, reunidos con fecha 03 de diciembre de 2024, a horas 7:00 p.m. de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental de la Facultad de Recursos Naturales Renovables para calificar la tesis titulada:

**“VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS POR
LOS TURÍSTAS QUE VISITAN EL BALNEARIO LA ALCANTARILLA –
MARIANO DÁMASO BERAÚN, 2024”**

Presentado por el Bachiller: **TINCO CARRASCO ERICK JHERSON**, después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las interrogantes formuladas por el Jurado, se declara **APROBADO** con el calificativo de **“MUY BUENA”**.

En consecuencia, el sustentante queda apto para optar el Título Profesional de **INGENIERO AMBIENTAL** que será aprobado por el Consejo de Facultad, Tramitándolo al Consejo Universitario para el otorgamiento del Título Correspondiente.

Tingo María, 31 de diciembre de 2024

Dr. CESAR SAMUEL LOPEZ LOPEZ
PRESIDENTE

Ing. MSc. MARIBEL FLORA ROCA CAPCHA
MIEMBRO



Ing. MSc. ANDY WILLIAMS VELA ZEVALLOS
MIEMBRO

Ing. MSc. JUAN PABLO RENGIFO TRIGOZO
ASESOR



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN - DGI
REPOSITORIO INSTITUCIONAL - UNAS
Correo: repositorio@unas.edu.pe



“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N° 015 - 2025 - CS-RIDUNAS

El Director de la Dirección de Gestión de Investigación de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% (Art. 3° - Resolución N° 466-2019-CU-R-UNAS).

Programa de Estudio:

Ingeniería Ambiental

Tipo de documento:

Tesis

X

Trabajo de Suficiencia Profesional

| TÍTULO | AUTOR | PORCENTAJE DE SIMILITUD |
|---|------------------------------|-------------------------|
| VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS POR LOS TURISTAS QUE VISITAN EL BALNEARIO LA ALCANTARILLA – MARIANO DÁMASO BERAÚN, 2024 | ERICK JHERSON TINCO CARRASCO | 09 % Nueve |

Tingo María, 21 de enero de 2024



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
UNIDAD DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Dr. Tomas Menachó Mallqui

IEFE

C.C. Archivo

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES RENOVABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL



VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS POR LOS TURISTAS QUE VISITAN EL BALNEARIO LA ALCANTARILLA – MARIANO DÁMASO BERAÚN, 2024

| | |
|--------------------------------------|---|
| Autor | : Erick Jherson Tinco Carrasco |
| Asesor | : Ing. M. Sc. Juan Pablo Rengifo Trigozo |
| Programa de investigación | : Gestión Ambiental |
| Línea(s) de investigación | : Adaptación al cambio climático |
| Eje temático de investigación | : Valoración económica de los recursos turísticos |
| Lugar de ejecución | : Distrito de Mariano Dámaso Beraún |
| Duración | : Inicio: 01 de abril del 2024 : Terminó: 01 de octubre del 2024 |
| Financiamiento | : Propio. |
| Monto | : S/. 7 498,70 |

Tingo María – Perú

2024



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
Tingo María
VICERECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

*“Promoviendo la Calidad de la Investigación”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la
conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”*

REGISTRO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO

Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva
Facultad : Facultad de Recursos Naturales Renovables
Escuela profesional : Ingeniería Ambiental
Título del proyecto : Valoración económica de los servicios ecosistémicos por los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla – Mariano Dámaso Beraún, 2024
Objetivo general : Determinar la valoración económica de los servicios ecosistémicos por los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla – Mariano Dámaso Beraún, 2024
Autor : Br. TINCO CARRASCO ERICK JHERSON
DNI : 70232694
Correo Electrónico : erick.tinco@unas.edu.pe
Asesor : Ing. MSc. Rengifo Trigoso, Juan Pablo
Área de investigación : GESTIÓN AMBIENTAL - PICSDS
Grupo de investigación : GESTIÓN AMBIENTAL
Línea(s) de investigación : Gestión de la contaminación
Lugar de ejecución : Balneario La Alcantarilla
Fecha de inicio : 30 de mayo del 2024
Fecha de término : 30 de octubre del 2024
Presupuesto : S/.7,498.70
Financiamiento : Propio (X) FEDU () Externo ()


.....
Tesista


.....
Asesor

DEDICATORIA

A mis queridos padres: Filiberto Tinco y Rocío Carrasco; abuelos: Alicia y Victoria por forjarme en una persona con valores y convicciones firmes, por su apoyo incondicional y motivación para lograr mis metas.

A mi hermano Norman Tinco por ser mi ejemplo para seguir, por brindarme consejos prudentes y valiosos en cada etapa de mi vida.

A mis hermanos Christian y Elías por ser mi primordial motivación para continuar el camino a la meta a pesar de múltiples tropiezos.

A mis queridos amigos Donadoni, Andy y Ana Gabriela, por estar brindándome su apoyo y comprensión durante la bonita etapa universitaria y tenerme mucha paciencia en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

- A Dios por todo lo bueno y lo malo vivido en mi etapa universitaria y por concederme una familia estupenda, que siempre confiaron en mí y mis fortalezas.
- A mis padres y hermanos, cada uno de mis avances profesionales se los debo a todos ustedes.
- A mi alma mater Universidad Nacional Agraria de la Selva, por brindarme los conocimientos y así formarme en un profesional competente.
- A los docentes de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental, por brindarme los recursos y enseñanzas para realizarme como un profesional eficiente en todo ámbito.
- A los miembros del jurado de tesis, al Dr. César Samuel López López; M. Sc. Maribel Flora Roca Capcha y al Ing M. Sc. Andy Williams Vela Zevallos quienes me proporcionaron oportunos aportes y su valioso tiempo para que el proyecto se pueda ejecutar de la manera más optima posible.
- Al Ing. M. Sc. Juan Pablo Rengifo Trigozo, por su asesoramiento, por su sincera amistad y la disposición plena de su tiempo en la presente tesis.
- A mis queridos amigos Jorgito Huamán, Miguel Días y Lizeth Bedoya por apoyarme durante la ejecución de este presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

| | Página |
|---|--------|
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1. Objetivos | 2 |
| 1.1.1. Objetivo General | 2 |
| 1.1.2. Objetivos Específicos | 2 |
| II. REVISIÓN DE LITERATURA | 3 |
| 2.1. Antecedentes | 3 |
| 2.2. Marco Teórico | 6 |
| 2.2.1. Servicios ecosistémicos | 6 |
| 2.2.2. Valoración económica de bienes y servicios ambientales | 7 |
| 2.2.3. Valoración económica total | 7 |
| 2.2.4. Métodos de valoración económica ambiental | 8 |
| 2.2.5. Método de valoración contingente | 8 |
| 2.2.6. Disposición a pagar (DAP), mediante método de valoración contingente | 8 |
| III. MATERIALES Y MÉTODOS | 9 |
| 3.1. Lugar de ejecución | 9 |
| 3.1.1. Ubicación política | 9 |
| 3.1.2. Ubicación geográfica | 9 |
| 3.1.3. Zona de vida | 9 |
| 3.1.4. Condiciones climáticas | 10 |
| 3.2. Materiales y equipos | 10 |
| 3.2.1. Materiales | 10 |
| 3.2.2. Equipos | 10 |
| 3.2.3. Software | 10 |
| 3.3. Criterio de investigación | 10 |
| 3.3.1. Nivel de investigación | 10 |
| 3.3.2. Tipo de investigación | 10 |
| 3.3.3. Variables de estudio | 11 |
| 3.3.4. Operacionalización de variables | 11 |
| 3.3.5. Diseño de la investigación | 13 |
| 3.3.6. Población y muestra | 14 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.7. Técnicas e instrumentos de investigación | 14 |
| 3.3.8. Análisis estadístico | 15 |
| 3.4. Metodología | 15 |
| 3.4.1. Identificación de los factores socioeconómicos y ambientales de los turistas local y nacional que visiten el balneario La Alcantarilla | 16 |
| 3.4.2. Estimación de la función de demanda del valor de uso indirecto de los turistas locales y nacionales por el uso del servicio ecosistémico del balneario La Alcantarilla | 16 |
| 3.4.3. Estimación del pago del servicio ecosistémico del balneario La Alcantarilla | 17 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 18 |
| 4.1. Caracterización de los factores socioeconómicos y ambientales de los turistas | 18 |
| 4.2. Función de demanda del valor de uso indirecto de los turistas | 72 |
| 4.3. Estimación de la disponibilidad de pago de los turistas | 89 |
| V. CONCLUSIONES | 95 |
| VI. PROPUESTAS A FUTURO | 96 |
| VII. REFERENCIAS | 97 |
| ANEXO | 101 |

ÍNDICES DE TABLAS

| | Página |
|--|--------|
| 1. Categorías de valores económicos atribuidos a recursos ambientales | 7 |
| 2. Operacionalización de las variables de estudio | 11 |
| 3. Estadística descriptiva de las variables empíricas o indicadores en estudio | 72 |
| 4. Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo con el modelo de regresión lineal múltiple | 81 |
| 5. Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo con el modelo de regresión lineal múltiple | 82 |
| 6. Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo con el modelo Logístico (Logít) | 84 |
| 7. Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo con el modelo Logístico (Logít) | 85 |
| 8. Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo con el modelo Probabilístico (Probit) | 86 |
| 9. Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo con el modelo Probabilístico (Probit) | 87 |
| 10. Estimación de la disponibilidad de pago del turista y por modelos econométricos | 89 |
| 11. Estimación de la disponibilidad de pago por localidad del turista y por modelos econométricos | 91 |
| 12. Descripción de las variables empíricas y/o indicadores | 102 |
| 13. Resultados de las encuestas de cada uno de los indicadores en investigación | 105 |
| 14. Genero del turista encuestado | 134 |
| 15. Procedencia del turista encuestado | 134 |
| 16. Edad del entrevistado | 134 |
| 17. Ocupación del entrevistado | 134 |
| 18. Nivel de estudios del entrevistado | 136 |
| 19. Promedio de su ingreso mensual | 137 |
| 20. ¿Ha venido antes a este lugar? | 137 |
| 21. ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año? | 137 |
| 22. ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla? | 137 |
| 23. ¿Con cuántas personas vino? | 138 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 24. | ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar? | 138 |
| 25. | ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural? | 138 |
| 26. | ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar? | 138 |
| 27. | Gastos totales por realizar la visita al sitio turístico | 138 |
| 28. | Si el encuestado desarrolla actividades de camping en el BLA | 139 |
| 29. | Si el encuestado desarrolla actividades de fotografía en el BLA | 139 |
| 30. | Si el encuestado desarrolla actividades de nadar o bañarse en el BLA | 139 |
| 31. | Si el encuestado desarrolla actividades de pesca o comercio en el BLA | 139 |
| 32. | El encuestado decidió visitar el BLA por el paisaje, belleza escénica, naturaleza | 139 |
| 33. | El encuestado decidió visitar el BLA por recreación | 140 |
| 34. | El encuestado decidió visitar el BLA por turismo | 140 |
| 35. | El encuestado decidió visitar el BLA por investigación | 140 |
| 36. | El encuestado decidió visitar el BLA para extraer productos acuíferos | 140 |
| 37. | ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje? | 140 |
| 38. | Disponibilidad a pagar | 141 |
| 39. | Precio mínimo de la disponibilidad a pagar | 141 |
| 40. | Precio máximo de la disponibilidad a pagar | 141 |
| 41. | ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar? | 142 |
| 42. | ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante? | 142 |
| 43. | ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla? | 142 |
| 44. | ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada? | 143 |
| 45. | ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla? | 143 |
| 46. | ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla? | 143 |
| 47. | ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades? | 143 |
| 48. | ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA? | 143 |
| 49. | Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla | 144 |
| 50. | ¿Qué cree que ocasiono la enfermedad? | 144 |
| 51. | Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla | 144 |

| | |
|---|-----|
| 52. ¿Cuáles estados de conservación? | 144 |
| 53. ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación? | 145 |
| 54. ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar? | 145 |
| 55. ¿Qué servicios se debe implementar? | 145 |
| 56. ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar? | 146 |
| 57. ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla? | 146 |
| 58. ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla? | 146 |
| 59. ¿Hizo mucho ruido? | 146 |
| 60. ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido? | 146 |

ÍNDICES DE FIGURAS

| | Página |
|--|--------|
| 1. Ubicación del balneario La Alcantarilla | 9 |
| 2. Esquema del diseño de investigación | 14 |
| 3. Genero del turista encuestado | 18 |
| 4. Procedencia del turista encuestado | 19 |
| 5. Edad del entrevistado | 20 |
| 6. Ocupación del entrevistado | 21 |
| 7. Nivel de estudios del entrevistado | 22 |
| 8. Promedio de su ingreso mensual | 23 |
| 9. ¿Ha venido antes a este lugar? | 24 |
| 10. ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año? | 25 |
| 11. ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla? | 26 |
| 12. ¿Con cuántas personas vino? | 27 |
| 13. ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar? | 29 |
| 14. ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural? | 30 |
| 15. ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar? | 31 |
| 16. Gastos totales por realizar la visita al sitio turístico | 32 |
| 17. Si el encuestado desarrolla actividades de camping en el BLA | 34 |
| 18. Si el encuestado desarrolla actividades de fotografía en el BLA | 35 |
| 19. Si el encuestado desarrolla actividades de nadar o bañarse en el BLA | 36 |
| 20. Si el encuestado desarrolla actividades de pesca o comercio en el BLA | 37 |
| 21. El encuestado decidió visitar el BLA por el paisaje, belleza escénica, naturaleza | 38 |
| 22. El encuestado decidió visitar el BLA por recreación | 39 |
| 23. El encuestado decidió visitar el BLA por turismo | 40 |
| 24. El encuestado decidió visitar el BLA por investigación | 42 |
| 25. El encuestado decidió visitar el BLA para extraer productos acuíferos | 43 |
| 26. ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje? | 44 |
| 27. Disponibilidad a pagar | 45 |
| 28. Precio mínimo de la disponibilidad a pagar | 46 |
| 29. Precio máximo de la disponibilidad a pagar | 48 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 30. | ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar? | 49 |
| 31. | ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante? | 50 |
| 32. | ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla? | 52 |
| 33. | ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada? | 53 |
| 34. | ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla? | 54 |
| 35. | ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla? | 55 |
| 36. | ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades? | 57 |
| 37. | ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA? | 58 |
| 38. | Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla | 59 |
| 39. | ¿Qué cree que ocasiono la enfermedad? | 60 |
| 40. | Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla | 61 |
| 41. | ¿Cuáles estados de conservación? | 63 |
| 42. | ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación? | 64 |
| 43. | ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar? | 65 |
| 44. | ¿Qué servicios se debe implementar? | 66 |
| 45. | ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar? | 67 |
| 46. | ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla? | 68 |
| 47. | ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla? | 69 |
| 48. | ¿Hizo mucho ruido? | 70 |
| 49. | ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido? | 71 |
| 50. | Encuesta en el balneario La alcantarilla en días festivos de San Juan | 154 |
| 51. | Personas a las cuales encuestamos en San Juan | 154 |
| 52. | Encuesta en días festivos como el feriado largo por fiestas patrias | 155 |
| 53. | Encuesta realizada el 28 de Julio | 155 |
| 54. | Balneario La Alcantarilla | 156 |
| 55. | Restaurant aldeaño al balneario La alcantarilla | 156 |
| 56. | Tienda aldeaña al Balneario La Alcantarilla | 157 |
| 57. | Tienda aldeaña al Balneario La Alcantarilla | 157 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 58. | Tienda con parqueo incluido aledaño al Balneario La Alcantarilla | 158 |
| 59. | Restaurant con comidas típicas de la zona aledaña al Balneario La Alcantarilla | 158 |
| 60. | Balneario La Alcantarilla de otro ángulo | 159 |

RESUMEN

En la presente investigación de tipo aplicada, se buscó estimar la disponibilidad a pagar (DAP) de los turistas locales y nacionales que visitan el balneario la Alcantarilla, utilizando el método de valoración contingente y diversos modelos econométricos (Logit, probabilístico y regresión lineal múltiple). El estudio es de nivel descriptivo-correlacional y no manipuló las variables empíricas. La recolección de datos se realizó mediante encuestas aplicadas a 427 turistas, lo que permitió caracterizar sus factores socioeconómicos y ambientales. Entre los hallazgos, se observó que los turistas tienen un nivel de ingreso promedio entre S/.1,501 y S/.2,500, y una alta valoración del entorno natural del balneario. La función de demanda se estimó utilizando modelos econométricos, mostrando que los gastos totales de los turistas tienen un impacto positivo en la DAP, mientras que la percepción negativa del estado del balneario afecta negativamente. La DAP mínima estimada varía entre S/.3.3 y S/.8.2, dependiendo del modelo utilizado, mientras que la DAP máxima oscila entre S/.11.6 y S/.15.0. Esto indica que los turistas estarían dispuestos a pagar más si se mejoran las condiciones ambientales y se ofrecen servicios adicionales. El estudio resalta la importancia de implementar políticas de conservación y estrategias de precios que maximicen el ingreso sin disuadir a los visitantes.

Palabras claves: Disponibilidad a pagar (DAP), Valoración contingente, Modelos econométricos y Balneario La Alcantarilla.

ABSTRACT

In this applied research, we sought to estimate the willingness to pay (WTP) of local and national tourists visiting the Alcantarilla resort, using the contingent valuation method and various econometric models (Logit, probabilistic and multiple linear regression). The study is descriptive-correlational and did not manipulate empirical variables. Data collection was carried out through surveys applied to 427 tourists, which allowed characterizing their socioeconomic and environmental factors. Among the findings, it was observed that tourists have an average income level between S/. 1,501 and S/. 2,500, and a high appreciation of the natural environment of the resort. The demand function was estimated using econometric models, showing that total tourist expenditure has a positive impact on WTP, while the negative perception of the state of the resort negatively affects it. The estimated minimum WTP varies between S/.3.3 and S/.8.2, depending on the model used, while the maximum WTP ranges between S/.11.6 and S/.15.0. This indicates that tourists would be willing to pay more if environmental conditions are improved and additional services are offered. The study highlights the importance of implementing conservation policies and pricing strategies that maximize income without deterring visitors.

Keywords: Willingness to pay (WTP), Contingent valuation, Econometric models and Balneario La Alcantarilla.

I. INTRODUCCION

El uso inadecuado de los recursos naturales ha llevado a la destrucción y pérdida de ecosistemas en diversas regiones, generando efectos adversos en los servicios ecosistémicos que la naturaleza proporciona. En particular, el ecosistema del balneario La Alcantarilla, que destaca por su rica biodiversidad acuática, se enfrenta a serias amenazas debido a la contaminación derivada de actividades domésticas y agrícolas. Esta situación ha alterado las funciones ecosistémicas del lugar, afectando la calidad del agua y, por ende, el desarrollo de la biodiversidad acuática.

En este contexto, se ha observado que la descarga de aguas residuales en la quebrada Santa Carmen, ubicada en las partes altas, no solo deteriora la calidad del agua, sino que también plantea riesgos para la salud de los bañistas que visitan el balneario (Pinedo). et al., 2007). Situado en el distrito de Mariano Dámaso Beraún, en la provincia de Leoncio Prado, Huánuco, el balneario La Alcantarilla se compone de un conjunto de piscinas y caídas de agua de origen artificial, muy populares entre la juventud de la zona. Su nombre proviene de los grandes tubos que alimentan las piscinas desde las alturas.

Las caídas de agua se alimentan de dos tubos que conectan las piscinas con la quebrada Santa Carmen. Originalmente, la construcción del balneario tenía como propósito principal evitar desbordamientos durante las crecidas del río. Sin embargo, con el tiempo, se aprovecharon las características del terreno para crear un nuevo centro recreativo que enriquecerá la experiencia de la comunidad.

A pesar de su relevancia ecológica y recreativa, el balneario La Alcantarilla carece de estudios que evalúen su valor económico, lo que limita la comprensión de la necesidad de su conservación. Por lo tanto, esta investigación se propone asignar un valor económico a los servicios ecosistémicos recreativos del balneario, con el fin de promover su conservación y generar ingresos que aseguren su sostenibilidad. De esta manera, se busca beneficiarios tanto a los visitantes como a la población local, garantizando que puedan disfrutar de los recursos ambientales que ofrece el balneario.

La investigación también tiene como objetivo contribuir al desarrollo de políticas ambientales efectivas que fomenten la conservación y mitiguen los daños ambientales en la región. En este contexto, surge la pregunta de investigación: ¿Cuál es la valoración económica de los servicios ecosistémicos por parte de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla – Mariano Dámaso Beraún, 2024? La hipótesis que guía este estudio plantea que la valoración económica de estos servicios es inferior a S/ 2.00 soles por visita.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

Determinar la valoración económica de los servicios ecosistémicos por los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla – Mariano Dámaso Beraún, 2024.

1.1.2. Objetivos específicos

- Caracterizar los factores socioeconómicos y ambientales de los turistas que visiten el balneario La Alcantarilla.
- Determinar la función de demanda del valor de uso indirecto de los turistas por el uso del servicio ecosistémicos del balneario La Alcantarilla.
- Estimar el pago del servicio ecosistémicos del balneario La Alcantarilla.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

La investigación llevada a cabo por Kang et al. (2021) tuvo como propósito determinar el valor económico de los servicios recreativos provistos por los parques forestales nacionales de China, utilizando un modelo de satisfacción del turista. Para alcanzar este objetivo, se estableció una relación funcional entre la satisfacción de los visitantes y los atributos recreativos del entorno, mediante datos de encuestas aplicadas en dichos parques. Los resultados mostraron que cada atributo recreativo generaba un bienestar turístico significativo, mientras que la congestión turística tenía un impacto negativo en la satisfacción. La disposición a pagar (DAP) por reducir la congestión fue estimada en 623.18 yuanes (aproximadamente 92.29 dólares) por visitante. Además, se observaron diferencias importantes en la DAP entre turistas locales y no locales, lo cual resalta la necesidad de segmentar las preferencias en la gestión turística. El uso del modelo de satisfacción permite captar mejor las valoraciones subjetivas de los visitantes y proporciona una herramienta robusta para mejorar la toma de decisiones en turismo ecológico (Kang et al., 2021).

La investigación llevada a cabo por Zin et al. (2019) tuvo como propósito estimar el valor económico de los servicios culturales relacionados con la recreación en el Parque Nacional Popa Mountain, en Myanmar. Para lograrlo, se aplicaron dos técnicas de valoración rápida: el método de costo de viaje individual (TCM) y la herramienta TESSA v1.2. Los resultados del TCM indicaron que cada visitante doméstico gastaba entre 20 y 24 dólares por visita, estimando un valor recreativo anual total de entre 16.1 y 19.6 millones de dólares. Por su parte, la herramienta TESSA estimó un valor combinado de 20.14 millones de dólares entre turistas nacionales e internacionales. Ambas técnicas fueron consideradas complementarias para valorar áreas protegidas, destacando su aplicabilidad en contextos con recursos limitados. La combinación metodológica permite obtener estimaciones más sólidas del valor recreativo de los ecosistemas, útil para la formulación de políticas de conservación (Zin et al., 2019).

La investigación llevada a cabo por Nikolova (2022) tuvo como propósito estimar el valor económico de los servicios ecosistémicos culturales relacionados con la recreación en el Parque Nacional Pirin, en Bulgaria. Para ello, se empleó un método basado en el consumo turístico real, siguiendo el marco contable SEEA-EA y los principios del Sistema de Cuentas Nacionales (SNA). Se utilizó como indicador la diferencia entre el consumo total de productos turísticos por parte de los visitantes (demanda) y los gastos de mantenimiento del ecosistema (oferta). Los resultados indicaron un valor promedio de 170 millones de levas búlgaras para el

flujo de servicios recreativos durante el período 2015–2019. Este enfoque permitió obtener resultados confiables con datos mínimos y de fácil acceso, lo cual refuerza su aplicabilidad en contextos de gestión ambiental con limitaciones de información (Nikolova, 2022).

La investigación llevada a cabo por Soria-Díaz et al. (2024) tuvo como propósito estimar el valor económico de los servicios ecosistémicos culturales proporcionados por los bosques para mantener la actividad turística en presidente Figueiredo, Amazonas (Brasil). Para ello, se utilizó el método de valoración contingente con el fin de calcular la disposición a pagar (DAP) de los turistas y la disposición a aceptar (DAA) de los residentes y propietarios de tierras. Los resultados indicaron que el 71% de los visitantes estaría dispuesto a pagar un promedio de 16.57 reales por día de visita, mientras que los propietarios estarían dispuestos a conservar los bosques a cambio de recibir 327.63 reales por hectárea al año. Estos hallazgos destacan la importancia de valorar los servicios ecosistémicos culturales como herramienta para fortalecer la sostenibilidad del turismo y la conservación forestal en regiones tropicales (Soria-Díaz et al., 2024)

La investigación llevada a cabo por Pisani et al. (2024) tuvo como propósito realizar un metaanálisis del valor económico de los servicios ecosistémicos recreativos y turísticos a nivel global, utilizando datos de la base ESVD (Ecosystem Services Valuation Database). El análisis abarcó estudios desde 1975 hasta 2021, identificando que las áreas con mayor nivel de protección mostraban valores económicos más altos para los servicios ecosistémicos. Asimismo, se encontró una subrepresentación de estudios en países de América del Sur, lo que indica una necesidad de mayor investigación regional. Este estudio proporciona evidencia valiosa para diseñar políticas específicas y estrategias espaciales adaptadas a las características territoriales, fomentando la conservación mediante incentivos financieros adecuados (Pisani et al., 2024).

El estudio realizado por Calcine y Palacín (2019) aborda la valoración económica de un recurso recreativo importante, el balneario de Huanchaco, mediante la utilización del método del costo de viaje. Este enfoque es particularmente efectivo para estimar el valor que los turistas otorgan a los servicios recreativos, ya que se basa en el análisis de los gastos incurridos por los visitantes al acceder a este recurso natural. El tamaño de la muestra, compuesto por 378 turistas, proporciona una base sólida para obtener conclusiones representativas sobre el comportamiento de los visitantes. Al aplicar un modelo de regresión de Poisson, los autores logran identificar factores clave que influyen en la demanda del servicio recreativo, como el costo del viaje, la edad y el historial de visitas. Esta información es invaluable para entender cómo diferentes

variables afectan la decisión de los turistas de visitar el balneario. La estimación de un valor económico ambiental de S/ 148.42 soles subraya la importancia del balneario no solo como un recurso recreativo, sino también como un activo ambiental que proporciona beneficios tangibles tanto al ecosistema local como a las personas que lo disfrutan. Este valor puede ser utilizado para informar políticas de gestión y conservación que busquen maximizar el uso sostenible del balneario, asegurando que se conserven sus características naturales y su atractivo para futuros visitantes.

Novoa & Tamay (2022) aborda la valoración económica de un recurso recreativo crucial, el balneario de Puerto Malabrigo, utilizando el método de valoración contingente. Este enfoque es particularmente útil para cuantificar el valor que los visitantes asignan a los servicios recreativos, lo que es esencial para la gestión y conservación de recursos naturales. El tamaño de la muestra de 380 encuestados proporciona una base representativa para los hallazgos, permitiendo a los investigadores captar una variedad de opiniones y percepciones sobre el balneario. La aplicación de la encuesta facilita la recolección de datos sobre la disposición a pagar, un indicador clave que refleja el valor que los visitantes otorgan al servicio recreativo que ofrece el balneario. El hallazgo de que la disposición a pagar es de S/ 5.14 soles señala el interés de los visitantes en contribuir económicamente a la conservación del lugar. Asimismo, la identificación de factores socioeconómicos que influyen en la DAP, como la edad, el nivel educativo, la situación laboral y los ingresos mensuales, proporciona información valiosa para comprender mejor las dinámicas que afectan la valoración del balneario. Esta información puede ser utilizada para diseñar estrategias de precios y políticas que fomenten un uso responsable y sostenible del recurso.

Agreda & Llanos (2020) proporciona una revisión esencial de los métodos de valoración económica aplicables a los servicios ecosistémicos, destacando su importancia en la gestión y conservación del medio ambiente. Al realizar un análisis documental, los autores logran identificar y sistematizar una variedad de enfoques y técnicas, lo que contribuye a un entendimiento más profundo de cómo se puede cuantificar el valor de los recursos ambientales. La diferenciación entre entornos acuáticos y forestales es crucial, ya que cada ecosistema puede requerir enfoques específicos de valoración que se ajusten a sus características particulares. Al presentar diversos instrumentos de valoración y herramientas estadísticas, los autores ofrecen un marco integral que puede ser útil para investigadores y tomadores de decisiones en el campo de la economía ambiental. La elección del método de valoración contingente como el más adecuado resalta su flexibilidad y capacidad para captar la disposición a pagar de los usuarios

por los servicios ecosistémicos, lo que lo convierte en una herramienta valiosa para estudios relacionados con la economía de los recursos naturales. Además, la recomendación del modelo Logit para la implementación de este método sugiere que se reconoce la importancia de contar con un enfoque robusto y eficiente para el análisis de datos.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Servicios ecosistémicos

Evaluación de los Ecosistemas, (MEA, 2005), que clasificó los servicios ecosistémicos son los beneficios que las personas obtienen directa o indirectamente de los ecosistemas naturales. Este concepto ha sido ampliamente adoptado desde la publicación de la Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (Millennium Ecosystem Assessment, 2005), que clasificó dichos servicios en cuatro grandes categorías: servicios de provisión, regulación, culturales. y de soporte.

Servicios de provisión: Incluyen productos tangibles como alimentos, agua, madera, fibras y recursos genéticos. Son los más fácilmente reconocibles debido a su presencia en mercados tradicionales y su valor económico directo (MEA, 2005).

Servicios de regulación: Se refieren a los beneficios obtenidos por la regulación de procesos ecológicos, como la purificación del aire y el agua, la polinización, el control de enfermedades y el clima. Estos servicios, aunque menos visibles, son fundamentales para el funcionamiento de los ecosistemas y la salud humana.

Servicios culturales: Comprenden los beneficios no materiales que las personas obtienen de los ecosistemas a través del turismo, la recreación, la espiritualidad, el conocimiento tradicional y la estética del paisaje. Tienen un alto valor simbólico y emocional, especialmente en contextos turísticos y comunitarios.

La valoración económica de los servicios ecosistémicos, en particular los culturales y recreativos, ha adquirido gran relevancia en los últimos años como herramienta para mejorar la toma de decisiones en conservación y uso sostenible de los recursos. Según Kang et al. (2021), el uso de modelos basados en la satisfacción del turista puede cuantificar el valor de estos servicios al identificar la disposición a pagar por atributos ambientales específicos, como la reducción de la congestión en parques naturales.

En esa misma línea, Zin et al. (2019) demostraron que métodos como el costo de viaje y herramientas como TESSA permiten estimar de manera precisa los beneficios económicos del turismo asociados a ecosistemas protegidos, destacando su importancia en países en vías de desarrollo. La relevancia de estos servicios ha sido también enfatizada por

estudios en América Latina, como el de Soria-Díaz et al. (2024), quienes estimaron la disposición a pagar de los visitantes para conservar los ecosistemas amazónicos que sustentan la actividad turística.

Por otro lado, Nikolova (2022) resalta que incluso con datos limitados es posible calcular el flujo económico generado por servicios recreativos mediante enfoques contables adaptados a los sistemas de cuentas nacionales. Finalmente, un metaanálisis global realizado por Pisani et al. (2024) reafirma que los servicios ecosistémicos recreativos y turísticos representan un valor económico considerable, especialmente en áreas protegidas, y que su adecuada valoración es clave para impulsar políticas públicas basadas en evidencia.

2.2.2. Valoración económica de bienes y servicios ambientales

La valoración económica de bienes y servicios ambientales es un proceso que busca asignar un valor monetario a los beneficios que los ecosistemas proporcionan a la sociedad, tales como el agua, el aire limpio, la biodiversidad, los paisajes recreativos y la regulación del clima. Este enfoque permite visibilizar la contribución de la naturaleza al bienestar humano y facilita la incorporación del valor ambiental en la toma de decisiones sobre uso del suelo, conservación y políticas públicas. Entre los métodos más utilizados se encuentran la valoración contingente, el costo de viaje y los precios hedónicos, los cuales permiten estimar la disposición a pagar de las personas por conservar o mejorar dichos servicios (Millennium Ecosystem Assessment, 2005).

2.2.3. Valoración económica total

La valoración económica total de un recurso incluye el valor de uso y valor de no uso. La valoración económica total de un ecosistema es una estimación basada en la agregación de valores compatibles que resulten de los distintos usos (cuantificables) directos e indirectos de los valores de opción asociados y los valores de no uso (Pearce & Moran, 1994).

Tabla 1. Categorías de valores económicos atribuidos a recursos ambientales

| Valor de uso | | Valor de no uso | | |
|------------------------------------|---|---------------------------------------|--|---|
| Uso directo | Uso indirecto | Valor opción | Valor de legado | Valor de existencia |
| Productos directamente consumibles | Beneficios derivados de funciones ecosistémicas | Valores futuros directos e indirectos | Valor de uso y no uso del legado ambiental | Valor de conocimiento de la existencia continua de un componente del medio ambiente |

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| Alimentos, biomasa, recreación y salud | Control de clima, suelos y ciclo de nutrientes | Biodiversidad y conservación de hábitats | Prevención de cambios irreversibles en los hábitats | Hábitats, especies, genes y ecosistemas |
|--|--|--|---|---|

Fuente: Pearce & Moran (1994)

2.2.4. Métodos de valoración económica ambiental

Los métodos de valoración económica ambiental son herramientas utilizadas para estimar en términos monetarios el valor de los bienes y servicios que proveen los ecosistemas, muchos de los cuales no tienen un precio de mercado. Estos métodos se clasifican en dos grandes grupos: métodos de preferencia revelada, que se basan en el comportamiento real de los individuos (como el método de costo de viaje y el método de precios hedónicos), y métodos de preferencia declarada, que se fundamentan en encuestas que capturan la disposición a pagar o a aceptar compensaciones por cambios en la calidad o disponibilidad de servicios ambientales (como el método de valoración contingente y los experimentos de elección). La selección del método depende del tipo de servicio ecosistémico a valorar, los objetivos del estudio y las características del área evaluada (Hanley & Barbier, 2009).

2.2.5. Método de valoración contingente

El método de valoración contingente (MVC) es una técnica de preferencia declarada que permite estimar el valor económico de bienes y servicios ambientales que no tienen un mercado definido, como la belleza escénica, la biodiversidad o la calidad del agua. Este método se basa en la aplicación de encuestas en las que se plantea a los individuos un escenario hipotético en el que podrían pagar (o recibir) una cierta cantidad de dinero para obtener una mejora ambiental o evitar un deterioro. A través de sus respuestas, se puede calcular su disposición a pagar (DAP) o disposición a aceptar (DAA), proporcionando una estimación monetaria del valor percibido del servicio ambiental en cuestión (Mitchell & Carson, 1989).

2.2.6. Disposición a pagar (DAP), mediante método de valoración contingente

La DAP es útil para estimar el valor social de los servicios ecosistémicos y fundamentar decisiones en políticas públicas, diseño de tarifas, compensaciones o esquemas de pago por servicios ambientales. No obstante, su precisión depende de la claridad del escenario propuesto y del diseño del instrumento de encuesta (Carson & Louviere, 2011). La correcta formulación de la pregunta de valoración es crucial para evitar sesgos y garantizar la validez de los resultados.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. Lugar de ejecución

3.1.1. Ubicación política

El presente trabajo de investigación se desarrolló en el balneario La Alcantarilla, ubicado en el distrito de Mariano Dámaso Beraún, provincia de Leoncio Prado, departamento de Huánuco.

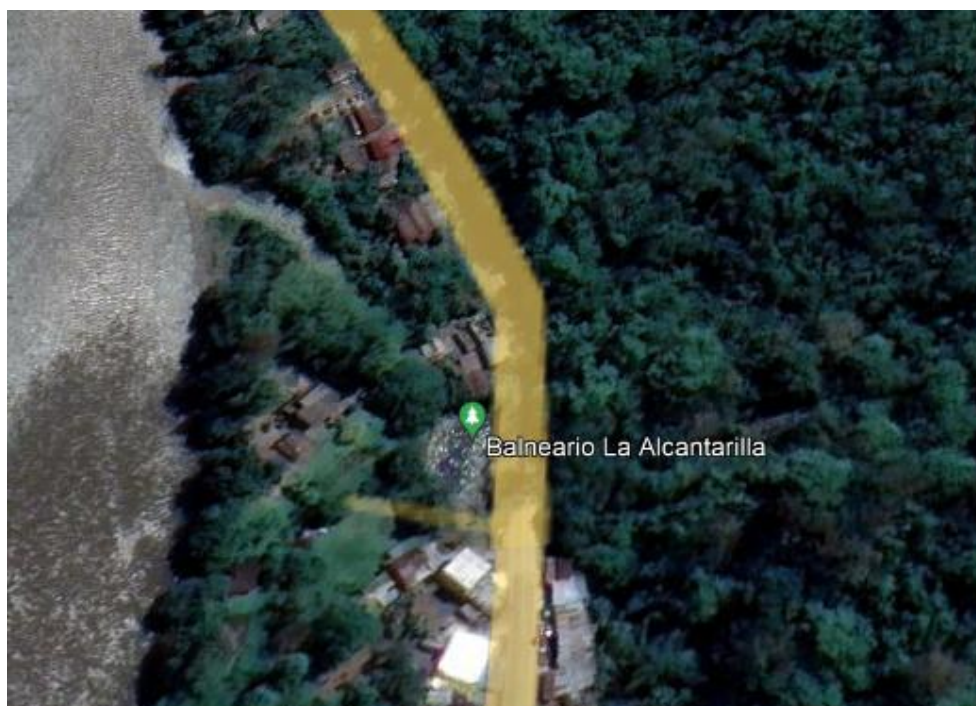


Figura 1. Ubicación del balneario La Alcantarilla

3.1.2. Ubicación geográfica

Geográficamente el balneario La Alcantarilla se localiza entre las coordenadas UTM (E:392668 m y S:8966168 m), a una altura promedio de 746 m.s.n.m.

3.1.3. Zona de vida

De acuerdo a su ecología la clasificación de zonas de vida o de formaciones vegetales del mundo y el diagrama bioclimático de Holdrige (1994), la zona de Tingo María (Rupa Rupa y parte del Parque Nacional Tingo María) se encuentra en la formación vegetal de Bosque Muy Húmedo Premontano Sub Tropical (bhm-PST) (ZEE-Huánuco, 2017).

3.1.4. Condiciones climáticas

La estación meteorológica de Bella Alta que pertenece al distrito de Mariano Dámaso Beraún registra una temperatura máxima media anual de 29,7 °C y una temperatura mínima media anual de 20,4 °C, siendo la temperatura media anual de 25,0 °C, para el año 2020. La precipitación media anual es de 3 847,3 milímetros. La humedad relativa media anual es cercana al 85,0%.

3.2. Materiales y equipos

3.2.1. Materiales

Los materiales que se usaron fueron: libreta de campo, encuesta piloto, útiles de escritorio, materiales cartográficos, bitácora de información de valoración económica, ficha de observación y registro.

3.2.2. Equipos

Los equipos que se usaron fueron: GPS Garmin 64, laptop ASUS, cámara digital Samsung.

3.2.3. Software

Para el procesamiento de datos se usaron: Software Microsoft Word, Microsoft Excel, Google Earth, View y SPSS.

3.3. Criterios de investigación

3.3.1. Nivel de investigación

La presente investigación es de nivel descriptiva-correlacional, según Hernández et al. (2014), las variables empíricas de investigación no fueron manipuladas y se basaron en la observación. Así mismo se midió la relación entre las variables, mediante la recolección de datos usando cuestionarios, donde se considerará las opiniones de los visitantes para determinar la valoración económica de los servicios ecosistémicos del balneario La Alcantarilla.

3.3.2. Tipo de investigación

La investigación fue de tipo aplicada, como lo definen Hernández et al. (2014). Esto es porque se utilizó conocimientos básicos de las ciencias económicas y sociales, para determinar el precio de la disponibilidad a pagar (DAP) por los servicios ecosistémicos del balneario La Alcantarilla, para su valoración económica.

3.3.3. Variables de estudio

Variable X: Valoración económica de los servicios ecosistémicos

Variable Y: Turistas

Variable interviniente: Balneario Alcantarilla, procedencia de los visitantes y factores climáticos.

3.3.4. Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de las variables de estudio

| ID | Variable de investigación | Dimensión | Código | Nombre de la variable empírica |
|----|--|-------------------------------------|--------|---|
| 1 | | | X1 | Género del entrevistado |
| 2 | | | X2 | ¿De dónde es usted? |
| 3 | | | X3 | Edad del entrevistado |
| 4 | | | X4 | Ocupación del entrevistado |
| 5 | | | X5 | Nivel de estudios del entrevistado |
| 6 | | | X6 | ¿Cuál es el promedio de su ingreso mensual? |
| 7 | X: Valoración económica de los servicios ecosistémicos | DX1: Factores sociales y económicas | X7 | ¿Ha venido antes a este lugar? |
| 8 | | | X8 | ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año? |
| 9 | | | X9 | ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla? |
| 10 | | | X10 | ¿Con cuántas personas vino? |
| 11 | | | X11 | ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar? |
| 12 | | | X12 | ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural? |
| 13 | | | X13 | ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar? |
| 14 | | | X141 | Gastos de gasolina para el vehículo |
| 15 | | | X142 | Gastos en pasaje en transporte |

| | | | |
|-------|----------------------|------|--|
| 16 | | X143 | Gastos en comida |
| 17 | | X144 | Gastos en regalos, artesanías u otros artículos adquiridos |
| 18 | | X145 | Gastos torales |
| 19 | | X151 | Actividades de camping |
| 20 | | X152 | Actividades de fotografía |
| 21 | | X153 | Actividades de nadar o bañarse |
| 22 | | X154 | Actividades de pesca o comercio |
| 23 | | X155 | Otras actividades |
| 24 | | X161 | Decidió visitar por el paisaje, belleza escénica, naturaleza |
| 25 | | X162 | Decidió visitar por recreación |
| 26 | | X163 | Decidió visitar por turismo |
| 27 | | X164 | Decidió visitar por investigación |
| 28 | | X165 | Decidió visitar para extraer productos acuíferos |
| 29 | | X166 | Decidió visitar por otros motivos |
| 30 | | X17 | ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje? |
| <hr/> | | | |
| 31 | | X21 | ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante? |
| 32 | | X22 | ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla? |
| 33 | | X23 | ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada? |
| 34 | | X24 | ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla? |
| 35 | Factores ambientales | X25 | ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla? |
| 36 | | X26 | ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades? |
| 37 | | X27 | ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA? |
| 38 | | X28 | Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla |

| | | | | |
|----|-----------------------------------|------------------------|---|------------------------|
| 39 | | X29 | ¿Qué cree que ocasiono la enfermedad? | |
| 40 | | X30 | Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla | |
| 41 | | X31 | ¿Cuáles estados de conservación? | |
| 42 | | X32 | ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación? | |
| 43 | | X33 | ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar? | |
| 44 | | X34 | ¿Qué servicios se debe implementar? | |
| 45 | | X35 | ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar? | |
| 46 | | X36 | ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla? | |
| 47 | | X37 | ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla? | |
| 48 | | X38 | ¿Hizo mucho ruido? | |
| 49 | | X39 | ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido? | |
| 50 | | X18 | Precio mínimo de la disponibilidad a pagar | |
| 51 | Pago de los servicios ambientales | X19 | Precio máximo de la disponibilidad a pagar | |
| 52 | | X20 | ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar? | |
| 53 | Y: Turistas | Disponibilidad de Pago | Y1 | Disponibilidad a pagar |

3.3.5. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en la investigación es no experimental de tipo transversal o transeccional correlacional – causal, ya que en este estudio no se manipuló las variables y solo se observaron en su estado natural. Así mismo se basó en la recolección de datos en un solo momento, con el propósito de describir la relación entre variables en un momento determinado.

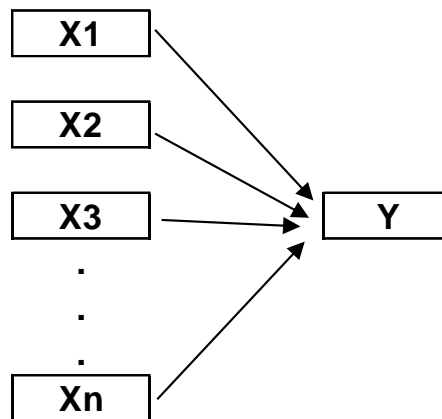


Figura 2. Esquema del diseño de investigación

3.3.6. Población y muestra

1) Población

La población del presente trabajo de investigación estuvo compuesta por 118 599 visitantes que acuden a la ciudad de Tingo María, datos extraídos de la Municipalidad Distrital de Mariano Dámaso Beraún (2024) del sector turismo.

Con la finalidad de minimizar sesgos, se excluirá a la población menor de edad, ya que por lo general no tienen responsabilidades financieras (Riera, 1994).

2) Muestra

Para determinar el tamaño de muestra en la presente investigación, se usó la fórmula de cálculo para muestras finitas:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 PQ} \quad (1)$$

Donde:

N = Población (118599)

n = Tamaño de la muestra necesaria (427)

P = Probabilidad de que evento ocurra (0,8)

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (0,2)

$Z_{\alpha/2} = 1.96$

$E = 0.04$

3.3.7. Técnicas e instrumentos de investigación

La técnica de investigación que se empleó fue una encuesta y el instrumento un cuestionario que contó con preguntas abiertas y cerradas el cual fue aplicado a

los turistas que visitaron el balneario La Alcantarilla. La encuesta es una técnica utilizada para obtener la información necesaria de un grupo de individuos, esto es con la finalidad de encontrar el objeto de estudio planteado (Hernández et al.,2014). Así mismo la observación, permitió conocer más información de la realidad del lugar a través de visitas de campo al balneario La Alcantarilla.

Se considerará en el cuestionario aspectos socioeconómicos, contexto de la zona de estudio y componentes ambientales, lo cual permitió determinar la disposición a pagar y la percepción de los visitantes con respecto a las condiciones ambientales del balneario La Alcantarilla.

Inicialmente se aplicó una encuesta piloto a 50 visitantes del balneario La Alcantarilla, lo que permitió realizar ajustes para la encuesta final. La encuesta final fue aplicada los sábados y domingos, debido a que estos días el lugar es mayormente acogido por los visitantes.

3.3.8. Análisis de datos

Se empleó el modelo econométrico Logit en función a los factores socioeconómicos, ambientales y la disposición a pagar. El modelo Logit, es una regresión logística que mide probabilidades. Para la estimación del modelo Logit se utilizó la siguiente ecuación (Guajarati & Porter, 2010):

$$L = f(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \mu_i) \quad (3)$$

Donde:

f = Función logística de probabilidades

β_1 = Parámetro a estimar de acuerdo con las variables consideradas

β_2 = Parámetro a estimar de acuerdo con las variables consideradas

μ = Error

i = Índice de diferenciación de variables

La validación del estadístico y la prueba de hipótesis estarán en función del chi cuadrado ($\chi^2 < 0.05$) del ajuste del modelo.

3.4. Metodología

El método de valoración económica que se empleó para el desarrollo de esta investigación es la valoración contingente, técnica que se basa en las preferencias, lo cual permitió determinar la disposición a pagar de cada visitante del balneario La Alcantarilla, por obtener o mantener un bien ambiental, esto se realizó a partir de encuestas (Tomasini, 2020).

3.4.1. Identificación de los factores socioeconómicos y ambientales de los turistas local y nacional que visiten el balneario La Alcantarilla

Para el desarrollo de la presente investigación, se consideró las etapas usadas por Riera, (1994) para aplicar el método de valoración contingente, los cuales son: Definir el objeto de valoración, simulación de mercado hipotético, población y selección de muestra, aplicación de entrevistas y análisis estadísticos.

Se establecerá un escenario hipotético de mercado en el cual se ofreció un servicio ambiental, en específico el servicio recreativo, donde los visitantes fueron los demandantes del servicio. Para ello se seleccionó una forma adecuada de pago, lo cual se definió como parte del costo de entrada o tarifa de acceso (Riera, 1994). Para ello fue necesario conocer las condiciones socioeconómicas del encuestado.

Esta información se recopiló a partir de la encuesta a los visitantes del balneario La Alcantarilla, teniendo en cuenta interrogantes referidas a: genero del encuestado, edad, grado académico, ingreso salarial, lugar de procedencia, movilidad usada para asistir al balneario, frecuencia de visitas, cantidad de personas con la que asiste y tiempo de permanencia en el lugar, los datos fueron analizados mediante Tablas y Figuras.

Así mismo, se conoció la percepción ambiental de los turistas con respecto a la contaminación, a partir del uso de preguntas sobre: ¿Que problemas ambientales impactan el balneario La Alcantarilla?, ¿Cuál es el estado de conservación del balneario La Alcantarilla?; y para conocer sobre el tema de salubridad por el uso de los servicios ecosistémicos del balneario La Alcantarilla, principalmente recreativo, se consideraran las preguntas: ¿Cree usted que el balneario La Alcantarilla es un foco infeccioso de enfermedades?, ¿Alguna vez a contraído enfermedad por el uso del balneario La Alcantarilla? , para este ítem se usarán respuestas dicotómicas y abiertas.

3.4.2. Estimación de la función de demanda del valor de uso indirecto de los turistas locales y nacionales por el uso del servicio ecosistémico del balneario La Alcantarilla

Se estimó la curva de demanda del uso de los servicios ecosistémicos del balneario La Alcantarilla en relación con los indicadores socioeconómicos obtenidos en la encuesta. Para ello se usó modelos econométricos, logísticos y de regresión lineal múltiple, a partir del programa estadístico SPSS y Excel; se relacionará la variable de investigación X: “Valoración económica de los servicios ecosistémicos” con respecto a la variable X: “turistas”

y las variables fue seleccionado a partir del t estadístico o nivel de significancia, con lo que se generó la curva de demanda de la disponibilidad de pago.

3.4.3. Estimación del pago del servicio ecosistémico del balneario La Alcantarilla

Para conocer sobre la disposición a pagar (DAP) se planteó un caso hipotético, el cual se planteó una pregunta al encuestado sobre la disponibilidad a pagar, para ello se usó respuestas dicotómicas; es decir, el encuestado debe responder con un “sí” o “no”. Posterior a ello, se realizó una pregunta abierta sobre la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar por el uso de los servicios ecosistémicos del balneario.

Para estimar la DAP, se utilizó el modelo Logit y de regresión lineal múltiple, que permitió el procesamiento estadístico de los datos obtenidos en la encuesta, a partir de una regresión econométrica.

El modelo Logit, es un modelo de regresión logística de mayor simplicidad y aplicación, debido a que las fórmulas son interpretables y la probabilidad de elección se basa en dos alternativas, con respuestas dicotómicas como variable dependiente (Train, 2009). Para realizar este modelo se utilizó el programa SPSS versión estudiantil. Las variables de interés se codificaron en valores numéricos y lo mismo se realizó para el modelo de regresión lineal múltiple.

Para el análisis de datos también se tomó en cuenta el promedio y la mediana de los valores de la DAP del balneario La Alcantarilla. Para determinar si existen diferencias significativas en los valores basados en la preferencia de los visitantes al expresar su máxima disposición a pagar (mDAP) o si estas son atribuibles a las variaciones inducidas por el muestro, se utilizó la prueba Ji cuadrado (χ^2) para la bondad de ajuste en el contexto de probabilidades multinomiales. Así mismo, permitió identificar las variables que influenciarán la DAP de los encuestados a nivel estadístico (Mendelham, 1990).

Para evaluar la influencia de las variables sobre la máxima DAP, se realizó comparaciones entre las medias de la máxima DAP de subgrupos específicos (como género, edad, nivel educativo y nivel de ingresos) mediante análisis estadísticos (Mendenhall, 1990). Análisis estadísticos que tomó en cuenta la media aritmética \bar{x} , mediana \tilde{x} , varianza s^2 , desviación estándar s , coeficiente de variación CV% y el DAP que está en la ecuación (1).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Caracterización de los factores socioeconómicos y ambientales de los turistas

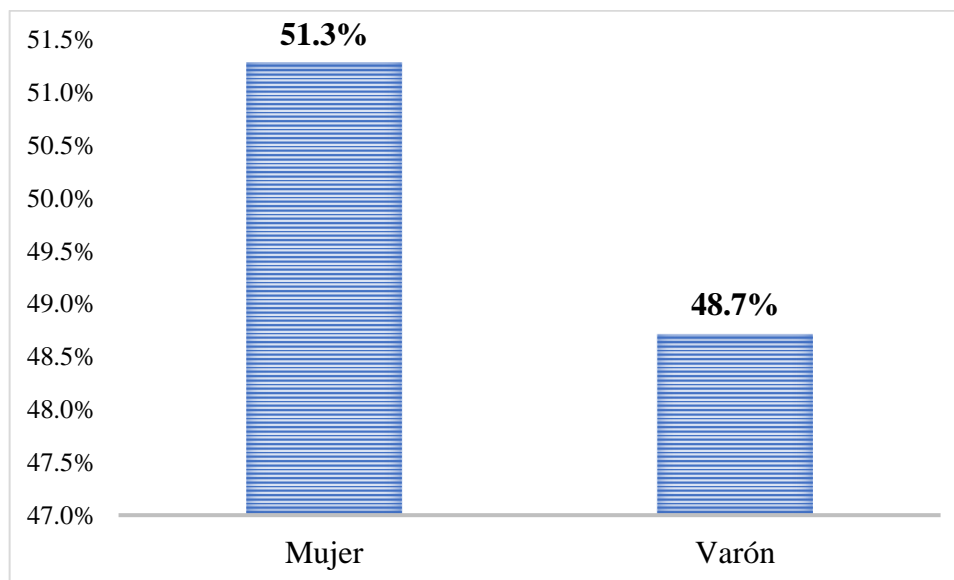


Figura 3. Genero del turista encuestado

En la figura 3 se observa que de los 427 encuestados el 51,3 % de los visitantes son Mujeres y el 48,7 % son Varones podemos decir que la distribución de género entre los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla es bastante equilibrada, con una leve predominancia femenina 51.29%. Este equilibrio sugiere que tanto hombres como mujeres encuentran el balneario igualmente atractivo como destino turístico. Este análisis puede ayudar a las autoridades del lugar a diseñar estrategias de promoción que consideren este equilibrio de género, así como mejorar las instalaciones o actividades para atraer a ambos géneros de manera equitativa.

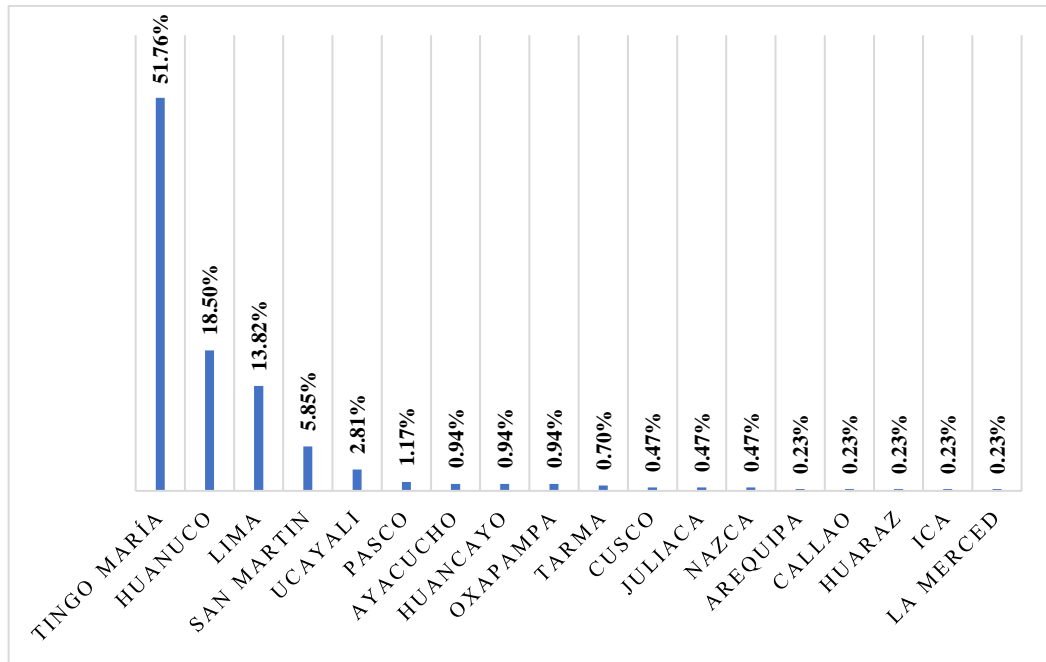


Figura 4. Procedencia del turista encuestado

En la Figura 4 se observa que, de los 427 encuestados, la mayoría de los turistas provienen de Tingo María, representando el 51.76% del total. Le sigue un 18.50% de visitantes provenientes de Huánuco, y un 13.82% de la ciudad de Lima, la capital del país. Estos tres lugares concentran una parte importante de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla, mientras que el resto de los encuestados proviene de otras regiones en porcentajes mucho menores. Entre estas, San Martín con un 5.85% y Ucayali con un 2.81% destacan ligeramente. Las demás regiones, como Pasco 1.17%, Ayacucho, Huancayo y Oxapampa (todas con 0.94%), aportan un flujo turístico marginal.

Podemos decir que el balneario La Alcantarilla tiene una marcada preferencia entre los habitantes de Tingo María y Huánuco, lo que sugiere que el sitio es un atractivo turístico predominante para personas que residen en áreas geográficamente cercanas. Esto pone en evidencia que el balneario es principalmente un destino de turismo regional, con menor presencia de visitantes de regiones más alejadas.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a focalizar sus estrategias de promoción principalmente en estas áreas de influencia, como Tingo María, Huánuco, y otras cercanas, para consolidar aún más la afluencia local. Asimismo, sería oportuno fortalecer la infraestructura turística y mejorar los accesos para atraer a turistas de regiones más distantes, como Lima o del extranjero, lo que diversificaría el perfil de visitantes y aumentaría el potencial económico del balneario. Además, esto podría incluir alianzas con agencias de viajes o campañas publicitarias

orientadas a captar turistas de lugares como Lima, que ya representa un porcentaje significativo y podría crecer con una promoción adecuada.

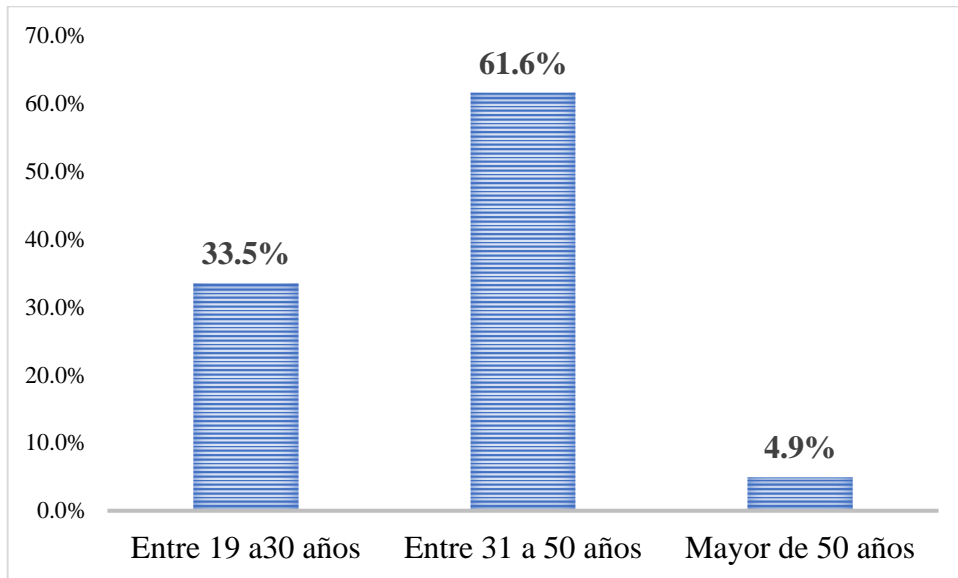


Figura 5. Edad del entrevistado

En la Figura 5 se observa que, de los 427 encuestados, el 33.49% tiene una edad comprendida entre los 19 y 30 años, mientras que el 61.59% pertenece al grupo de 31 a 50 años, y solo el 4.92% tiene más de 50 años. Podemos decir que la mayoría de los visitantes del balneario La Alcantarilla son adultos de mediana edad, con una representación significativa de jóvenes adultos, pero una presencia relativamente baja de personas mayores.

Esto sugiere que el balneario es más popular entre personas en etapas de la vida activa, ya sea por su capacidad para disfrutar de actividades recreativas o porque tienen mayor flexibilidad para viajar. El grupo de adultos jóvenes también tiene una presencia considerable, lo que puede reflejar su interés por los espacios naturales como una opción de ocio.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a ajustar las actividades recreativas y servicios del balneario para atender mejor las preferencias de estos grupos etarios. Además, se podrían desarrollar campañas específicas para atraer a personas mayores, ofreciendo servicios más accesibles o actividades adecuadas para su perfil, con el fin de aumentar su participación y diversificar aún más la audiencia del balneario.

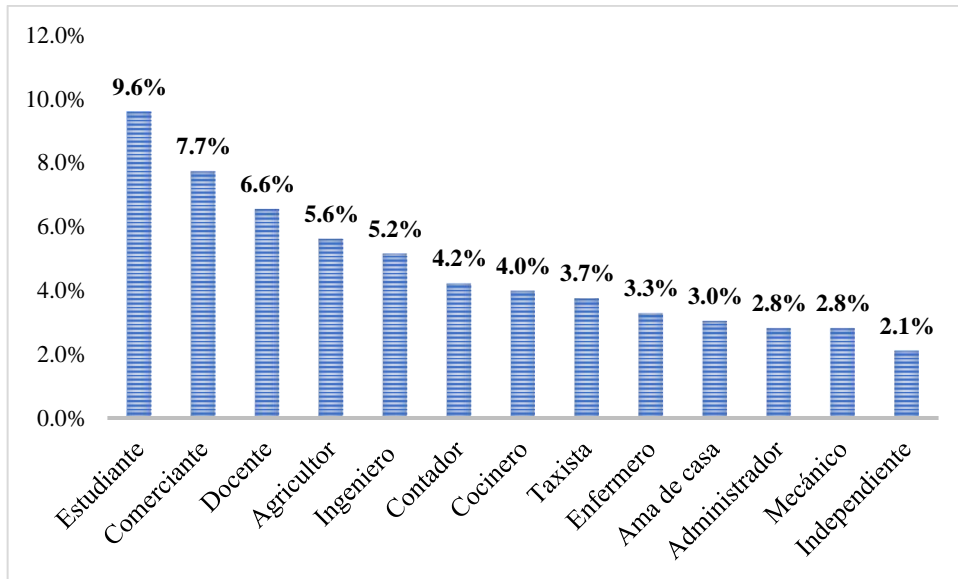


Figura 6. Ocupación del entrevistado

En la Figura 6 se observa que de los 427 encuestados, el 9.60% son estudiantes, el 7.73% son comerciantes y el 6.56% son docentes. Las ocupaciones con menor representación incluyen agricultores (5.62%), ingenieros (5.15%) y contadores (4.22%). El resto de los encuestados está compuesto por diversas ocupaciones con porcentajes que oscilan entre el 3.98% y el 0.23%, como cocineros, taxistas, enfermeros, entre otros.

Podemos decir que la mayoría de los visitantes tienen ocupaciones relacionadas con el sector educativo, comercial y agrícola, lo que sugiere que el balneario atrae a personas de distintos ámbitos laborales, con una mayor participación de estudiantes y trabajadores independientes o de oficios. También es notable la diversidad de profesiones presentes, desde empleados del sector servicios hasta personas con formación técnica o profesional.

Esto sugiere que el balneario La Alcantarilla es un destino turístico que atrae a una audiencia diversa en términos de ocupación, lo que refleja su atractivo para diferentes grupos socioeconómicos. Este análisis puede ayudar a las autoridades a diseñar actividades y servicios que se adapten a las necesidades de estos diferentes grupos. Además, podría ser útil desarrollar estrategias de marketing dirigidas a sectores específicos, como el estudiantil o el comercial, para aumentar la afluencia de visitantes.

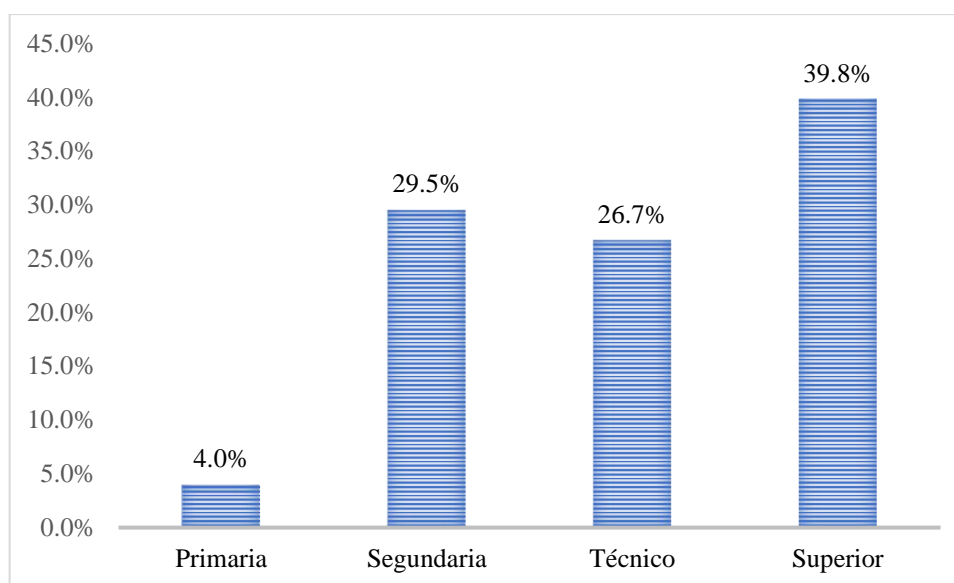


Figura 7. Nivel de estudios del entrevistado

En la Figura 7 se observa que, de los 427 encuestados, el 3,98% tiene nivel de estudios primarios, el 29,51% tiene secundaria, el 26,70% cuenta con estudios técnicos, y el 39,81% tiene educación superior. Podemos decir que la mayoría de los visitantes del balneario La Alcantarilla poseen un nivel educativo superior, lo que sugiere que el perfil de los turistas que visitan este balneario tiende a ser más educado.

Este predominio de personas con educación superior puede indicar que los turistas son más conscientes de los beneficios de los servicios ecosistémicos y la importancia de la conservación ambiental. Además, es probable que estos turistas tengan un mayor poder adquisitivo y estén dispuestos a invertir en experiencias que incluyan la preservación de la naturaleza y el disfrute de ambientes limpios y bien mantenidos.

La significativa representación de personas con estudios secundarios y técnicos también sugiere que hay un amplio interés en la oferta del balneario, lo que podría reflejar la accesibilidad de la zona y la variedad de actividades que atraen a diferentes niveles educativos. Sin embargo, la menor representación de quienes solo han completado la educación primaria podría indicar que el balneario es menos atractivo para aquellos con menor formación académica, quizás por la falta de actividades que se alineen con sus preferencias o expectativas.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a ajustar las actividades recreativas y servicios del balneario para atender mejor las preferencias de los distintos grupos educativos. Por ejemplo, podrían diseñarse programas de educación ambiental que fomenten la

participación de los turistas con menor nivel educativo, permitiendo así que todos los visitantes puedan disfrutar y valorar los servicios ecosistémicos.

Además, se podrían desarrollar campañas de marketing dirigidas específicamente a grupos con estudios secundarios y técnicos, destacando la oferta de actividades recreativas que puedan resultar atractivas para ellos. Esto no solo podría aumentar la participación de estos grupos, sino que también diversificaría aún más la audiencia del balneario, lo que podría contribuir a una mayor sostenibilidad y a una oferta de servicios más inclusiva.

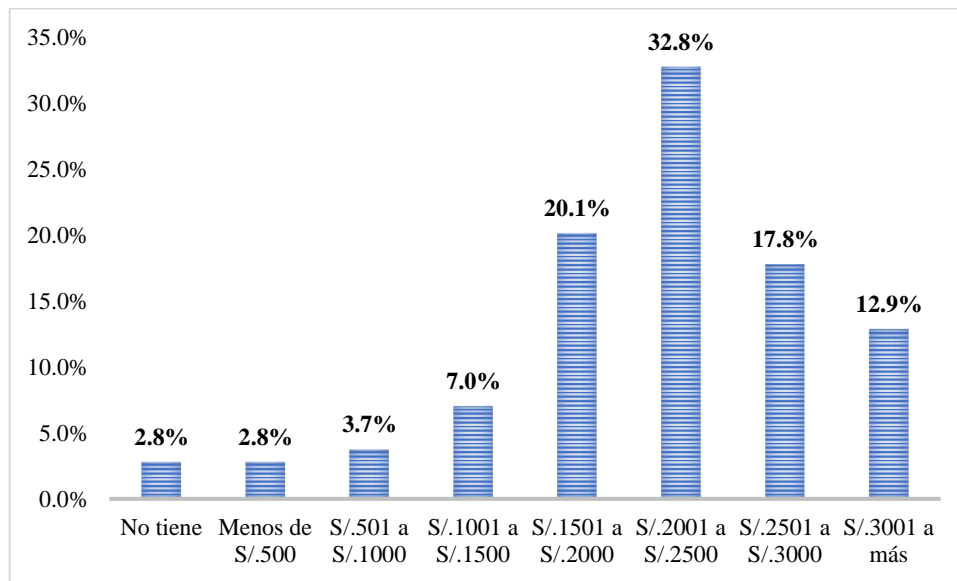


Figura 8. Promedio de su ingreso mensual

En la Figura 8 se observa que, de los 427 encuestados, el 2,81% no tiene ingresos, otro 2,81% reporta ingresos de menos de S/.500, el 3,75% tiene ingresos entre S/.501 y S/.1000, el 7,03% se sitúa en el rango de S/.1001 a S/.1500, el 20,14% tiene un ingreso de S/.1501 a S/.2000, el 32,79% se encuentra en el rango de S/.2001 a S/.2500, el 17,80% en S/.2501 a S/.3000, y el 12,88% reporta ingresos de S/.3001 o más.

Podemos decir que la mayoría de los visitantes del balneario La Alcantarilla tiene ingresos mensuales relativamente altos, con un 32,79% de los encuestados en el rango de S/.2001 a S/.2500 y un 20,14% entre S/.1501 y S/.2000. Esto sugiere que el balneario atrae a un público con mayor capacidad adquisitiva, lo que puede influir en sus expectativas respecto a la calidad de los servicios y experiencias que ofrece el lugar.

La presencia de un 12,88% de encuestados que gana más de S/.3001 indica que también hay un segmento de turistas de alto poder adquisitivo que podría estar interesado en actividades premium, como el ecoturismo de lujo o servicios exclusivos. Este perfil de ingreso permite

inferir que estos turistas pueden estar más dispuestos a pagar por la conservación y mejora de los servicios ecosistémicos, así como a participar en iniciativas de sostenibilidad.

Sin embargo, también es importante notar que un 2,81% de los encuestados no tiene ingresos y otro 2,81% reporta ingresos de menos de S/.500, lo que sugiere que hay un pequeño grupo de visitantes con limitaciones económicas. Este análisis puede ayudar a las autoridades a considerar estrategias que hagan el balneario accesible para una mayor diversidad de turistas, incluyendo programas de tarifas reducidas o actividades de bajo costo.

Además, se podrían implementar promociones y paquetes que atraigan a quienes se encuentran en el rango más bajo de ingresos, asegurando que el balneario no solo sea un destino para aquellos con mayor capacidad económica, sino que también ofrezca oportunidades inclusivas para todos los segmentos de la población. Esto podría no solo aumentar la afluencia de visitantes, sino también promover una imagen más equitativa y responsable del balneario.

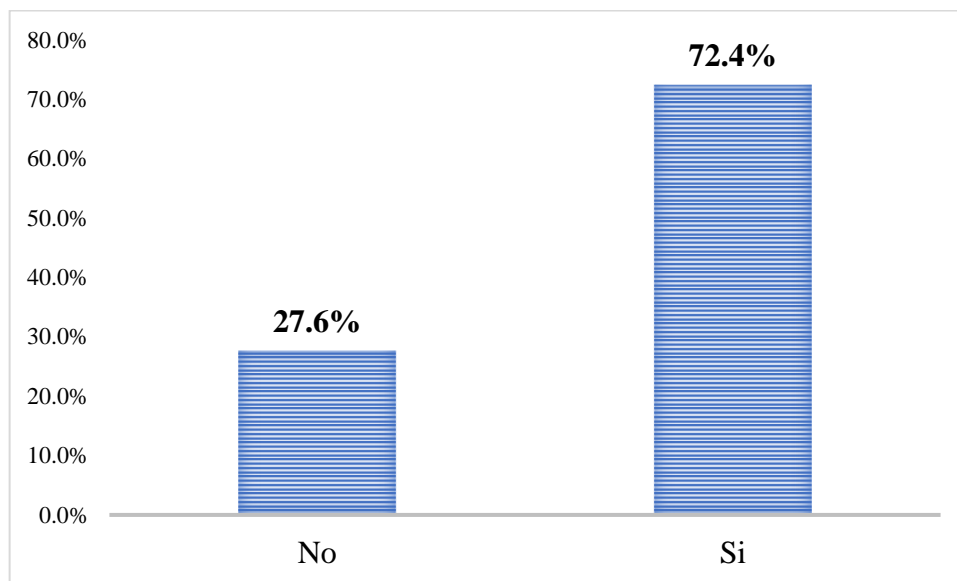


Figura 9. ¿Ha venido antes a este lugar?

En la Figura 9 se observa que, de los 427 encuestados, el 27,63% afirma que no ha visitado el balneario La Alcantarilla anteriormente, mientras que un 72,37% indica que sí lo ha hecho. Podemos decir que la mayoría de los visitantes son recurrentes, lo que sugiere que el balneario cuenta con una base sólida de turistas leales que regresan debido a experiencias positivas previas. Este alto porcentaje de visitantes recurrentes indica que el balneario probablemente ofrece servicios y actividades que cumplen con las expectativas de sus usuarios, fomentando así una experiencia satisfactoria. Además, esta lealtad puede reflejar una buena

calidad en la atención al cliente y en las condiciones del entorno, así como una oferta de actividades que resuena con los intereses de los turistas.

Por otro lado, el 27,63% de los encuestados que son nuevos visitantes puede representar una oportunidad para que el balneario aumente su afluencia. Es crucial entender las motivaciones de estos nuevos turistas y cómo se enteraron del balneario, lo que podría proporcionar información valiosa para estrategias de marketing y promoción.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a desarrollar programas que incentiven a los visitantes nuevos a regresar, como promociones especiales para su próxima visita o actividades que les animen a explorar más el balneario. Además, podrían implementar encuestas para recoger opiniones de los nuevos visitantes, lo que podría contribuir a mejorar la experiencia general y aumentar la tasa de retorno.

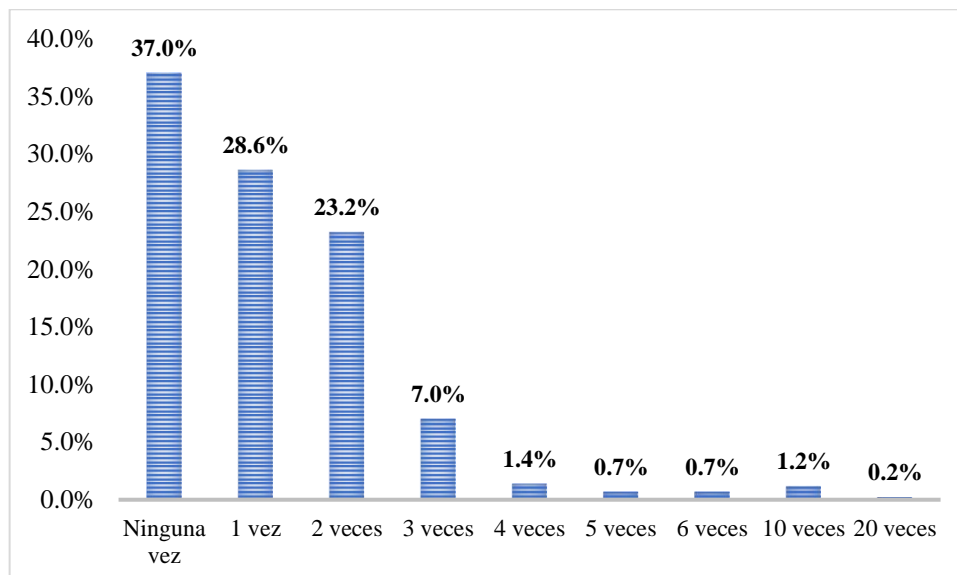


Figura 10. ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año?

En la Figura 10 se observa que, de los 427 encuestados, el 37,00% ha visitado el balneario La Alcantarilla ninguna vez en el último año, el 28,57% ha realizado una visita, el 23,19% ha estado dos veces, el 7,03% ha visitado tres veces, el 1,41% ha ido cuatro veces, y un pequeño porcentaje ha visitado el balneario cinco veces (0,70%), seis veces (0,70%), diez veces (1,17%) y veinte veces (0,23%).

Podemos decir que más de un tercio de los encuestados no ha visitado el balneario en el último año, lo que sugiere que hay un potencial significativo para atraer a estos visitantes, así como mejorar su experiencia para convertirlos en turistas recurrentes. Entre aquellos que han

visitado el balneario, la mayoría ha realizado entre una y dos visitas, lo que también indica que, aunque algunos han vuelto, la frecuencia de visitas podría ser más alta.

La baja proporción de visitantes que han ido al balneario más de tres veces en el último año (sólo un 1,41% ha visitado cuatro veces o más) sugiere que, aunque hay lealtad entre algunos turistas, muchos no están volviendo con la suficiente frecuencia. Esto podría deberse a factores como la falta de nuevas actividades o eventos que incentiven a los visitantes a regresar, o bien a la percepción de que no hay cambios significativos que justifiquen una visita adicional en un corto período de tiempo.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a identificar estrategias para fomentar una mayor frecuencia de visitas. Por ejemplo, podrían implementar un calendario de eventos estacionales o actividades especiales que atraigan a visitantes tanto nuevos como recurrentes. Además, realizar encuestas para entender por qué un número tan elevado de turistas no ha regresado podría proporcionar información valiosa para ajustar la oferta del balneario.

En general, aunque hay un número considerable de nuevos visitantes y un grupo leal que regresa, el desafío radica en convertir a los visitantes ocasionales en recurrentes y atraer a aquellos que no han visitado el balneario en el último año. Una estrategia bien diseñada podría no solo aumentar la afluencia de turistas, sino también contribuir a la sostenibilidad a largo plazo del balneario La Alcantarilla.

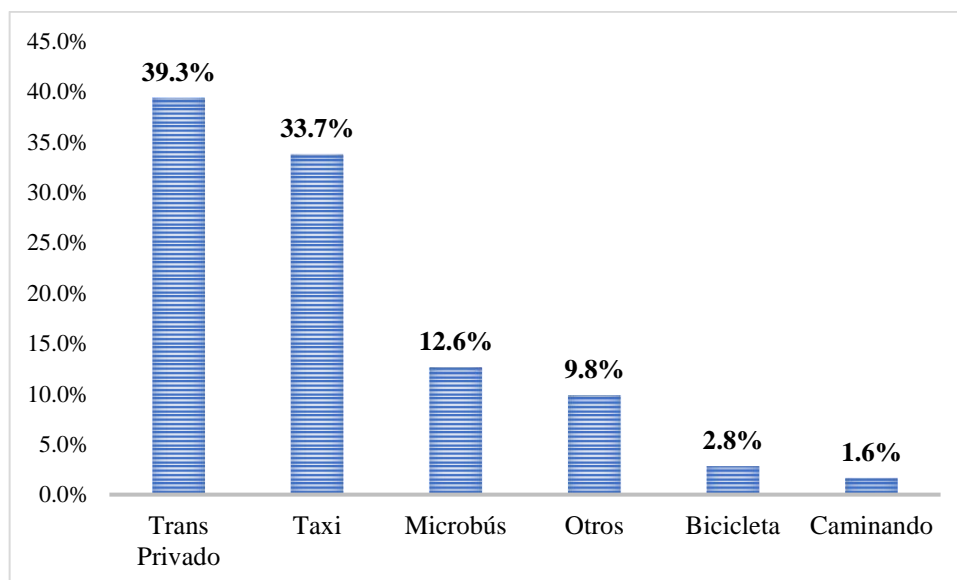


Figura 11. ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla?

En la Figura 11 se observa que, de los 427 encuestados, el 39,34% utilizó transporte privado para llegar al balneario La Alcantarilla, el 33,72% optó por taxi, el 12,65% utilizó

microbús, y un 9,84% llegó en otros medios de transporte. Además, un 2,81% llegó en bicicleta y un 1,64% caminando. Podemos decir que la mayoría de los visitantes (un 73,06%) emplea transporte privado o taxi, lo que sugiere que el balneario es más accesible para aquellos que tienen vehículos o que prefieren la comodidad de un taxi. Esto podría indicar que los turistas valoran la conveniencia y la rapidez al desplazarse hacia el balneario, lo que puede estar relacionado con la búsqueda de una experiencia relajante y sin complicaciones.

La menor proporción de visitantes que llegaron en microbús, bicicleta o caminando (totalizando solo 16,10%) sugiere que, aunque hay opciones de transporte público y alternativas más sostenibles, su uso es limitado. Esto podría reflejar la infraestructura de transporte en la zona, que puede no estar suficientemente desarrollada para facilitar el acceso a quienes dependen de medios de transporte público o no motorizados.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a considerar mejoras en la infraestructura de transporte, como la implementación de rutas de transporte público que faciliten el acceso al balneario, así como la creación de carriles para bicicletas que incentiven a los visitantes a optar por medios de transporte más sostenibles. Además, se podría fomentar el uso de servicios de microbuses mediante promociones y la colaboración con empresas de transporte local.

En general, aunque el balneario es principalmente accesible por transporte privado y taxi, hay una oportunidad para diversificar los medios de transporte utilizados por los visitantes, promoviendo así opciones más sostenibles y mejorando la accesibilidad general para todos los turistas, lo que podría contribuir a un turismo más responsable y sostenible en La Alcantarilla.

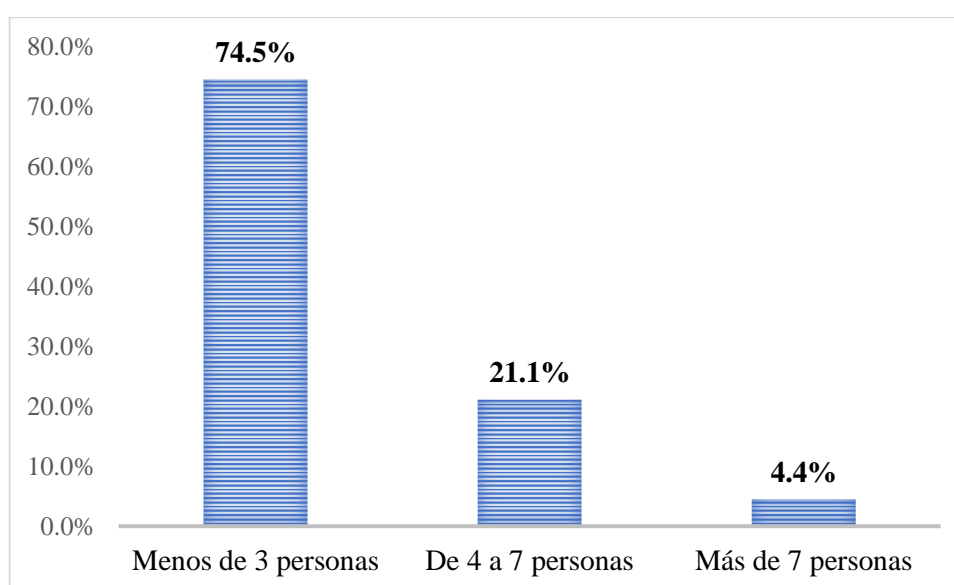


Figura 12. ¿Con cuántas personas vino?

En la Figura 12 se observa que, de los 427 encuestados, el 74,47% llegó al balneario La Alcantarilla acompañado de menos de 3 personas, el 21,08% vino con un grupo de entre 4 y 7 personas, y solo el 4,45% llegó con más de 7 personas.

Podemos decir que la gran mayoría de los visitantes prefiere venir en grupos pequeños, lo que sugiere que muchos turistas valoran la intimidad y la conexión personal que se puede disfrutar en compañía de familiares o amigos cercanos. Esto también puede indicar que las actividades y servicios del balneario son más atractivos para grupos reducidos, que permiten una experiencia más personalizada y relajante.

La menor proporción de visitantes que llegaron en grupos grandes (más de 7 personas) sugiere que, aunque hay un interés en actividades grupales, estos grupos son relativamente poco comunes. Esto podría reflejar una preferencia por disfrutar de la experiencia de manera más íntima o la naturaleza del balneario, que puede estar más orientada a la recreación individual o en pequeños grupos.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a desarrollar estrategias que atraigan tanto a grupos pequeños como a grupos más grandes. Por ejemplo, podrían ofrecer paquetes especiales o actividades diseñadas para grupos grandes, como excursiones, eventos o talleres que fomenten la interacción y el trabajo en equipo. También podrían considerar la creación de espacios y actividades que sean adecuadas para grupos más grandes, lo que podría diversificar la oferta del balneario y atraer a una gama más amplia de visitantes.

En general, la preferencia por grupos pequeños indica que La Alcantarilla puede ser un destino ideal para quienes buscan una experiencia más cercana y personal, mientras que la inclusión de ofertas para grupos más grandes podría enriquecer la experiencia de otros visitantes y contribuir al crecimiento del balneario.

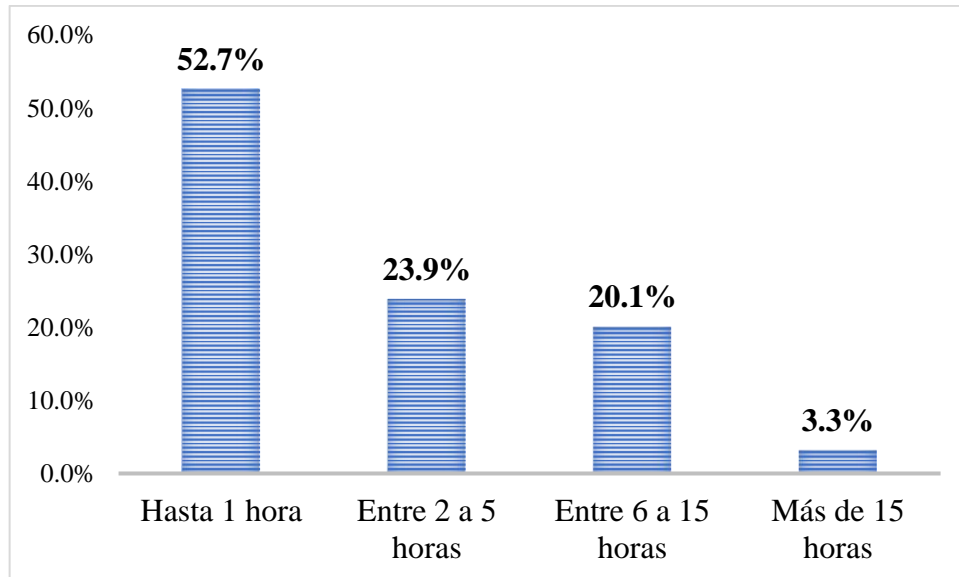


Figura 13. ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar?

En la Figura 13 se observa que, de los 427 encuestados, el 52,69% empleó hasta 1 hora para llegar al balneario La Alcantarilla, el 23,89% utilizó entre 2 y 5 horas, el 20,14% llegó en un tiempo de entre 6 a 15 horas, y solo el 3,28% tardó más de 15 horas.

Podemos decir que la mayoría de los visitantes tiene un acceso relativamente fácil al balneario, ya que más de la mitad llega en menos de una hora. Esto sugiere que La Alcantarilla es un destino atractivo para escapadas cortas y visitas espontáneas, lo que podría ser un factor importante en la elección de este balneario como lugar de recreo.

La representación del 23,89% de los encuestados que tardaron entre 2 y 5 horas indica que hay un segmento significativo de turistas que viajan desde áreas más alejadas, lo que podría ser una buena oportunidad para desarrollar paquetes turísticos que ofrezcan experiencias más completas, tales como actividades adicionales o servicios de alojamiento.

Por otro lado, el 20,14% que empleó entre 6 a 15 horas para llegar sugiere que el balneario también puede atraer a turistas de lugares lejanos, aunque su presencia es menor. Este grupo podría estar interesado en ofertas que incluyan estancias prolongadas o actividades que maximicen su tiempo en el balneario.

El bajo porcentaje de visitantes que tardan más de 15 horas para llegar (solo 3,28%) sugiere que, aunque hay algunos que vienen de lugares muy lejanos, este tiempo de viaje podría ser una limitante para el turismo, ya que puede hacer que el viaje sea menos atractivo.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a identificar estrategias que mejoren la accesibilidad y la experiencia de viaje. Por ejemplo, podrían considerar la promoción

de opciones de transporte que faciliten el acceso desde ciudades más lejanas, así como el desarrollo de paquetes que incluyan transporte y actividades para quienes viajan distancias largas.

En general, la mayoría de los visitantes llegan rápidamente al balneario, lo que lo hace atractivo para escapadas cortas, mientras que hay oportunidades para atraer a turistas de mayor distancia a través de estrategias de marketing que resalten la oferta completa de experiencias en La Alcantarilla.

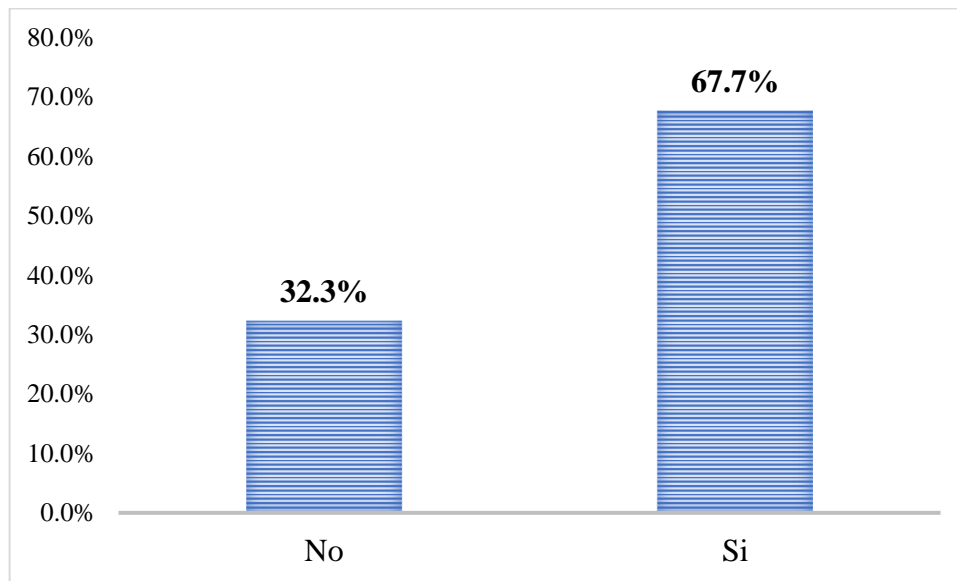


Figura 14. ¿Su visita de hoy fue planificada para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural?

En la Figura 14 se observa que, de los 427 encuestados, el 32,32% indica que su visita al balneario La Alcantarilla no fue planificada para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural, mientras que el 67,68% afirma que sí había planificado su visita con ese propósito.

Podemos decir que una mayoría significativa de los visitantes (más del 67%) considera a La Alcantarilla como un destino adecuado para actividades recreativas, lo que sugiere que el balneario cumple con las expectativas de los turistas que buscan disfrutar de la naturaleza y sus servicios. Este interés por la planificación de la visita puede reflejar una intención consciente de disfrutar de las ofertas recreativas que brinda el balneario, lo que podría estar relacionado con su reputación y la promoción de actividades al aire libre.

Por otro lado, el 32,32% de los encuestados que no planificaron su visita puede representar una oportunidad para atraer a más turistas a través de estrategias de marketing que destaquen las características recreativas y naturales del balneario. Este grupo podría incluir

visitantes espontáneos que decidieron acudir al balneario por recomendaciones o simplemente por la cercanía, lo que sugiere que hay potencial para convertir esas visitas no planificadas en futuras visitas programadas.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a considerar la implementación de iniciativas que incentiven la planificación de visitas, como promociones especiales para quienes reserven con antelación o paquetes que incluyan actividades recreativas. También podrían ofrecer información sobre los diferentes tipos de experiencias recreativas disponibles, como senderismo, avistamiento de fauna y flora, o actividades acuáticas, para fomentar la intención de visita.

En general, aunque la mayoría de los visitantes planifica su tiempo recreacional en el balneario, hay una oportunidad clara para atraer a más turistas a través de estrategias que resalten las experiencias recreativas que ofrece La Alcantarilla, potenciando así la sostenibilidad y el crecimiento del turismo en esta área natural.

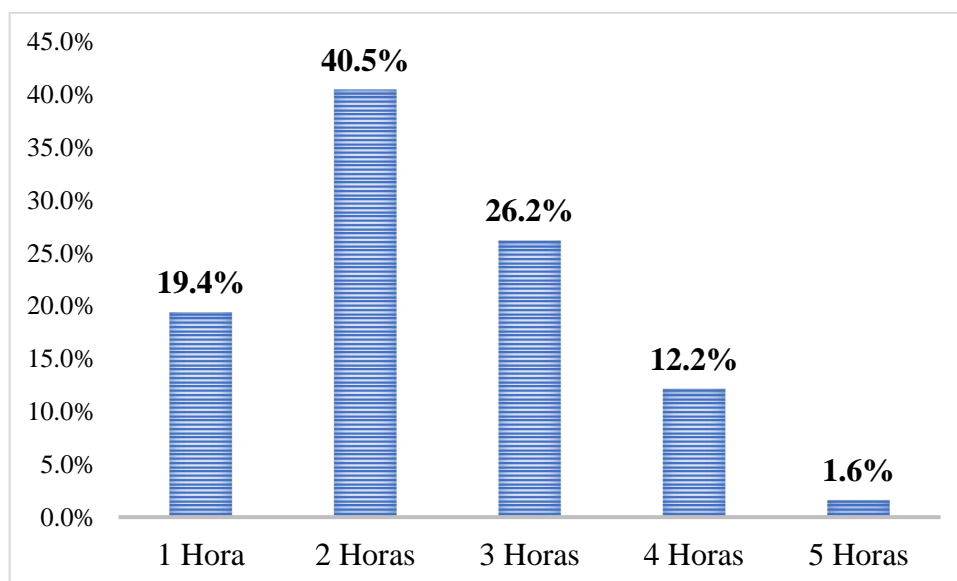


Figura 15. ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar?

En la Figura 15 se observa que, de los 427 encuestados, el 19,44% estima permanecer en el balneario La Alcantarilla durante 1 hora, el 40,52% planea quedarse 2 horas, el 26,23% estima estar 3 horas, el 12,18% permanecerá 4 horas, y solo el 1,64% tiene la intención de estar 5 horas.

Podemos decir que la mayoría de los visitantes (un 40,52%) planea quedarse aproximadamente 2 horas, lo que sugiere que el balneario es visto como un destino adecuado para visitas breves, quizás como parte de una escapada más amplia o una actividad recreativa

de medio día. La presencia significativa de turistas que planean permanecer entre 2 y 3 horas (un total del 66,75%) indica que hay una buena oportunidad para que el balneario ofrezca actividades que maximicen el tiempo de los visitantes, asegurando que su estancia sea atractiva y memorable.

El menor porcentaje de visitantes que planean quedarse 4 o más horas (solo 13,82%) sugiere que hay un margen para incentivar estancias más prolongadas. Esto podría ser importante para el desarrollo de ofertas que fomenten la permanencia, como eventos especiales, actividades programadas o servicios de alimentos y bebidas que alienten a los visitantes a pasar más tiempo en el balneario.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a implementar estrategias que aumenten el tiempo de permanencia de los turistas. Por ejemplo, podrían considerar la organización de talleres, excursiones guiadas o actividades recreativas que requieran más tiempo y que puedan atraer a los visitantes a disfrutar de una experiencia más completa en el lugar.

En general, aunque la mayoría de los visitantes planea estancias relativamente cortas, hay oportunidades claras para fomentar visitas más prolongadas a través de la creación de experiencias atractivas que inviten a los turistas a quedarse más tiempo en La Alcantarilla, contribuyendo así a un turismo más sostenible y a un mayor aprovechamiento de los servicios ofrecidos en el balneario.

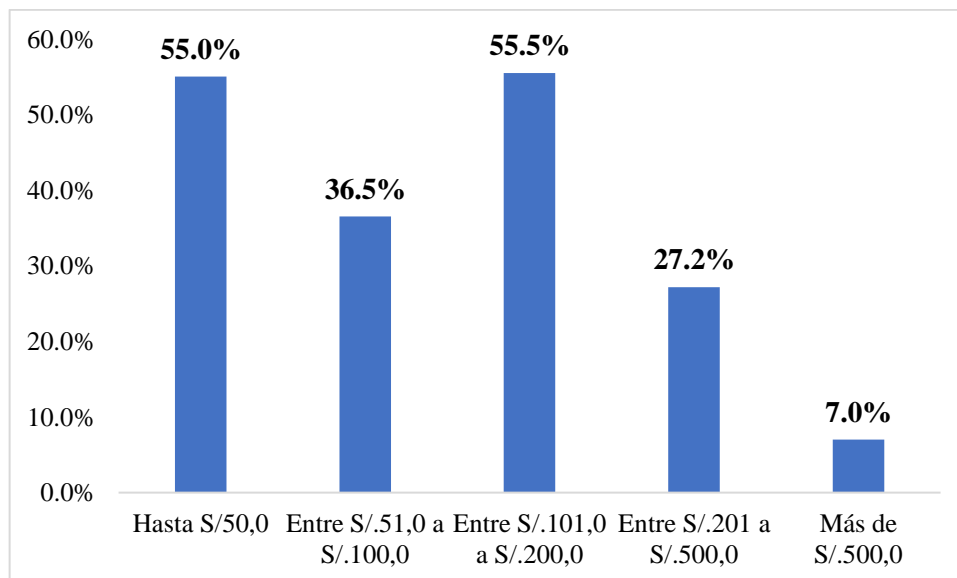


Figura 16. Gastos totales por realizar la visita al sitio turístico

En la Figura 16 se observa que, de los 427 encuestados, el 55,04% reportó gastos totales de hasta S/50,0 para su visita al balneario La Alcantarilla. Además, el 36,53% gastó entre

S/.51,0 y S/.100,0, el 55,50% invirtió entre S/.101,0 y S/.200,0, el 27,17% gastó entre S/.201,0 y S/.500,0, y solo el 7,03% gastó más de S/.500,0.

Podemos decir que una proporción considerable de los visitantes (más del 55%) realiza su visita con un gasto relativamente bajo, lo que sugiere que La Alcantarilla es percibida como un destino accesible y asequible para la mayoría de los turistas. Esto podría ser un factor atractivo para visitantes que buscan opciones recreativas sin comprometer su presupuesto, lo que, a su vez, puede fomentar la afluencia de un público más amplio.

El alto porcentaje de encuestados que gastó entre S/.101,0 y S/.200,0 (55,50%) indica que hay un grupo significativo que está dispuesto a invertir un poco más en su experiencia, posiblemente por la calidad de los servicios y actividades disponibles en el balneario. Esto sugiere que, aunque muchos visitantes son conscientes de sus gastos, también están dispuestos a pagar por experiencias que consideren valiosas.

Por otro lado, la menor proporción de visitantes que gastó más de S/.500,0 (solo 7,03%) puede indicar que los gastos más altos son menos comunes, lo que podría ser un reflejo de la naturaleza del balneario y del tipo de actividades que se ofrecen. Esto podría ser una oportunidad para desarrollar experiencias premium que atraigan a turistas dispuestos a gastar más en servicios exclusivos, como alojamiento de lujo, excursiones privadas o paquetes de experiencias personalizadas.

Este análisis puede ayudar a las autoridades y administradores del balneario a ajustar su oferta y marketing. Podrían explorar estrategias que fomenten un mayor gasto por parte de los visitantes, como la introducción de paquetes que combinen actividades recreativas y servicios adicionales a precios competitivos. También sería útil resaltar las experiencias que justifican un gasto mayor, incentivando a los visitantes a explorar más del balneario.

En general, el perfil de gasto de los visitantes muestra que la Alcantarilla es un destino accesible que atrae a un amplio espectro de turistas. Sin embargo, hay oportunidades para diversificar y mejorar la oferta para aquellos dispuestos a gastar más, lo que podría contribuir a un desarrollo económico sostenible del balneario.

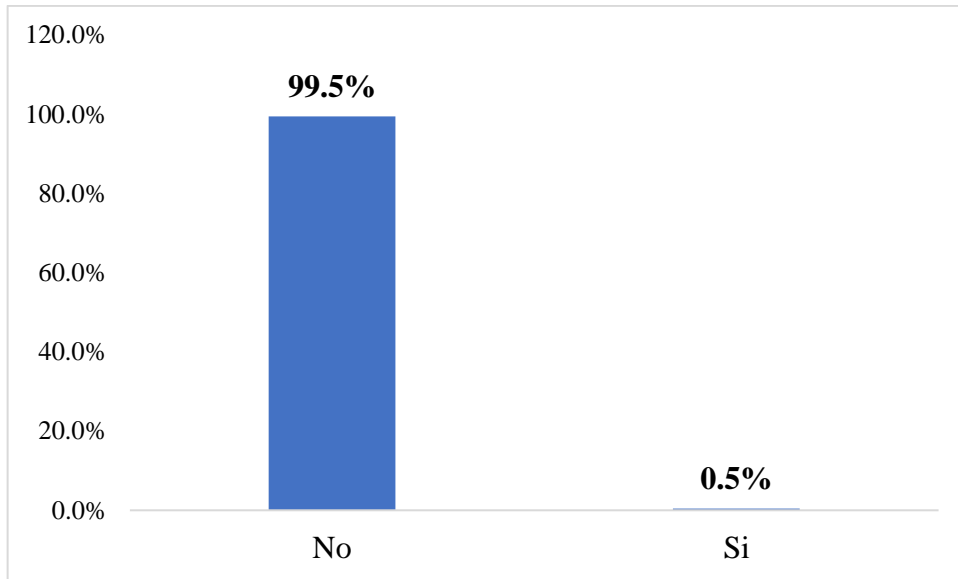


Figura 17. Si el encuestado desarrolla actividades de camping en el BLA

En la Figura 17 se observa que, de los 427 encuestados, 99,53% indicó que no desarrolla actividades de camping en el balneario La Alcantarilla, mientras que solo 0,47% afirmó que sí realiza camping.

Podemos decir que la inmensa mayoría de los visitantes (casi el 100%) no participa en actividades de camping, lo que sugiere que este tipo de experiencia recreativa no es común o no está promovido en el balneario. Esto podría reflejar una preferencia general por otras formas de disfrute, como visitas diurnas o actividades recreativas más cortas, o incluso una falta de infraestructura y servicios adecuados para el camping en el lugar.

La escasa proporción de encuestados que realiza camping podría señalar una oportunidad no aprovechada para desarrollar esta modalidad de recreación. Si el balneario ofreciera instalaciones adecuadas, como áreas designadas para acampar, servicios de alquiler de equipo y programas de actividades asociadas, podría atraer a un segmento de turistas interesados en experiencias al aire libre y en contacto con la naturaleza.

Este análisis puede ayudar a las autoridades y gestores del balneario a considerar la posibilidad de introducir o mejorar la oferta de actividades de camping, promoviendo así un uso más diverso del espacio natural y potencialmente aumentando el tiempo de permanencia de los visitantes. Además, fomentar el camping podría atraer a un nuevo perfil de turistas que buscan experiencias de aventura y conexión con la naturaleza.

En general, aunque actualmente el camping no es una actividad popular entre los visitantes de La Alcantarilla, existe un potencial significativo para desarrollar esta oferta. La

implementación de servicios e infraestructura adecuados podría diversificar las experiencias recreativas disponibles y contribuir al crecimiento del turismo en el balneario.

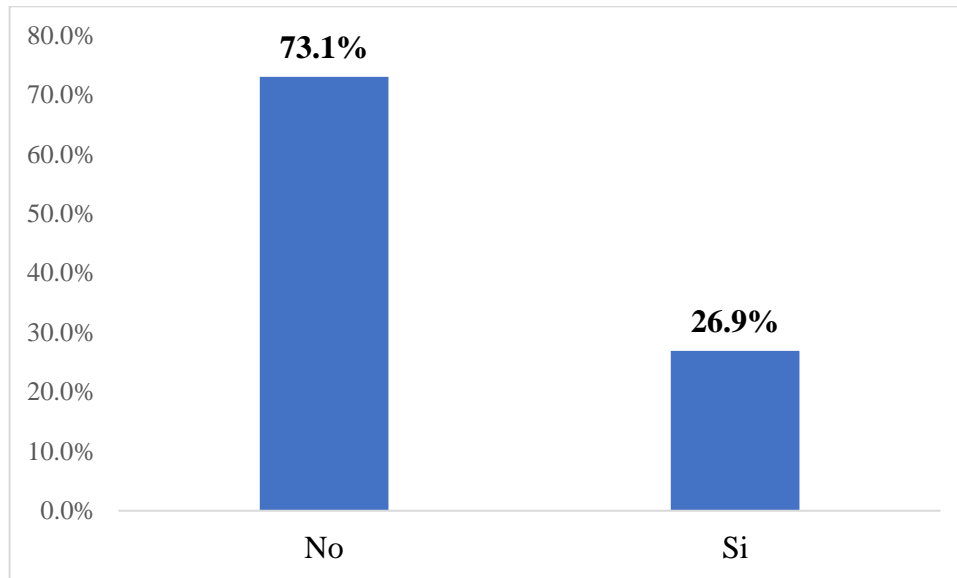


Figura 18. Si el encuestado desarrolla actividades de fotografía en el BLA

En la Figura 18 se observa que, de los 427 encuestados, 73,07% indicó que no desarrolla actividades de fotografía en el balneario La Alcantarilla, mientras que 26,93% afirmó que sí realiza actividades fotográficas durante su visita.

Podemos decir que, aunque una parte considerable de los visitantes (casi el 27%) participa en actividades de fotografía, la mayoría no lo hace. Esto sugiere que, si bien el balneario ofrece atractivos naturales que podrían inspirar a la fotografía, muchos de los visitantes pueden estar más centrados en otras actividades recreativas o en la simple experiencia de estar en el lugar, en lugar de capturar momentos a través de la fotografía.

La proporción significativa de encuestados que sí realizan actividades de fotografía indica que hay un interés en documentar la belleza natural del balneario. Esto podría ser una oportunidad para promover aún más la fotografía como parte de la experiencia del visitante. Por ejemplo, se podrían organizar talleres de fotografía, concursos o eventos que alienten a los turistas a explorar el entorno y capturar su esencia, creando un vínculo más profundo con el lugar.

Además, el aumento en el interés por la fotografía podría ser capitalizado a través de la promoción de los paisajes y características únicas del balneario en redes sociales y otros medios de comunicación. Alentar a los visitantes a compartir sus fotos podría ayudar a aumentar la visibilidad del balneario y atraer a más turistas interesados en la fotografía.

Este análisis puede ayudar a las autoridades y gestores del balneario a considerar estrategias para fomentar la fotografía como parte integral de la experiencia de visita. La creación de espacios y oportunidades para la fotografía puede enriquecer la experiencia del visitante, al mismo tiempo que se promueve el balneario como un destino atractivo en plataformas digitales.

En general, aunque la fotografía no es una actividad dominante entre los visitantes, hay un segmento considerable que sí participa en ella. Fomentar el interés por la fotografía en La Alcantarilla podría no solo enriquecer la experiencia del visitante, sino también aumentar la visibilidad del balneario como un destino natural atractivo.

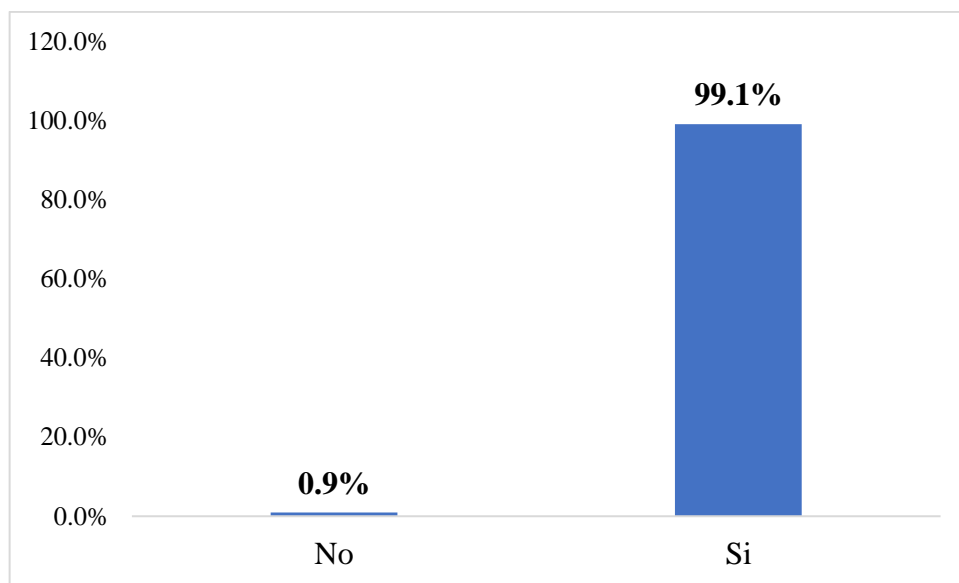


Figura 19. Si el encuestado desarrolla actividades de nadar o bañarse en el BLA

En la Figura 19 se observa que, de los 427 encuestados, 99,06% indicó que sí desarrolla actividades de nadar o bañarse en el balneario La Alcantarilla, mientras que solo 0,94% afirmó que no realiza estas actividades.

Podemos decir que casi la totalidad de los visitantes (más del 99%) participa en actividades de natación o baño, lo que sugiere que estas son actividades centrales y altamente valoradas por los turistas que visitan el balneario. Este alto porcentaje indica que La Alcantarilla es percibida principalmente como un destino acuático, donde los visitantes buscan disfrutar de la experiencia de nadar en un entorno natural.

El bajo porcentaje de encuestados que no realiza actividades de natación puede indicar que, para la mayoría de los turistas, el acceso al agua es un factor decisivo en su decisión de

visitar el balneario. Esto subraya la importancia de mantener la calidad del agua y la seguridad de las áreas de baño para asegurar una experiencia positiva para todos los visitantes.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a reforzar la promoción de las actividades acuáticas, así como a garantizar que se implementen medidas adecuadas de seguridad y mantenimiento en las zonas de baño. Además, podrían considerar la organización de eventos relacionados con actividades acuáticas, como competiciones de natación, clases de aquagym o excursiones de snorkel, para atraer aún más a los visitantes y ofrecerles experiencias variadas.

En general, la predominancia de actividades de nadar o bañarse en La Alcantarilla resalta su atractivo como un destino acuático. Fomentar y diversificar estas actividades puede contribuir a mejorar aún más la experiencia del visitante y al éxito del balneario como un destino turístico natural.

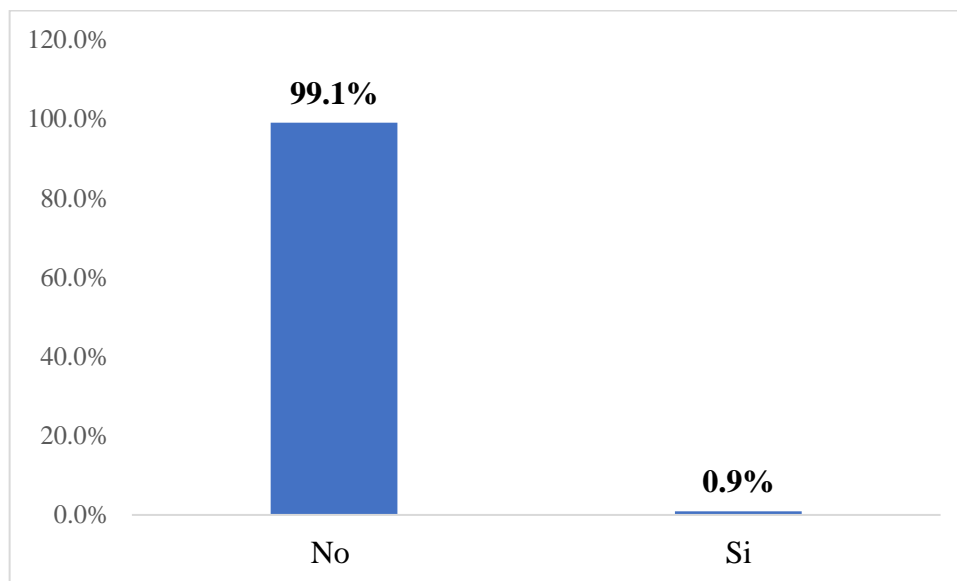


Figura 20. Si el encuestado desarrolla actividades de pesca o comercio en el BLA

En la Figura 20 se observa que, de los 427 encuestados, 99,06% indicó que no desarrolla actividades de pesca o comercio en el balneario La Alcantarilla, mientras que solo 0,94% afirmó que sí realiza estas actividades.

Podemos decir que la gran mayoría de los visitantes no participan en actividades relacionadas con la pesca o el comercio, lo que sugiere que estas actividades no son comunes o no son un atractivo principal del balneario. Esto podría reflejar que La Alcantarilla es mayormente utilizada para actividades recreativas como nadar o disfrutar del paisaje, en lugar de actividades económicas o extractivas.

El bajo porcentaje de personas que realiza pesca o comercio podría estar relacionado con restricciones, la falta de recursos o infraestructura para estas actividades, o simplemente porque los visitantes no consideran este tipo de actividades como parte de su experiencia en el balneario.

Este análisis sugiere que las autoridades pueden seguir enfocando sus esfuerzos en el mantenimiento y desarrollo de las actividades recreativas principales, que parecen ser el mayor atractivo para los turistas. No obstante, si existe interés en diversificar las actividades disponibles, se podría considerar la promoción de pesca recreativa controlada o pequeños comercios que vendan productos locales, siempre y cuando se mantenga un equilibrio con la preservación del entorno natural.

En general, aunque las actividades de pesca y comercio no son predominantes entre los visitantes de La Alcantarilla, el balneario sigue siendo un lugar orientado principalmente al disfrute recreativo. Mantener este enfoque puede garantizar la conservación del lugar como un destino natural y sostenible para el turismo.

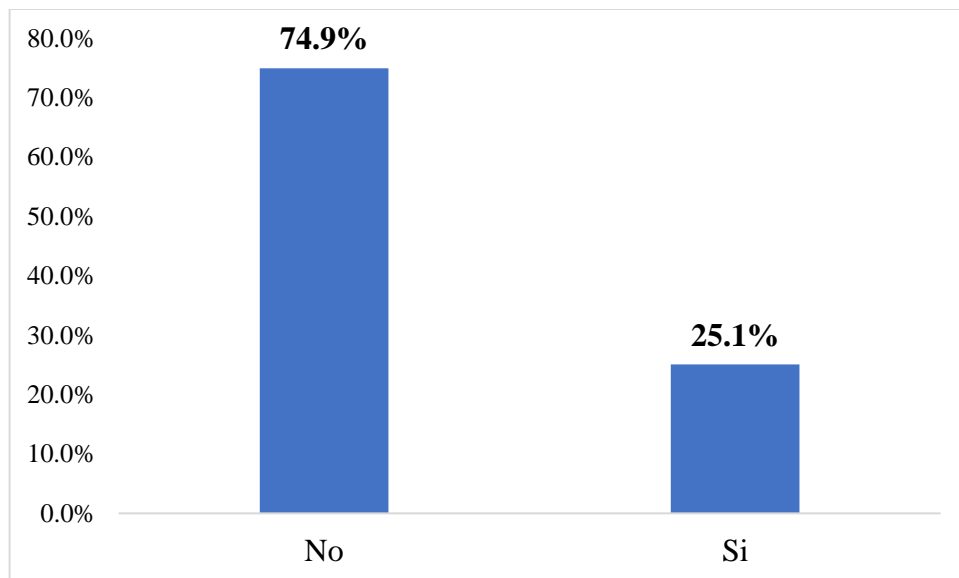


Figura 21. El encuestado decidió visitar el BLA por el paisaje, belleza escénica, naturaleza

En la Figura 21 se observa que, de los 427 encuestados, el 74,94% no visitó el balneario La Alcantarilla específicamente por su paisaje, belleza escénica o naturaleza, mientras que el 25,06% indicó que sí lo hizo.

Podemos decir que, aunque un cuarto de los encuestados considera la belleza natural del balneario como una razón para visitarlo, la mayoría (casi el 75%) no lo menciona como su principal motivación. Esto sugiere que los visitantes del balneario probablemente están más

interesados en las actividades recreativas, como nadar o pasar tiempo con amigos y familiares, que en la apreciación del entorno natural.

El porcentaje significativo de visitantes que no visitan el balneario específicamente por el paisaje indica que aún existe potencial para aumentar la valorización del atractivo escénico y natural del lugar. El entorno natural podría ser mejor promocionado, destacando la belleza del balneario a través de campañas visuales y material promocional enfocado en atraer a turistas que busquen experiencias más centradas en la naturaleza.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a enfocarse en estrategias que aumenten la atracción del paisaje natural como una motivación de visita. Esto podría incluir la mejora de senderos panorámicos, la creación de miradores o la promoción de actividades como el senderismo o la fotografía de paisajes, para atraer a un público interesado en la naturaleza y en experiencias al aire libre más tranquilas y contemplativas.

En general, aunque muchos visitantes no consideran el paisaje como su principal razón para visitar La Alcantarilla, existe un grupo significativo que sí valora la belleza escénica del lugar. Aumentar la promoción de este aspecto puede ayudar a diversificar el perfil de los visitantes y fomentar un turismo más sostenible, centrado en la apreciación del entorno natural.

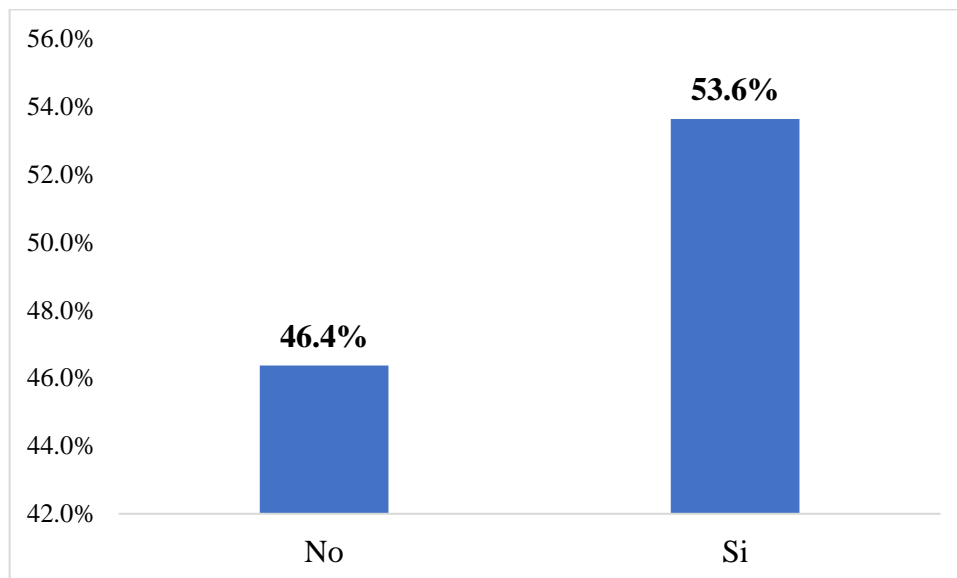


Figura 22. El encuestado decidió visitar el BLA por recreación

En la Figura 22 se observa que, de los 427 encuestados, el 53,63% decidió visitar el balneario La Alcantarilla por motivos recreativos, mientras que el 46,37% no lo hizo específicamente por esta razón.

Podemos decir que más de la mitad de los visitantes considera la recreación como su principal motivo para visitar el balneario, lo que refleja la importancia del balneario como un espacio para el ocio y la diversión. Sin embargo, una proporción significativa de encuestados (casi el 46%) no menciona la recreación como su principal motivación, lo que sugiere que otros factores, como la socialización, el descanso o incluso necesidades de transporte, podrían influir en la decisión de visitar el lugar.

El porcentaje elevado de visitantes que buscan actividades recreativas destaca la relevancia de mantener y mejorar las instalaciones y servicios destinados a este fin, tales como zonas de baño, áreas de picnic o actividades deportivas. Esto sugiere que el balneario es visto no solo como un lugar para disfrutar del entorno natural, sino también como un espacio para actividades lúdicas y de esparcimiento.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a reforzar la oferta de actividades recreativas en el balneario, enfocándose en diversificar las opciones para los visitantes. Además, sería importante investigar qué otros motivos llevan al 46,37% de visitantes a acudir al balneario sin un enfoque recreativo, con el fin de identificar oportunidades para mejorar la experiencia global de todos los tipos de turistas.

En general, aunque la recreación es un motivo clave para la visita de muchos turistas, también existe un grupo considerable que acude al balneario por otras razones. Este equilibrio sugiere que se pueden seguir desarrollando actividades recreativas, al tiempo que se exploran formas de satisfacer las necesidades de aquellos que buscan experiencias diferentes.

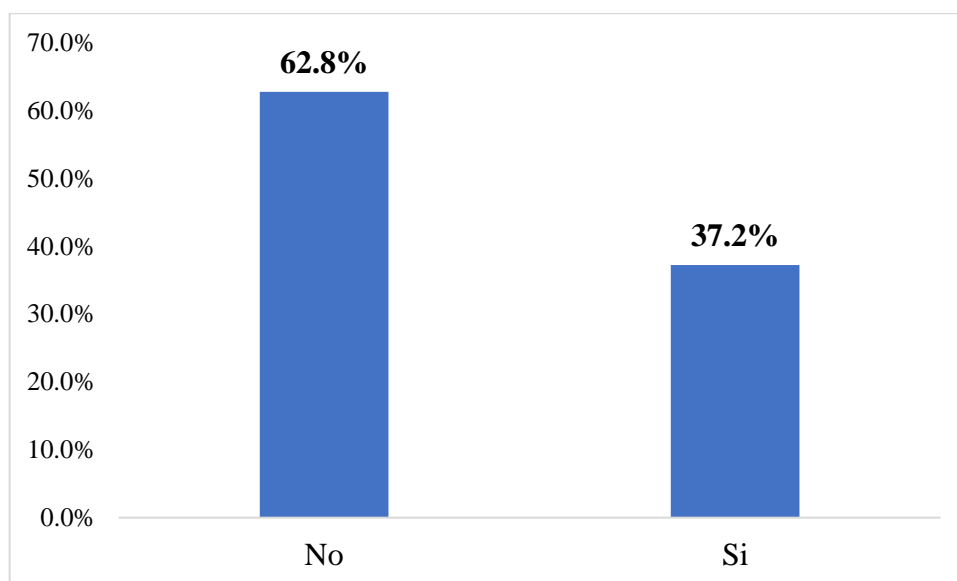


Figura 23. El encuestado decidió visitar el BLA por turismo

En la Figura 23 se observa que, de los 427 encuestados, el 37,24% decidió visitar el balneario La Alcantarilla por motivos de turismo, mientras que el 62,76% no lo hizo con este propósito.

Podemos decir que la mayoría de los visitantes (62,76%) no identifica su visita como una actividad turística, lo que sugiere que el balneario es utilizado más frecuentemente por personas locales o visitantes recurrentes que lo ven como un espacio cotidiano de recreación y no como un destino turístico formal. Sin embargo, un grupo significativo (37,24%) sí considera la visita como una experiencia turística, lo que refleja la dualidad de funciones del balneario como un lugar de esparcimiento local y un atractivo turístico para otros.

El relativamente bajo porcentaje de visitantes que acude por turismo puede sugerir que el balneario no se promociona ampliamente como un destino turístico, o que los servicios e infraestructuras orientados hacia el turismo pueden estar subdesarrollados. Sin embargo, este mismo dato también indica una oportunidad para mejorar la oferta turística del balneario, atrayendo a más visitantes de fuera de la región y fortaleciendo su posición como un punto de interés turístico.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a identificar posibles estrategias para aumentar el atractivo turístico del lugar. Esto podría incluir la mejora de la promoción en mercados externos, la creación de paquetes turísticos que incluyan visitas guiadas o actividades relacionadas con la naturaleza, y la mejora de infraestructuras y servicios que ofrezcan una experiencia más completa para los turistas.

En general, aunque la mayoría de los visitantes no acude al balneario por turismo, existe un grupo significativo que sí lo hace. Este balance sugiere que hay un potencial no aprovechado para desarrollar el balneario como un destino turístico más fuerte, lo que podría atraer a nuevos visitantes y generar mayores beneficios económicos para la región.

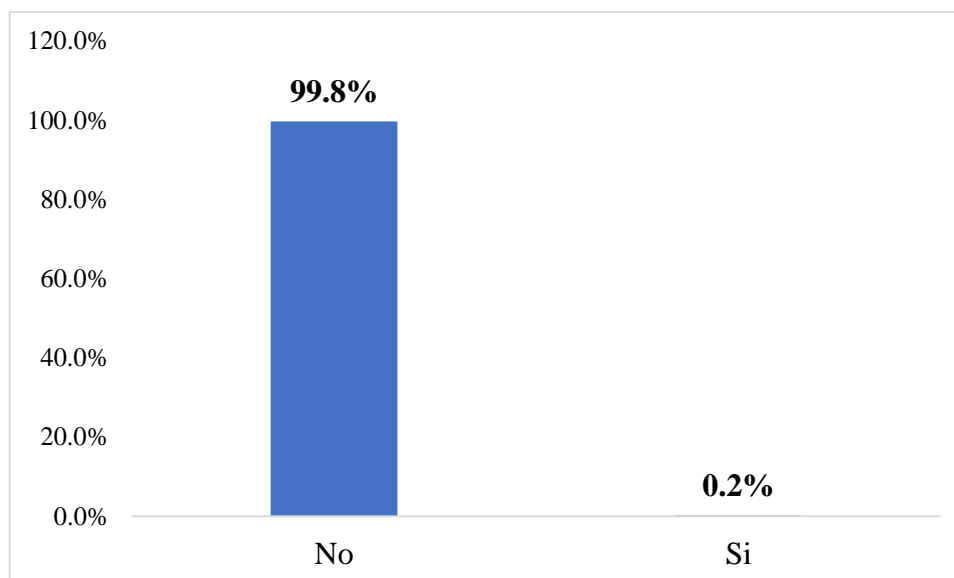


Figura 24. El encuestado decidió visitar el BLA por investigación

En la Figura 24 se observa que, de los 427 encuestados, el 99,77% no visitó el balneario La Alcantarilla con fines de investigación, mientras que solo el 0,23% indicó que sí lo hizo.

Podemos decir que prácticamente todos los visitantes no consideran la investigación como un motivo para su visita al balneario. Esto sugiere que el lugar no es percibido como un destino relevante para investigaciones científicas, académicas o de otro tipo, al menos para los encuestados en esta muestra. El balneario parece ser utilizado principalmente para actividades recreativas o turísticas, en lugar de como un sitio de interés para estudios o exploraciones científicas.

El hecho de que solo un encuestado mencionara la investigación como su propósito de visita podría reflejar que el balneario no ha sido promovido como un espacio de valor científico o educativo, o que no se cuenta con infraestructuras y recursos específicos para apoyar este tipo de actividades. Sin embargo, es posible que el entorno natural del balneario ofrezca oportunidades para estudios en áreas como ecología, conservación o turismo sostenible, que podrían ser exploradas más a fondo en el futuro.

Este análisis sugiere que las autoridades del balneario podrían considerar la posibilidad de fomentar su uso para fines de investigación, colaborando con universidades, centros de estudios y organizaciones ambientales para realizar investigaciones sobre los ecosistemas locales, el impacto del turismo o la biodiversidad del área. Esto no solo podría aportar beneficios educativos, sino también promover el balneario como un sitio de interés científico.

En general, aunque la investigación no es actualmente una razón común para visitar el balneario La Alcantarilla, podría explorarse el potencial de promoverlo como un sitio adecuado para estudios científicos y académicos, lo que podría diversificar aún más los usos del lugar y ampliar su valor para la sociedad.

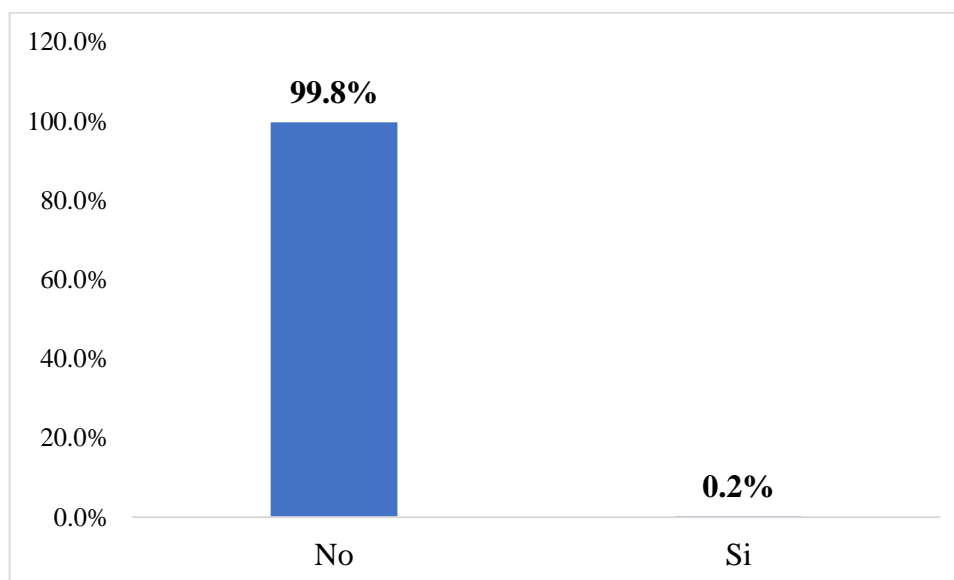


Figura 25. El encuestado decidió visitar el BLA para extraer productos acuíferos

En la Figura 25 se observa que, de los 427 encuestados, el 99,77% no visitó el balneario La Alcantarilla para extraer productos acuíferos, mientras que solo el 0,23% afirmó que sí lo hizo.

Podemos decir que prácticamente la totalidad de los visitantes no acude al balneario con la intención de extraer productos acuíferos, lo que sugiere que esta actividad no es común ni un motivo significativo de visita. Esto indica que el balneario es visto principalmente como un espacio recreativo o turístico, en lugar de un sitio de aprovechamiento de recursos acuáticos, como pesca u otras formas de recolección.

El hecho de que solo un encuestado mencionara la extracción de productos acuíferos podría reflejar que las condiciones del balneario, como la falta de recursos acuáticos explotables o regulaciones que lo prohíban, limitan esta actividad. Esto también podría ser un indicador de que los visitantes valoran más la experiencia recreativa o turística del balneario en lugar de su uso extractivo.

Este análisis sugiere que las autoridades deben mantener la regulación de actividades extractivas en el balneario, asegurándose de que el entorno acuático no sea explotado de manera insostenible. Aunque la extracción de productos acuíferos no parece ser un problema

significativo, mantener políticas de conservación ayudará a preservar el ecosistema natural y a garantizar que el balneario siga siendo un atractivo recreativo y turístico.

En general, la extracción de productos acuíferos no es una motivación relevante para los visitantes de La Alcantarilla, lo que permite que el balneario conserve su enfoque en actividades recreativas y de conservación. Las políticas de protección del ecosistema pueden seguir siendo prioritarias para mantener este equilibrio.

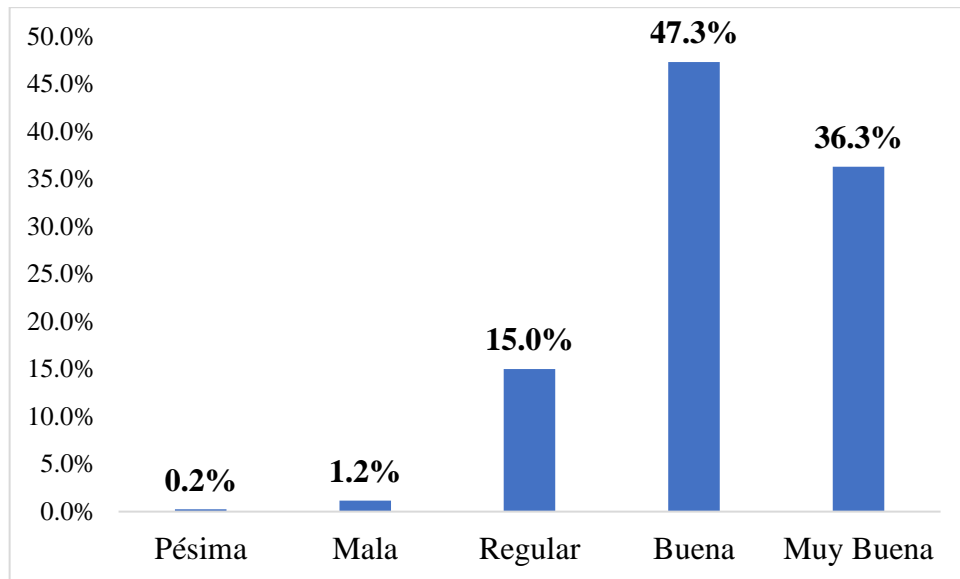


Figura 26. ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje?

En la Figura 26 se observa que, de los 427 encuestados, el 47,31% calificó su satisfacción con el viaje al balneario La Alcantarilla como "buena", seguido por un 36,30% que la consideró "muy buena". Un 14,99% calificó la experiencia como "regular", mientras que un pequeño porcentaje, el 1,17%, la evaluó como "mala", y solo el 0,23% la describió como "pésima".

Podemos decir que la mayoría de los visitantes (83,61%) expresa un alto nivel de satisfacción con su visita, lo que sugiere que el balneario cumple en gran medida con las expectativas de los turistas en cuanto a tiempo y dinero invertidos. Este alto nivel de satisfacción probablemente se debe a la calidad de las instalaciones, la belleza del entorno natural, y la oferta recreativa que proporciona el balneario.

El 14,99% que califica la experiencia como "regular" y el pequeño porcentaje que se muestra insatisfecho (1,4% combinando "mala" y "pésima") podrían estar relacionados con factores específicos, como la falta de servicios, condiciones del clima, o costos asociados con

el viaje. Estos resultados sugieren que hay espacio para mejorar ciertos aspectos del balneario, especialmente en cuanto a la atención de los aspectos logísticos o de servicios que podrían influir en la experiencia general del visitante.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a identificar áreas de mejora para aumentar la satisfacción de los turistas. Podrían enfocarse en mejorar infraestructuras, optimizar la relación calidad-precio de los servicios ofrecidos, y trabajar en la promoción de actividades que refuercen la experiencia general. También sería útil realizar encuestas adicionales para identificar las razones detrás de las valoraciones más bajas, permitiendo así acciones correctivas más específicas.

En general, la satisfacción general de los visitantes es alta, lo que refleja una experiencia positiva en el balneario La Alcantarilla. Sin embargo, es importante abordar los comentarios más críticos para asegurar que más turistas puedan disfrutar de una experiencia aún más placentera en futuras visitas.

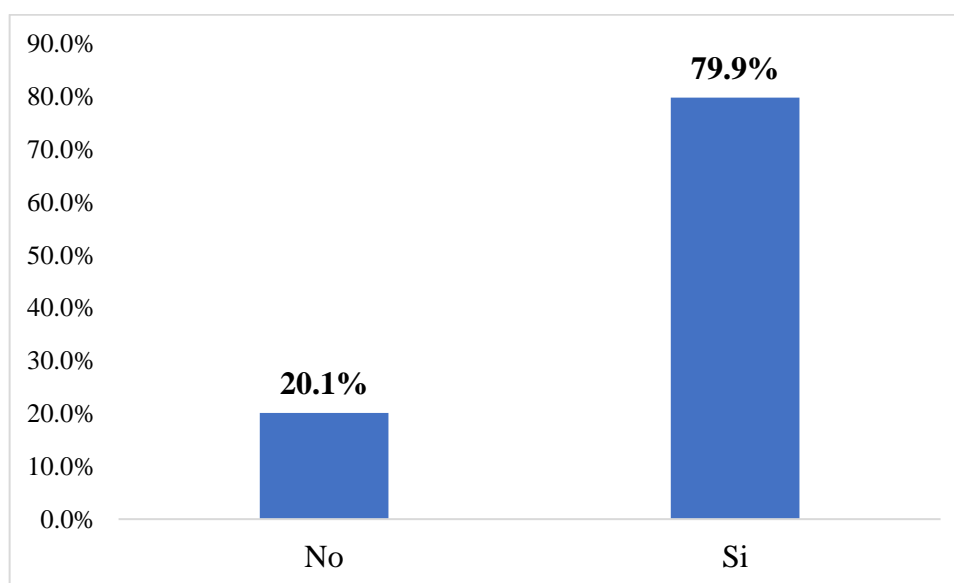


Figura 27. Disponibilidad a pagar

En la Figura 27 se observa que, de los 427 encuestados, el 79,86% está dispuesto a pagar por los servicios y experiencias que ofrece el balneario La Alcantarilla, mientras que el 20,14% no lo está.

Podemos decir que la gran mayoría de los visitantes expresa una disposición favorable a contribuir económicamente por su acceso y uso de los servicios del balneario. Esto sugiere que los turistas reconocen el valor de la experiencia recreativa y turística del lugar, y están dispuestos a pagar por su mantenimiento o por la mejora de las infraestructuras. El 20,14% que

no está dispuesto a pagar podría reflejar una percepción de que los servicios actuales no justifican un costo adicional, o simplemente que estos visitantes prefieren disfrutar de actividades gratuitas.

La alta disponibilidad a pagar indica que existe un potencial significativo para implementar o ajustar tarifas de entrada, lo que podría generar ingresos para la conservación del lugar y para la mejora de los servicios que se ofrecen. Sin embargo, será importante realizar estudios complementarios para determinar un precio justo que no disuada a los visitantes, pero que al mismo tiempo cubra las necesidades económicas del balneario.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a evaluar la viabilidad de introducir un esquema de tarifas o mejorar el actual, tomando en cuenta que una gran parte de los visitantes está dispuesta a contribuir. También puede ser útil explorar modelos de tarifas diferenciadas o voluntarias, donde los visitantes puedan pagar más por servicios premium o donar para la conservación del entorno natural.

En general, la disposición de los visitantes a pagar por los servicios del balneario es mayoritaria, lo que representa una oportunidad importante para financiar mejoras y mantenimiento. Sin embargo, es clave diseñar un esquema de tarifas accesible y justo, que permita un equilibrio entre la satisfacción de los turistas y la sostenibilidad financiera del lugar.

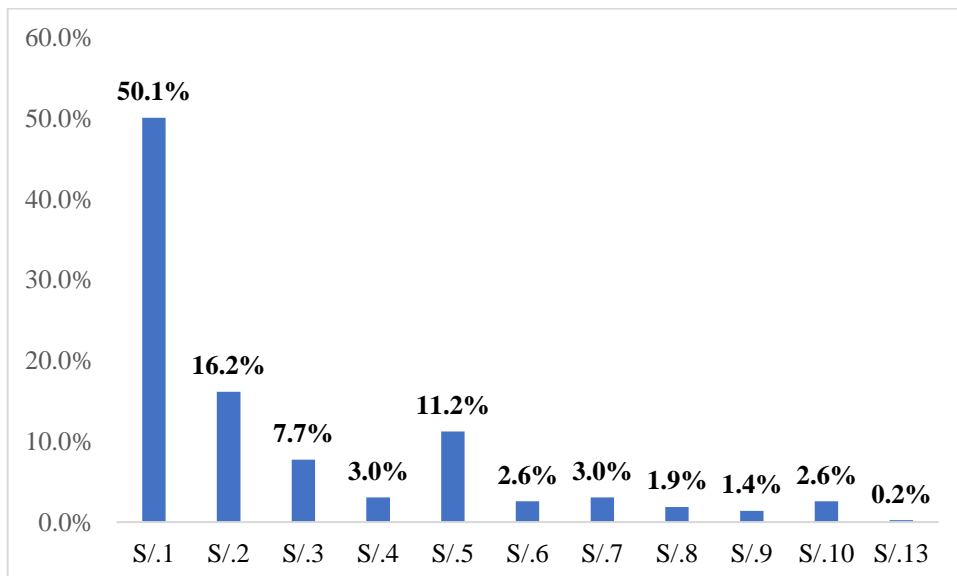


Figura 28. Precio mínimo de la disponibilidad a pagar

En la Figura 28 se observa que, de los 427 encuestados, el 50,12% está dispuesto a pagar un precio mínimo de S/.1 por su visita al balneario La Alcantarilla. Otros precios mínimos

incluyen S/.2 (16,16%), S/.3 (7,73%), y S/.5 (11,24%), mientras que un porcentaje menor está dispuesto a pagar precios entre S/.4 y S/.10, con pocas personas dispuestas a pagar más.

Podemos decir que la mayoría de los encuestados prefiere pagar una tarifa mínima de S/.1, lo que indica que, aunque hay una disposición general a contribuir económicamente, la mayoría prefiere un costo simbólico o muy bajo. Esto sugiere que los visitantes valoran la accesibilidad del balneario y que un aumento significativo en las tarifas podría ser mal recibido por la mayoría.

El 16,16% dispuesto a pagar S/.2 y el 11,24% dispuesto a pagar S/.5 reflejan un grupo que considera razonable pagar un poco más por los servicios del balneario, pero todavía dentro de un rango accesible. Los precios superiores a S/.5 tienen una aceptación mucho menor, con porcentajes inferiores al 3% para valores de S/.6 o más.

Este análisis sugiere que las autoridades podrían implementar una tarifa de entrada baja, alrededor de S/.1 o S/.2, para no disuadir a la mayoría de los visitantes, asegurando al mismo tiempo un ingreso mínimo que podría destinarse al mantenimiento y mejora de las instalaciones del balneario. También podrían considerar ofrecer paquetes adicionales o servicios premium para aquellos dispuestos a pagar más, como la opción de donaciones voluntarias para la conservación del lugar.

En general, los visitantes están dispuestos a pagar, pero mayoritariamente prefieren precios bajos. Una tarifa de entrada asequible sería bien recibida, siempre que se mantenga en un rango accesible, mientras que se podrían explorar otras opciones para aquellos dispuestos a pagar más.

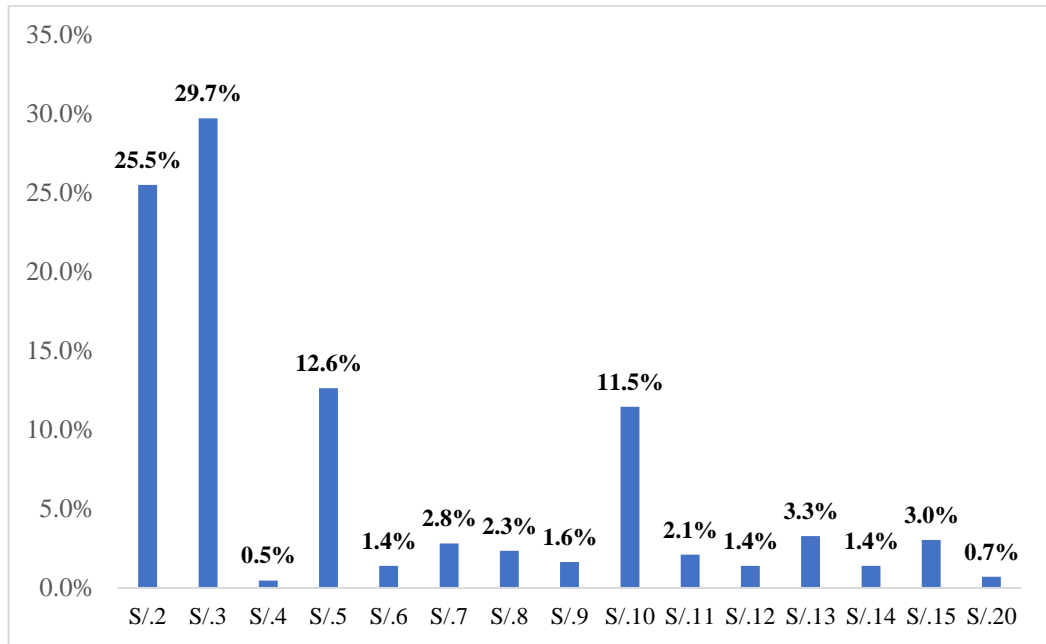


Figura 29. Precio máximo de la disponibilidad a pagar

En la Figura 29 se observa que, de los 427 encuestados, el 29,74% está dispuesto a pagar un precio máximo de S/.3 por su visita al balneario La Alcantarilla, seguido por un 25,53% que aceptaría pagar hasta S/.2. Un 12,65% estaría dispuesto a pagar S/.5, mientras que otros precios máximos como S/.10 fueron mencionados por un 11,48% de los encuestados. Los precios superiores a S/.5 tienen menor aceptación, con porcentajes por debajo del 5% para valores como S/.7, S/.8, o incluso hasta S/.20.

Podemos decir que la mayoría de los encuestados prefiere un precio máximo relativamente bajo, con un 55,27% dispuesto a pagar entre S/.2 y S/.3. Esto sugiere que los visitantes valoran la accesibilidad del balneario y estarían menos inclinados a pagar tarifas más altas, lo cual podría estar relacionado con su percepción del valor recibido por la experiencia.

El 12,65% que estaría dispuesto a pagar hasta S/.5 y el 11,48% que acepta S/.10 indican que existe una minoría que ve valor suficiente en la experiencia como para considerar precios más altos, pero sigue siendo un grupo pequeño en comparación con los que optan por un precio menor. Los precios superiores a S/.10 tienen una aceptación muy baja, lo que refleja que el balneario es visto mayoritariamente como un destino económico.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a determinar una estructura de precios que se ajuste a las expectativas de los visitantes. Un precio máximo cercano a S/.3 o S/.5 parece ser el límite aceptable para la mayoría, mientras que opciones de precios más

elevados deberían considerarse cuidadosamente, quizás ofreciendo servicios adicionales o experiencias mejoradas para justificar una tarifa mayor.

En general, los visitantes prefieren pagar un precio máximo bajo, entre S/.2 y S/.5, lo que señala la importancia de mantener el balneario accesible económicamente. Sin embargo, existe una pequeña oportunidad para ofrecer servicios de mayor valor que justifiquen tarifas más altas para un segmento específico de los turistas.

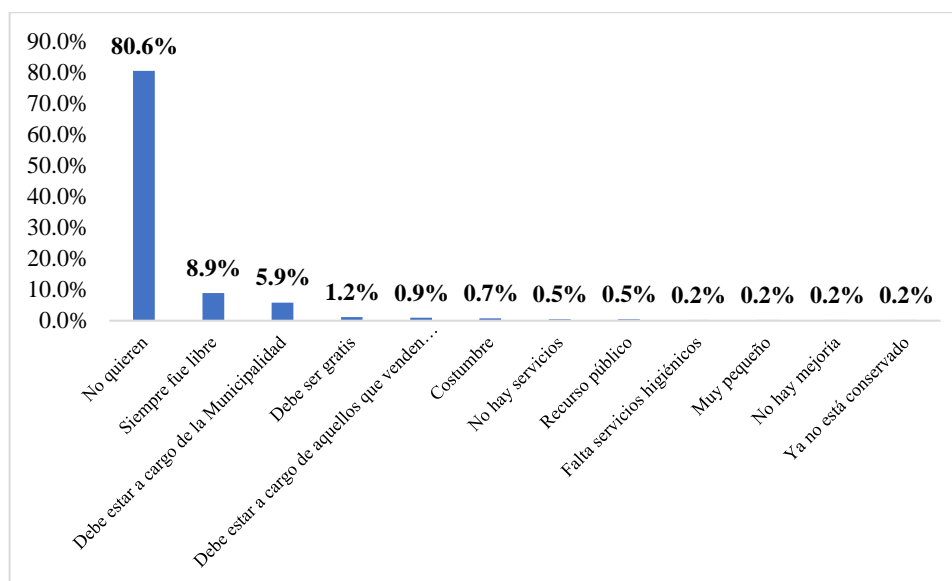


Figura 30. ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar?

En la Figura 30 se observa que, de los 427 encuestados, un notable 80,56% menciona que no estaría dispuesto a pagar porque "no quieren" pagar por los servicios del balneario La Alcantarilla. Esta respuesta refleja una fuerte percepción de que el acceso a este tipo de espacios recreativos debería ser gratuito o estar subsidiado de alguna manera.

Otras razones incluyen que 8,90% de los encuestados considera que el balneario "siempre fue libre", lo que indica una expectativa histórica de acceso sin costo. Un 5,85% argumenta que el mantenimiento y los servicios del balneario deben estar a cargo de la municipalidad, mientras que un 1,17% sostiene que el acceso debería ser gratuito en general. Las respuestas menos frecuentes apuntan a la responsabilidad de los vendedores de productos en la zona (0,94%) y otros comentarios relacionados con la falta de servicios e infraestructura adecuada, como la ausencia de servicios higiénicos (0,23%).

Podemos decir que la mayoría de los encuestados siente una fuerte resistencia a pagar, fundamentada en la creencia de que estos espacios recreativos deberían ser gratuitos y accesibles a todos. Esto sugiere que existe un desafío importante para las autoridades del

balneario si consideran la implementación de tarifas, ya que la percepción pública está fuertemente arraigada en la idea de que el acceso debe mantenerse libre.

Además, las menciones sobre la falta de servicios o mantenimiento del lugar sugieren que una parte de la resistencia a pagar puede estar relacionada con la percepción del valor recibido por los visitantes. Si los encuestados sienten que no hay suficientes servicios disponibles o que la infraestructura no está en condiciones adecuadas, es menos probable que acepten pagar.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a entender las preocupaciones de los visitantes y a planificar estrategias que aborden estas percepciones. Sería recomendable implementar mejoras en los servicios e infraestructura del balneario antes de considerar la introducción de tarifas, para asegurarse de que los visitantes sientan que están obteniendo un valor justo por su pago.

En general, la resistencia a pagar está fuertemente influenciada por creencias culturales sobre el acceso a espacios recreativos, y por una percepción de falta de servicios adecuados. Para aumentar la disposición a pagar, sería esencial mejorar la experiencia del visitante y garantizar que el balneario esté en óptimas condiciones.

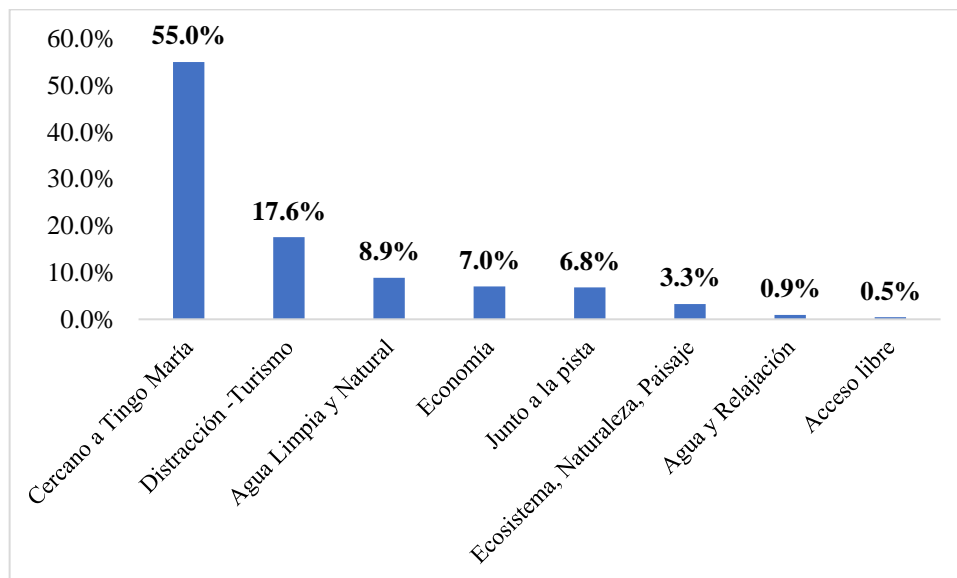


Figura 31. ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante?

En la Figura 31 se observa que, de los 427 encuestados, la razón principal por la cual consideran importante el balneario La Alcantarilla es su proximidad a Tingo María, con un notable 55,04% de las respuestas en esta categoría. Esta cercanía parece ser un factor clave que

facilita el acceso de los visitantes, lo que sugiere que el balneario es visto como una opción conveniente para quienes buscan escapar de la rutina diaria.

La segunda razón más citada, con un 17,56%, es su papel como una opción de distracción y turismo. Esto indica que los encuestados valoran el balneario como un lugar de esparcimiento y recreación, destacando su importancia en el sector turístico local. Otros aspectos como la agua limpia y natural (8,90%) y la contribución a la economía (7,03%) también son relevantes, aunque en menor medida.

Además, se menciona que el balneario está "junto a la pista" en un 6,79% de los casos, lo que puede indicar que su ubicación estratégica facilita el acceso. Sin embargo, aspectos relacionados con el ecosistema, la naturaleza y el paisaje solo representan un 3,28%, lo que sugiere que, aunque son apreciados, no son las razones principales que motivan a los visitantes a considerar la importancia del balneario.

Podemos decir que la cercanía y el acceso fácil son los factores más valorados por los encuestados, lo que sugiere que el balneario cumple una función esencial como un escape accesible y atractivo para la población local y los visitantes.

Este análisis sugiere que las autoridades podrían enfocarse en resaltar y promover estas cualidades en su marketing, destacando la conveniencia y el potencial turístico del balneario. Además, se podría considerar el desarrollo de más actividades recreativas y servicios que mejoren la experiencia del visitante y amplíen la percepción de valor del lugar, no solo como un destino cercano, sino también como un espacio que ofrece una experiencia única de conexión con la naturaleza y el bienestar.

En general, la importancia del balneario La Alcantarilla se centra principalmente en su proximidad, lo que lo convierte en un destino conveniente para el esparcimiento. Para maximizar su potencial, sería beneficioso mejorar la experiencia del visitante y diversificar las ofertas recreativas, mientras se conserva su accesibilidad.

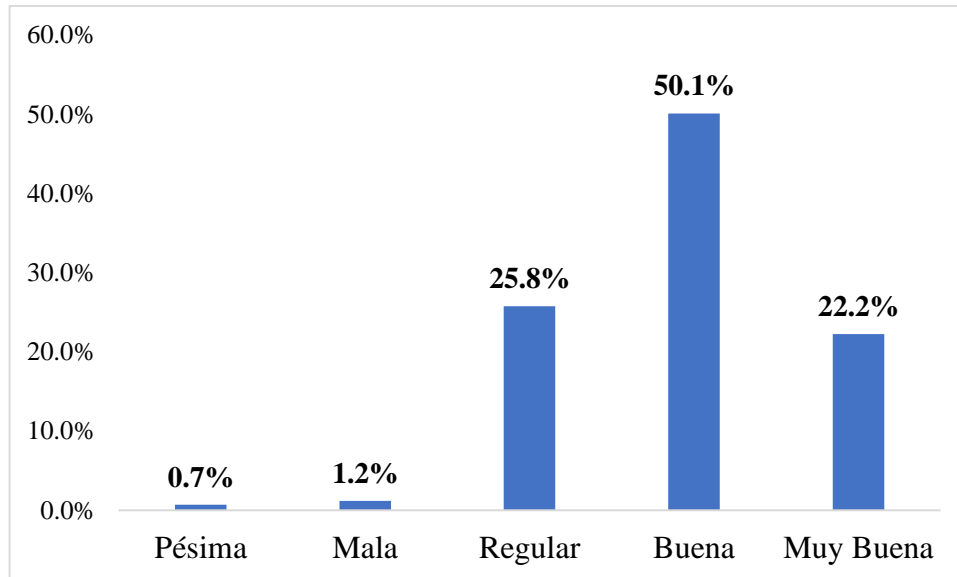


Figura 32. ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla?

En la Figura 32 se observa que, de los 427 encuestados, la percepción sobre el estado del balneario La Alcantarilla es en su mayoría positiva. Un 50,12% de los encuestados considera que se encuentra en un estado bueno, mientras que un 22,25% opina que está en un estado muy bueno. Esto sugiere que la mayoría de los visitantes tiene una opinión favorable sobre las condiciones generales del balneario.

Sin embargo, un 25,76% lo califica como regular, lo que indica que hay un porcentaje significativo de visitantes que perciben que hay aspectos que podrían mejorarse. Por otro lado, las calificaciones de pésima y mala son bastante bajas, con solo un 0,70% y un 1,17%, respectivamente. Esto sugiere que, aunque existen algunas críticas, la gran mayoría de los visitantes no ve al balneario como un lugar en mal estado.

Podemos decir que, aunque la percepción general es positiva, la clasificación de regular indica que hay áreas de oportunidad para mejorar. Los comentarios de este grupo podrían centrarse en la necesidad de mejor mantenimiento, servicios adicionales o mejoras en infraestructura. La opinión favorable de más de la mitad de los encuestados también puede ser un indicativo de que el balneario tiene potencial para atraer a más visitantes si se realizan las mejoras necesarias.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a priorizar acciones de mantenimiento y mejora en el balneario. Aumentar la inversión en infraestructura y servicios podría no solo mejorar la experiencia del visitante, sino también elevar la percepción del lugar hacia un estado muy bueno, lo que podría traducirse en un incremento en la afluencia de turistas.

En general, el balneario La Alcantarilla es visto mayoritariamente en un estado bueno, pero la calificación regular de una parte significativa de los visitantes indica que hay margen para la mejora. Trabajar en las áreas de oportunidad podría llevar a una mejor experiencia y satisfacción entre los turistas.

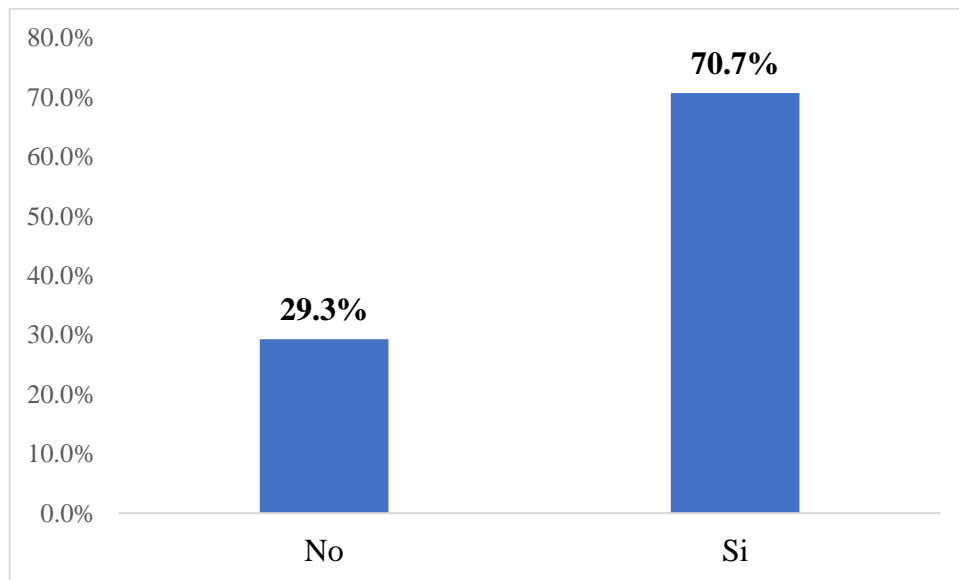


Figura 33. ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada?

En la Figura 33 se observa que, de los 427 encuestados, un 70,73% considera que el balneario La Alcantarilla está conservado, mientras que un 29,27% opina que no. Esta alta proporción de respuestas positivas sugiere que la mayoría de los visitantes perciben que se están llevando a cabo esfuerzos de conservación y mantenimiento en el lugar.

Podemos decir que la percepción positiva sobre la conservación del balneario puede estar relacionada con la satisfacción general que los visitantes expresaron anteriormente sobre el estado del lugar. La percepción de que el balneario está bien conservado podría contribuir a que más personas lo elijan destino, reforzando su atractivo como espacio recreativo.

Sin embargo, la cifra del 29,27% que considera que el balneario no está conservado es significativa y no debe ser ignorada. Esta respuesta podría reflejar preocupaciones sobre ciertos aspectos específicos del mantenimiento, tales como limpieza, infraestructura o servicios disponibles. Las autoridades deberían investigar más a fondo las razones detrás de esta percepción negativa para abordar las inquietudes de este grupo.

Este análisis sugiere que, aunque la mayoría tiene una percepción positiva, es crucial prestar atención a las áreas que requieren mejoras. Promover una mayor conciencia sobre las

acciones de conservación y mantenimiento podría mejorar la percepción de los visitantes y, en consecuencia, su disposición a pagar por los servicios del balneario.

En general, la mayoría de los encuestados considera que el balneario La Alcantarilla está conservado, lo que es un indicativo positivo. Sin embargo, se deben abordar las preocupaciones de aquellos que tienen una percepción negativa para mejorar la experiencia general de los visitantes y fomentar una mayor satisfacción con el lugar.

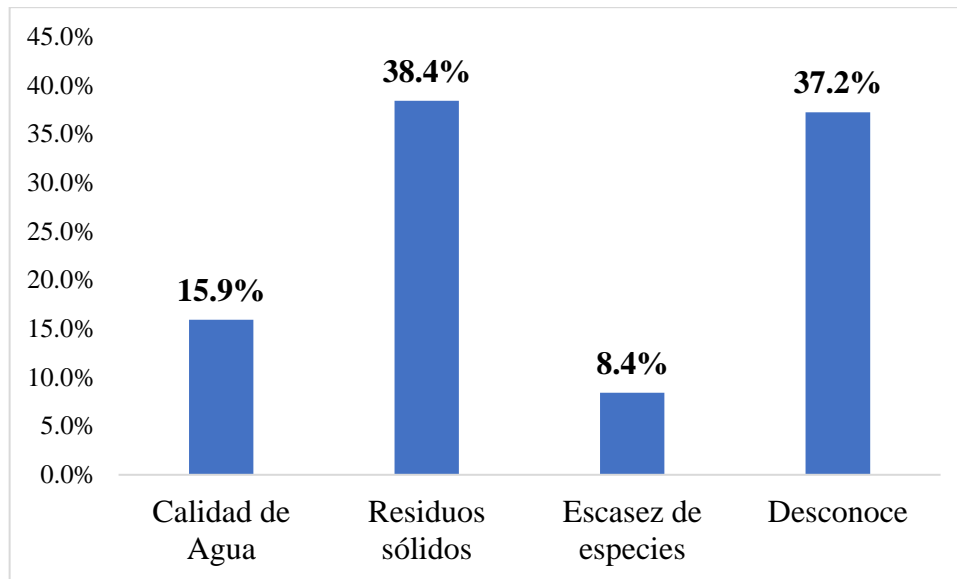


Figura 34. ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla?

En la Figura 34 se observa que, de los 427 encuestados, el 38,41% señala que los residuos sólidos son el principal problema ambiental que impacta al balneario La Alcantarilla. Este alto porcentaje indica una preocupación significativa por la gestión de desechos en el área, lo que podría estar afectando tanto la experiencia de los visitantes como la salud del ecosistema local.

El segundo problema más mencionado es la calidad del agua, con un 15,93% de las respuestas. Esto sugiere que algunos visitantes pueden estar preocupados por la contaminación o deterioro de los recursos hídricos del balneario, lo cual es crítico para la salud de los ecosistemas acuáticos y para las actividades recreativas que dependen de ellos.

Un 8,43% de los encuestados se refiere a la escasez de especies, lo que podría implicar que los visitantes son conscientes de la biodiversidad y su importancia, y que notan una disminución en la presencia de fauna o flora en la zona.

Por otro lado, un 37,24% de los encuestados indica que desconoce los problemas ambientales que afectan al balneario. Esta cifra es notable, ya que sugiere que una parte

considerable de los visitantes no está informada sobre las cuestiones ambientales que podrían estar afectando su experiencia o la sostenibilidad del lugar.

Podemos decir que la identificación de residuos sólidos como el principal problema ambiental resalta la necesidad urgente de implementar programas de gestión de residuos y educación ambiental para los visitantes. Además, la preocupación por la calidad del agua y la escasez de especies debe ser atendida con estrategias de conservación y monitoreo ambiental.

Este análisis puede ayudar a las autoridades y gestores del balneario a enfocarse en las áreas que requieren atención inmediata y a desarrollar campañas informativas que concienticen a los visitantes sobre la importancia de la conservación del entorno natural. Promover la participación de los visitantes en actividades de limpieza y conservación podría ser una manera efectiva de abordar estos problemas y fomentar un mayor compromiso con la protección del balneario.

En general, los residuos sólidos y la calidad del agua son los problemas ambientales más destacados por los encuestados, lo que señala la necesidad de intervenciones inmediatas en la gestión ambiental del balneario. Además, es esencial educar a los visitantes sobre estos temas para mejorar la percepción y la salud del ecosistema en el área.

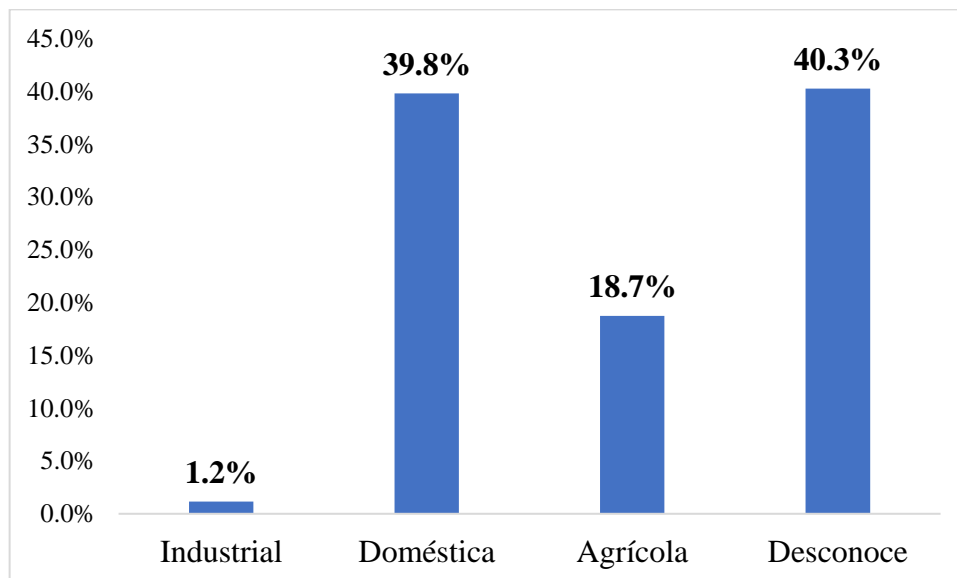


Figura 35. ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla?

En la Figura 35 se observa que, de los 427 encuestados, un 39,81% considera que la contaminación doméstica es la que más afecta al balneario La Alcantarilla. Esta cifra sugiere

una percepción generalizada de que los desechos generados por las actividades humanas diarias en la zona tienen un impacto significativo en el medio ambiente del balneario.

La contaminación agrícola, mencionada por el 18,74% de los encuestados, también representa una preocupación considerable. Esto podría indicar que las prácticas agrícolas en las cercanías del balneario están contribuyendo a la contaminación del agua o del suelo, afectando la calidad del entorno natural.

Por otro lado, solo un 1,17% considera que la contaminación industrial es un problema significativo, lo que podría reflejar una menor actividad industrial en la región o una percepción de que esta no es una fuente relevante de contaminación en comparación con otras.

Sin embargo, es notable que un 40,28% de los encuestados afirma desconocer qué tipo de contaminación afecta al balneario. Esta alta proporción resalta la necesidad de aumentar la conciencia sobre los problemas ambientales y sus fuentes entre los visitantes. La falta de información puede limitar la capacidad de los visitantes para participar en la conservación y protección del balneario.

Podemos decir que la percepción de la contaminación doméstica como la más problemática subraya la urgencia de implementar medidas de gestión de residuos y programas de educación ambiental. Esto podría involucrar campañas de sensibilización para fomentar prácticas responsables entre los visitantes y la comunidad local.

Este análisis puede ser útil para las autoridades y responsables del balneario, quienes podrían desarrollar estrategias que aborden tanto la contaminación doméstica como la agrícola. Fomentar la participación de la comunidad en iniciativas de limpieza y concientización sobre el manejo de residuos podría ser una acción eficaz para mitigar los efectos negativos sobre el entorno natural.

En general, la contaminación doméstica es vista como la mayor amenaza para el balneario, seguida de la contaminación agrícola. La falta de conocimiento sobre estos temas entre una parte considerable de los visitantes señala una oportunidad para implementar programas educativos que promuevan la protección y conservación del balneario La Alcantarilla.

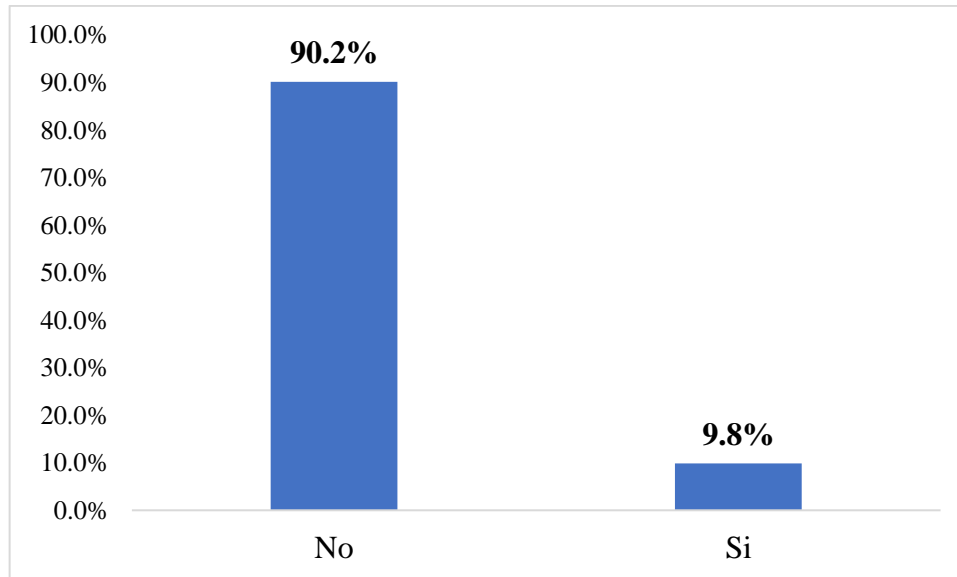


Figura 36. ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades?

En la Figura 36 se observa que, de los 427 encuestados, un 90,16% afirma que el balneario La Alcantarilla no es un foco contagioso de enfermedades, mientras que solo el 9,84% considera que sí lo es. Esta notable mayoría indica que la percepción general entre los visitantes es positiva en cuanto a la seguridad sanitaria del lugar, lo que puede influir favorablemente en su decisión de visitar el balneario.

El bajo porcentaje de encuestados que cree que La Alcantarilla es un foco de contagio sugiere que, en general, los visitantes no ven un riesgo significativo de enfermedades relacionadas con la contaminación del agua o el entorno. Esto puede ser un indicativo de la confianza que tienen en las condiciones sanitarias y en la gestión del lugar por parte de las autoridades.

Sin embargo, la presencia de un 9,84% que sí tiene preocupaciones sobre el riesgo de enfermedades es un dato relevante. Este grupo podría estar influenciado por experiencias personales, información externa o la percepción de problemas ambientales que, si no se gestionan adecuadamente, podrían comprometer la salud pública en el futuro.

Podemos decir que la percepción mayoritaria de que el balneario no es un foco contagioso es positiva y puede ser utilizada como un elemento para promover el turismo en la zona. No obstante, es crucial que las autoridades mantengan estándares de calidad en la gestión del agua y en la limpieza del entorno para asegurar que esta percepción se mantenga.

Este análisis puede ayudar a las autoridades a enfocarse en la comunicación de los esfuerzos realizados para garantizar la salubridad del balneario. Además, podrían considerar

campañas de sensibilización que informen a los visitantes sobre las medidas de higiene y salud implementadas en el lugar.

En general, la percepción de que el balneario La Alcantarilla no es un foco contagioso de enfermedades es predominantemente positiva, lo que sugiere una buena imagen del lugar. Sin embargo, es fundamental continuar garantizando la calidad sanitaria del entorno para mantener esta percepción y atraer a más visitantes.

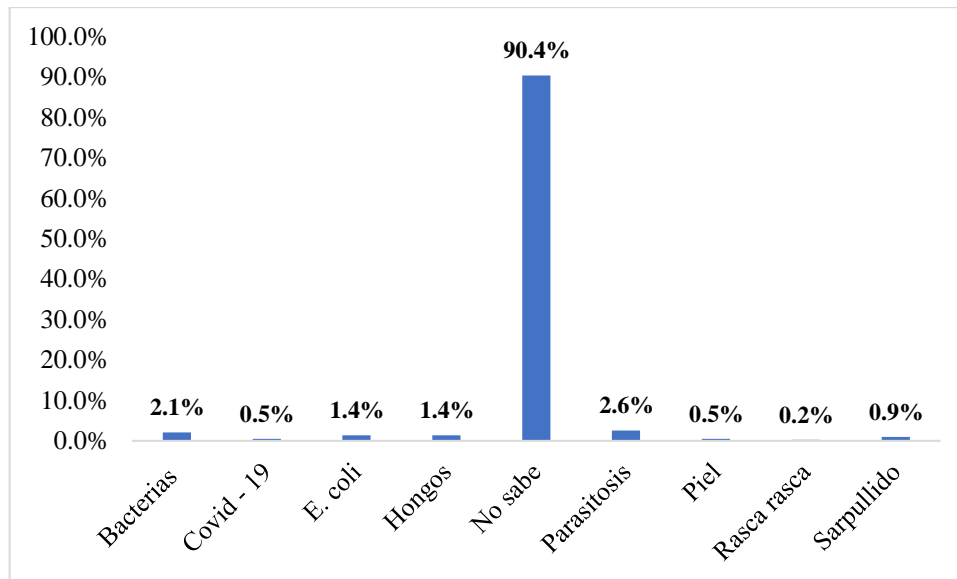


Figura 37. ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA?

En la Figura 37 se observa que, de los 427 encuestados, una abrumadora mayoría, 90,40%, no sabe qué enfermedades podría contraer en el balneario La Alcantarilla. Este alto porcentaje refleja una falta de conocimiento o información sobre los posibles riesgos sanitarios asociados con la visita al balneario, lo que podría ser motivo de preocupación para las autoridades y gestores del lugar.

Entre los pocos encuestados que sí expresaron preocupaciones sobre las enfermedades, los más mencionados fueron las bacterias con un 2,11%, seguidas por parasitosis con 2,58%. Estos datos sugieren que, aunque algunos visitantes tienen conciencia de los riesgos, la gran mayoría no identifica enfermedades específicas, lo que podría implicar que no están plenamente informados sobre los posibles peligros de salud que podrían estar presentes.

La baja mención de enfermedades como el Covid-19 (0,47%), E. coli (1,41%), hongos (1,41%), y otros problemas cutáneos sugiere que los encuestados pueden no estar considerando la contaminación del agua y los riesgos asociados con la actividad recreativa en un entorno natural. Este hallazgo puede indicar la necesidad de aumentar la educación sobre salud pública

y las enfermedades transmitidas por el agua, especialmente en un lugar donde la interacción con la naturaleza es fundamental.

Podemos decir que la falta de información sobre los riesgos sanitarios puede influir en la percepción de seguridad de los visitantes, lo cual es vital para fomentar una experiencia positiva. Este análisis sugiere que las autoridades del balneario deberían considerar implementar campañas informativas que eduquen a los visitantes sobre las posibles enfermedades asociadas con el uso del balneario y las medidas preventivas que pueden tomar para proteger su salud.

En general, la percepción de riesgo sanitario entre los visitantes del balneario La Alcantarilla es baja, con una gran mayoría que no identifica enfermedades potenciales. Sin embargo, la falta de conocimiento puede ser un área de mejora significativa para fomentar la seguridad y la salud en el balneario, ayudando a mantener una buena imagen y asegurar una experiencia placentera para los turistas.

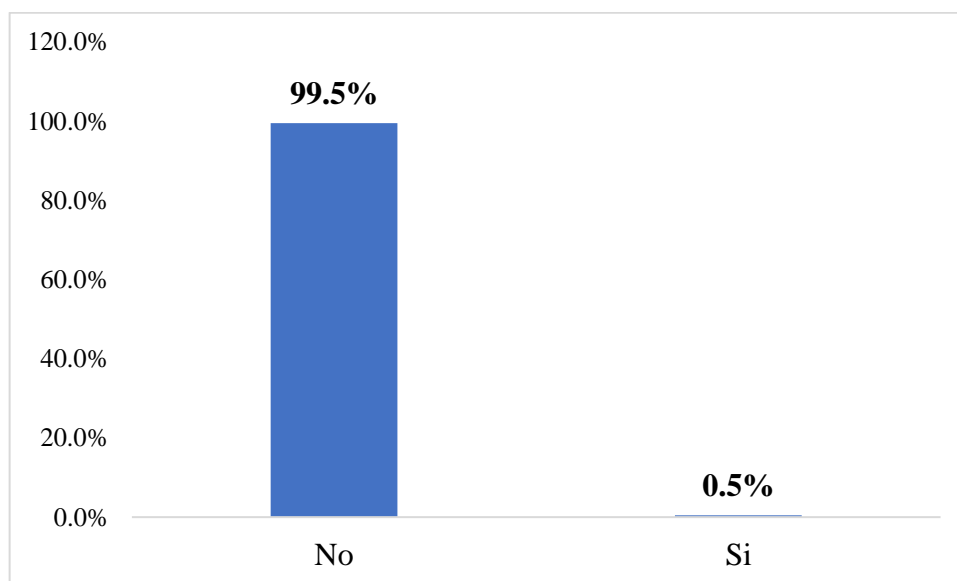


Figura 38. Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla

En la Figura 38 se observa que, de los 427 encuestados, 99,53% afirma que nunca ha contraído ninguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla, mientras que solo el 0,47% ha experimentado algún problema de salud relacionado con la actividad de nadar en este lugar. Este resultado destaca una percepción positiva y una experiencia general favorable entre los visitantes en cuanto a la seguridad sanitaria del balneario.

La casi total ausencia de reportes de enfermedades sugiere que la mayoría de los encuestados confía en la calidad del agua y en las condiciones sanitarias del balneario. Esto puede ser un indicativo de que, a pesar de las preocupaciones teóricas sobre posibles enfermedades (como se vio en la figura anterior), la experiencia real de los visitantes ha sido mayormente libre de problemas de salud.

Sin embargo, el 0,47% que sí ha contraído enfermedades puede ser un recordatorio de que, aunque la mayoría no haya enfrentado problemas, siempre existe la posibilidad de riesgos. Este pequeño porcentaje podría ser relevante para las autoridades y responsables del balneario, sugiriendo que se deben mantener o incluso mejorar los estándares de limpieza y control sanitario para seguir garantizando la salud de los visitantes.

Podemos concluir que la percepción de que bañarse en el balneario La Alcantarilla no conlleva riesgos sanitarios es predominantemente positiva. Este análisis puede servir para resaltar la importancia de seguir comunicando las buenas prácticas y la gestión adecuada del lugar para asegurar que esta percepción se mantenga entre los visitantes actuales y potenciales.

En general, la experiencia positiva de los visitantes, evidenciada por la alta proporción que no ha contraído enfermedades, sugiere que el balneario es un destino atractivo y seguro. Aun así, las autoridades deberían considerar continuar con la vigilancia y promoción de la salud pública para preservar esta buena reputación y fomentar un turismo sostenible.

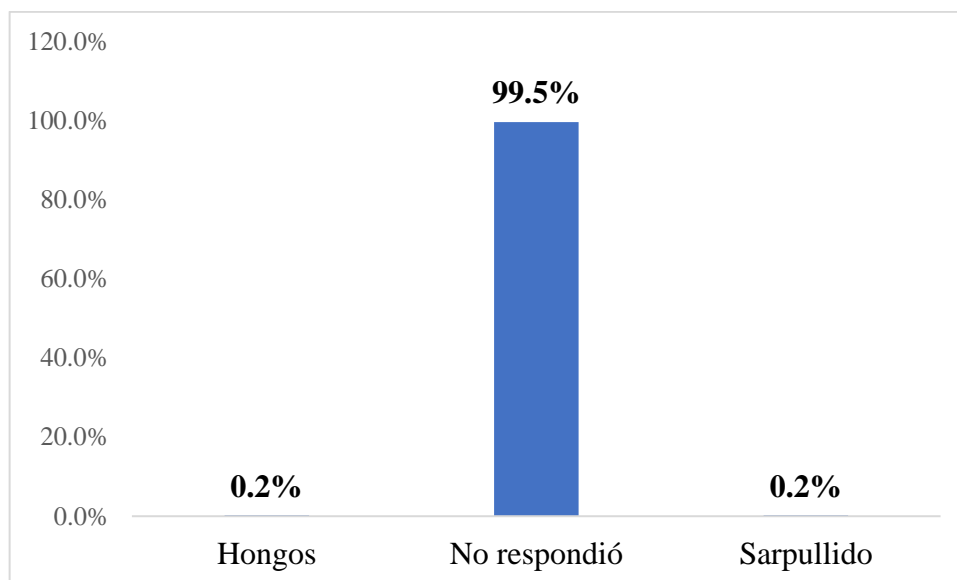


Figura 39. ¿Qué cree que ocasiono la enfermedad?

En la Figura 39 se observa que de los 427 encuestados, 99,53% no respondió a la pregunta sobre qué cree que ocasionó la enfermedad, mientras que solo un 0,47% atribuyó la

enfermedad a factores como hongos o sarpullido. Este resultado sugiere que, aunque hubo una mínima proporción de encuestados que reportó haber sufrido alguna enfermedad, la mayoría no tiene una opinión clara o no se atreve a especular sobre las causas de tales problemas.

La falta de respuestas puede reflejar varias situaciones. En primer lugar, puede indicar que los encuestados no consideran necesario reflexionar sobre las causas de la enfermedad debido a su escasa experiencia con problemas de salud relacionados con el balneario. Alternativamente, esta falta de respuesta podría ser un indicativo de desconocimiento sobre las condiciones que podrían ocasionar problemas de salud, lo que coincide con los hallazgos previos sobre la falta de conocimiento respecto a las enfermedades asociadas con el balneario.

El hecho de que solo una persona mencionara hongos y otra un sarpullido sugiere que, incluso entre quienes sí han sufrido problemas de salud, no hay un consenso claro sobre las causas. Esto puede ser una señal para que las autoridades del balneario consideren realizar una campaña informativa sobre la salud, que incluya consejos sobre las prácticas seguras para el baño y la importancia de mantener buenas condiciones higiénicas.

En general, la gran mayoría de los encuestados no se siente informada o no ha reflexionado sobre las posibles causas de enfermedades en el balneario La Alcantarilla. Esto resalta la necesidad de generar mayor conciencia y educación sobre los riesgos sanitarios, lo que a su vez podría contribuir a mejorar la experiencia de los visitantes y la percepción general de seguridad en el balneario. Aumentar la información disponible sobre salud y prevención puede ayudar a fomentar un ambiente más seguro y agradable para todos los usuarios.

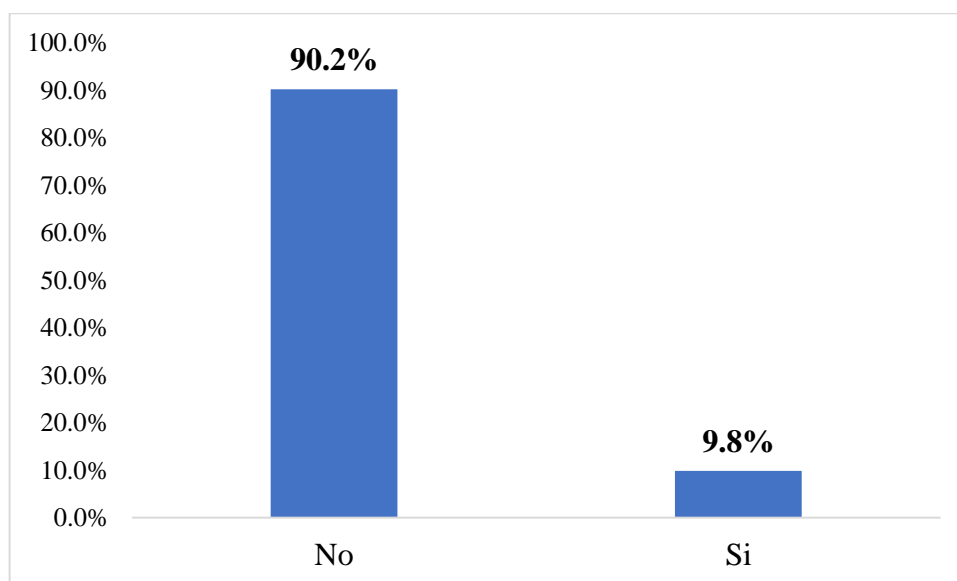


Figura 40. Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla

En la Figura 40 se observa que, de los 427 encuestados, 90,16% indica que no ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla, mientras que solo el 9,84% sí ha observado estas acciones. Este resultado pone de manifiesto una percepción generalizada entre los visitantes de que no se están llevando a cabo suficientes esfuerzos para proteger y conservar este espacio natural.

La abrumadora mayoría que no percibe acciones de conservación puede sugerir que las iniciativas existentes no son visibles o no son adecuadas para generar un impacto significativo en la conciencia pública. Esto puede reflejar una falta de comunicación o promoción de las actividades de conservación que se realizan, o podría indicar que las acciones que se están llevando a cabo son insuficientes para abordar los desafíos ambientales que enfrenta el balneario.

Este hallazgo es crucial, ya que la percepción de la falta de conservación podría influir negativamente en la satisfacción general de los visitantes y en su disposición a regresar o recomendar el balneario a otros. Una percepción de abandono o falta de cuidado puede también afectar la imagen del lugar como un destino turístico atractivo y seguro.

Es importante que las autoridades y responsables del balneario La Alcantarilla evalúen y fortalezcan sus esfuerzos en materia de conservación. Iniciativas visibles, campañas de educación ambiental y la participación de la comunidad podrían ser estrategias efectivas para aumentar la percepción de conservación entre los visitantes.

En general, la baja percepción de acciones de conservación sugiere que se necesita un enfoque más robusto y visible para la protección del balneario. Esto no solo mejoraría la experiencia de los visitantes, sino que también podría fortalecer la sostenibilidad del balneario a largo plazo, asegurando que las generaciones futuras también puedan disfrutar de este atractivo natural.

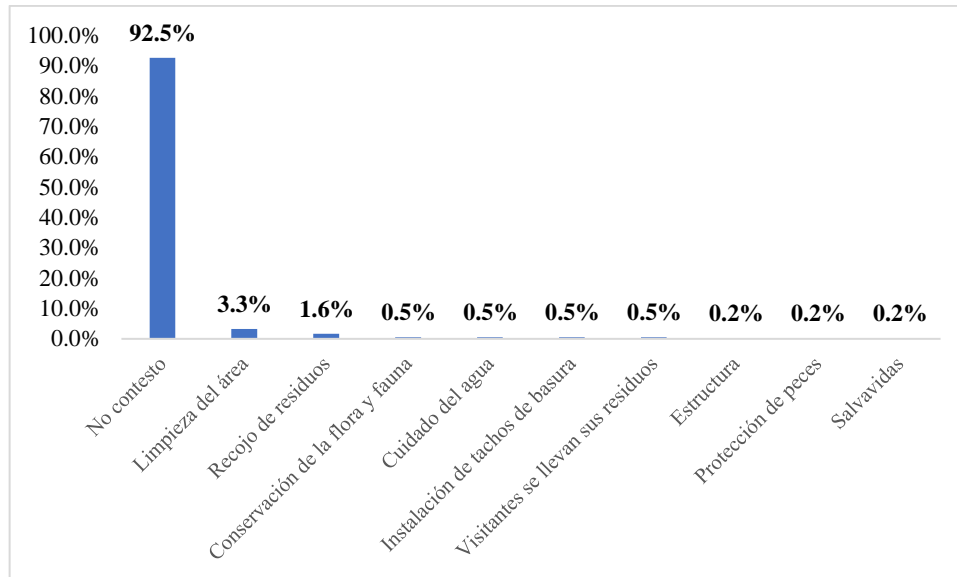


Figura 41. ¿Cuáles estados de conservación?

En la Figura 41 se observa que, de los 427 encuestados, 92,51% no respondió sobre los estados de conservación del balneario La Alcantarilla. Entre los que sí proporcionaron una respuesta, la mayoría mencionó acciones limitadas: solo 3,28% indicó que hay limpieza del área, 1,64% mencionó el recojo de residuos, y un porcentaje mínimo (cada uno con 0,47%) mencionó la conservación de la flora y fauna, el cuidado del agua, la instalación de tachos de basura, y que los visitantes se llevan sus residuos. Otros aspectos como la estructura, protección de peces y la existencia de salvavidas fueron mencionados por solo una persona cada uno.

Estos resultados reflejan una preocupante falta de conciencia y participación en las acciones de conservación del balneario. La alta proporción de encuestados que no responde sugiere que muchos visitantes pueden no estar al tanto de las iniciativas de conservación, si es que existen, o simplemente no las perciben de manera significativa.

La predominancia de respuestas que indican una falta de conservación puede tener implicaciones serias para la sostenibilidad del balneario y su atractivo como destino turístico. Sin una gestión activa y visible, es probable que la situación actual no cambie, lo que podría resultar en un deterioro del ambiente natural que atrae a los visitantes en primer lugar.

Este análisis resalta la necesidad urgente de implementar y comunicar efectivamente programas de conservación y limpieza que sean percibidos por los visitantes. Iniciativas como campañas de concientización, mejora en la infraestructura para manejo de residuos, y actividades de restauración ecológica pueden ser cruciales para revertir esta tendencia y fomentar un entorno más saludable y atractivo.

Además, es fundamental involucrar a la comunidad local y a los visitantes en estos esfuerzos, lo cual no solo mejoraría la percepción del balneario, sino que también contribuiría a su conservación a largo plazo, garantizando que siga siendo un lugar de disfrute para futuras generaciones.

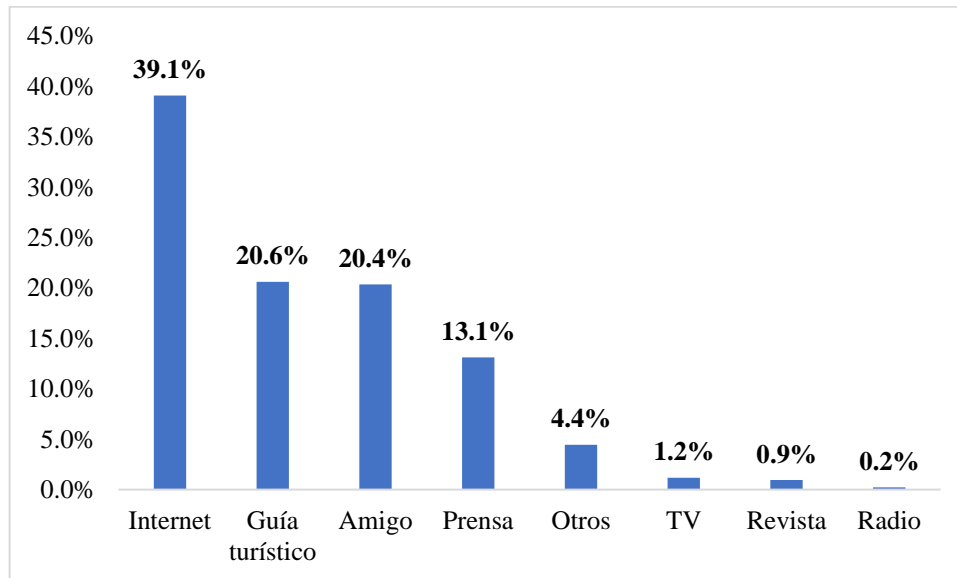


Figura 42. ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación?

En la Figura 42 se observa que, de los 427 encuestados, 39,11% se enteró del balneario La Alcantarilla como un lugar turístico para recreación a través de Internet. Esta cifra resalta la importancia de las plataformas digitales en la promoción de destinos turísticos en la actualidad.

En segundo lugar, 20,61% de los encuestados menciona haber recibido información a través de guías turísticos, seguido de cerca por aquellos que se enteraron a través de amigos, con un 20,37%. Estos resultados indican que las recomendaciones personales y la información de profesionales del turismo son también fuentes significativas de conocimiento sobre el balneario.

La prensa fue mencionada por el 13,11%, lo que sugiere que los medios de comunicación tradicionales aún juegan un papel en la difusión de información sobre destinos turísticos. Las categorías menos representativas son otros medios (4,45%), televisión (1,17%), revistas (0,94%), y radio (0,23%), lo que indica que estas plataformas tienen un impacto menor en la promoción del balneario.

Este análisis sugiere que la estrategia de marketing y promoción del balneario debería enfocarse en mejorar su presencia en línea, aprovechando el interés creciente por parte de los usuarios de Internet. Además, el aprovechamiento de guías turísticos y recomendaciones de

amigos podría ser una vía efectiva para atraer más visitantes. La colaboración con plataformas de turismo en línea y la implementación de campañas en redes sociales podrían aumentar aún más el alcance y la visibilidad del balneario.

Asimismo, considerando que un alto porcentaje de los encuestados no se enteró del balneario a través de medios tradicionales, sería recomendable explorar nuevas formas de promoción a través de eventos comunitarios o colaboraciones con influencers de viaje que puedan presentar el balneario a un público más amplio.

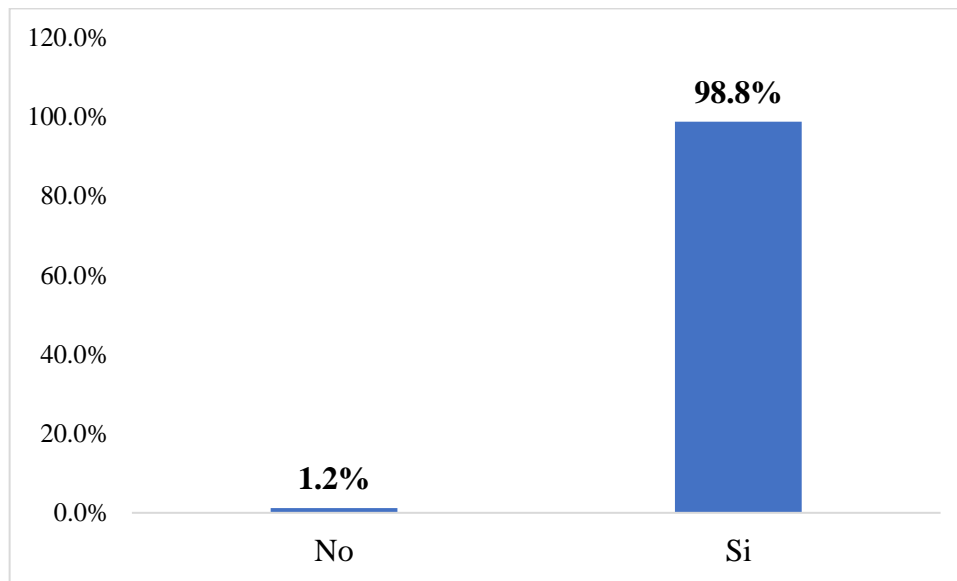


Figura 43. ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar?

En la Figura 43 se observa que, de los 427 encuestados, un abrumador 98,83% considera que es necesario implementar más servicios en el balneario La Alcantarilla. Solo 1,17% de los participantes opina que no es necesario realizar tales mejoras.

Esta respuesta sugiere una percepción generalizada entre los visitantes sobre la insuficiencia de los servicios actuales, lo que podría afectar su experiencia y satisfacción durante la visita. La alta demanda de servicios adicionales podría incluir desde instalaciones sanitarias adecuadas, opciones de alimentación, hasta actividades recreativas y de entretenimiento que mejoren la estancia de los turistas en el balneario.

La implementación de más servicios puede ser vista no solo como una mejora en la experiencia del visitante, sino también como una oportunidad para fomentar un desarrollo sostenible del área, lo que podría atraer a más turistas y beneficiar a la economía local. Por tanto, este análisis sugiere que las autoridades y administradores del balneario deberían

considerar realizar un estudio más profundo para identificar específicamente qué servicios son más demandados y cómo se pueden implementar de manera efectiva.

Además, la inversión en estos servicios podría contribuir a la conservación del entorno natural, ya que una mejor infraestructura puede facilitar prácticas de turismo responsable y sostenido. La falta de servicios adecuados podría estar limitando el potencial turístico del balneario, lo que resalta la necesidad urgente de atender estas demandas para mejorar la experiencia del visitante y asegurar un desarrollo turístico sostenible en la región.

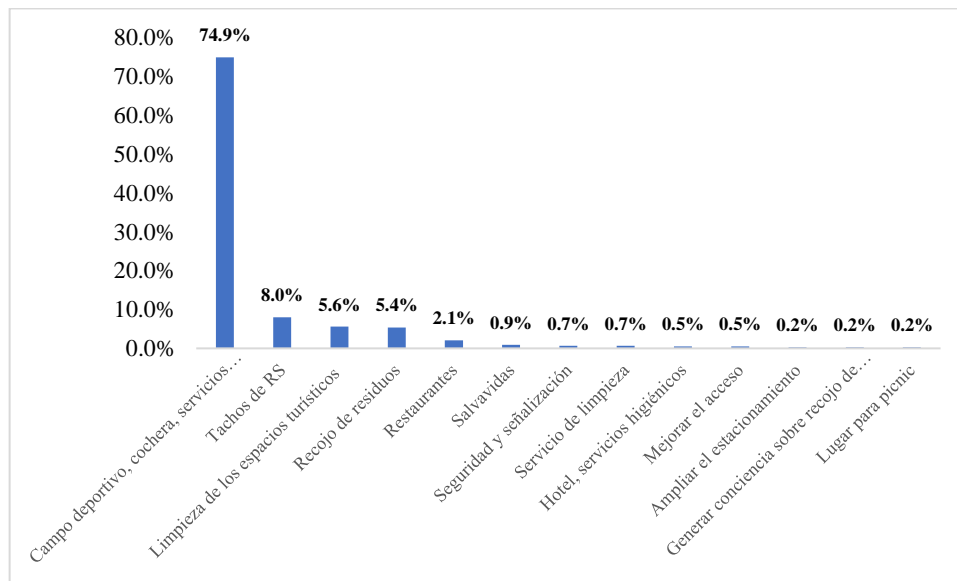


Figura 44. ¿Qué servicios se debe implementar?

En la Figura 44 se observa que, de los 427 encuestados, un notable 74,94% considera que se deben implementar servicios como campo deportivo, cochera, servicios higiénicos, vestidores, mesas y sillas en el balneario La Alcantarilla. Este alto porcentaje indica una clara demanda por mejorar la infraestructura y los servicios ofrecidos en el lugar, lo que podría enriquecer la experiencia de los visitantes.

El siguiente grupo de respuestas incluye la necesidad de tachos de residuos sólidos (7,96%) y la limpieza de los espacios turísticos (5,62%). Estos datos subrayan la importancia de mantener el balneario limpio y organizado, lo cual es fundamental para conservar la belleza natural y atraer a más turistas.

Las sugerencias de recojo de residuos (5,39%) y restaurantes (2,11%) también resaltan la importancia de contar con una adecuada gestión de residuos y opciones de alimentación, lo que mejoraría significativamente la estancia de los visitantes.

Por otro lado, la implementación de salvavidas (0,94%) y seguridad y señalización (0,70%) muestra que la seguridad de los visitantes también es una preocupación, aunque menos prioritaria en comparación con la necesidad de mejorar la infraestructura.

La necesidad de mejorar el acceso (0,47%) y ampliar el estacionamiento (0,23%) refleja preocupaciones logísticas que podrían facilitar la llegada y comodidad de los turistas.

Este análisis sugiere que los responsables del balneario deberían priorizar la implementación de estas mejoras para satisfacer las expectativas de los visitantes. La atención a estas demandas podría no solo incrementar la satisfacción del cliente, sino también promover un turismo más sostenible y organizado en la región, lo que beneficiaría tanto a los turistas como a la comunidad local.

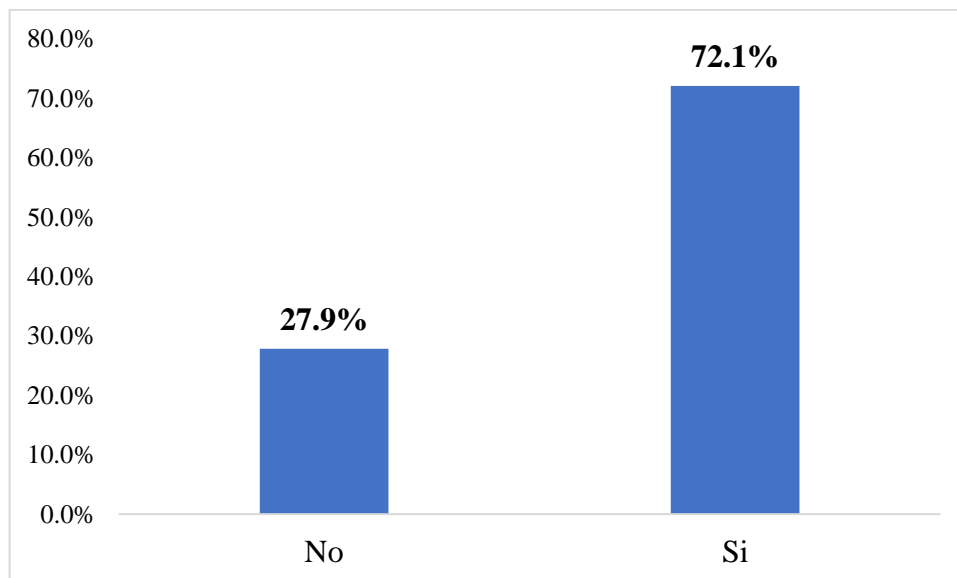


Figura 45. ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar?

En la Figura 45 se observa que de los 427 encuestados, un significativo 72,13% considera que es necesario implementar un programa de protección y conservación de la flora y fauna en el balneario La Alcantarilla. Este alto porcentaje sugiere una fuerte preocupación por la preservación del entorno natural y la biodiversidad del área, indicando que los visitantes valoran la importancia de mantener el equilibrio ecológico en el lugar.

Por otro lado, el 27,87% de los encuestados no ve la necesidad de dicho programa, lo que podría reflejar diferentes niveles de conciencia sobre los problemas ambientales o una falta de información sobre la flora y fauna locales.

La alta proporción de personas que apoyan la conservación puede motivar a las autoridades locales a desarrollar iniciativas que promuevan la educación ambiental y la participación de la comunidad en la protección de su entorno natural. Este enfoque no solo ayudaría a salvaguardar la biodiversidad, sino que también podría atraer a un turismo más consciente y responsable, contribuyendo al desarrollo sostenible del balneario La Alcantarilla.

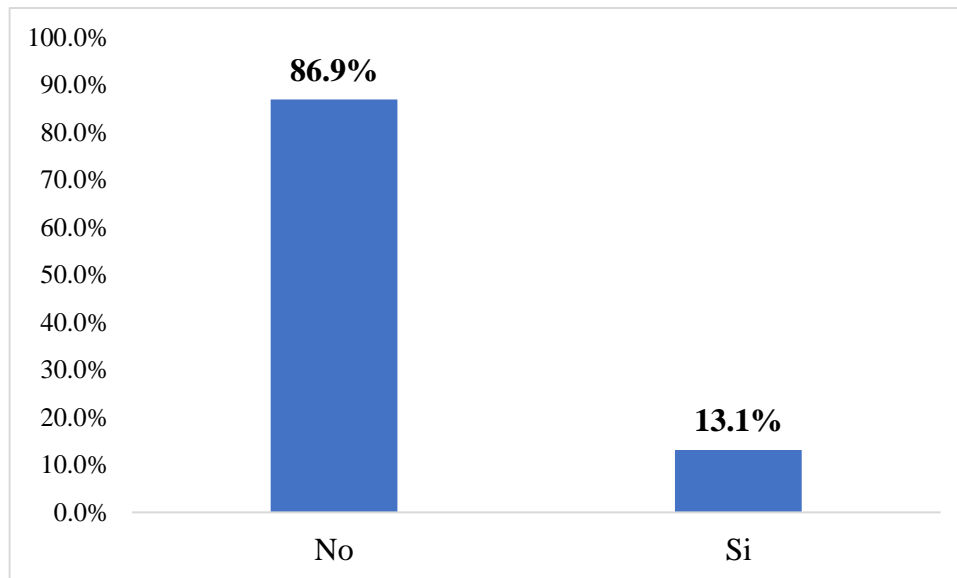


Figura 46. ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla?

En la Figura 46 se observa que de los 427 encuestados, un 86,89% afirma no haber botado residuos en el balneario La Alcantarilla, mientras que el 13,11% admite haberlo hecho. Esta alta proporción de respuestas negativas sugiere que la mayoría de los visitantes tiene una actitud responsable hacia la limpieza del entorno y la preservación del área natural.

Sin embargo, el porcentaje de personas que sí botaron residuos, aunque menor, es significativo. Esto indica la necesidad de seguir promoviendo campañas de concientización sobre el manejo de residuos y la importancia de mantener el balneario limpio. Acciones como la instalación de más recipientes de basura y la promoción de prácticas de reciclaje podrían ayudar a reducir el número de visitantes que generan basura en el área, fomentando así un turismo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

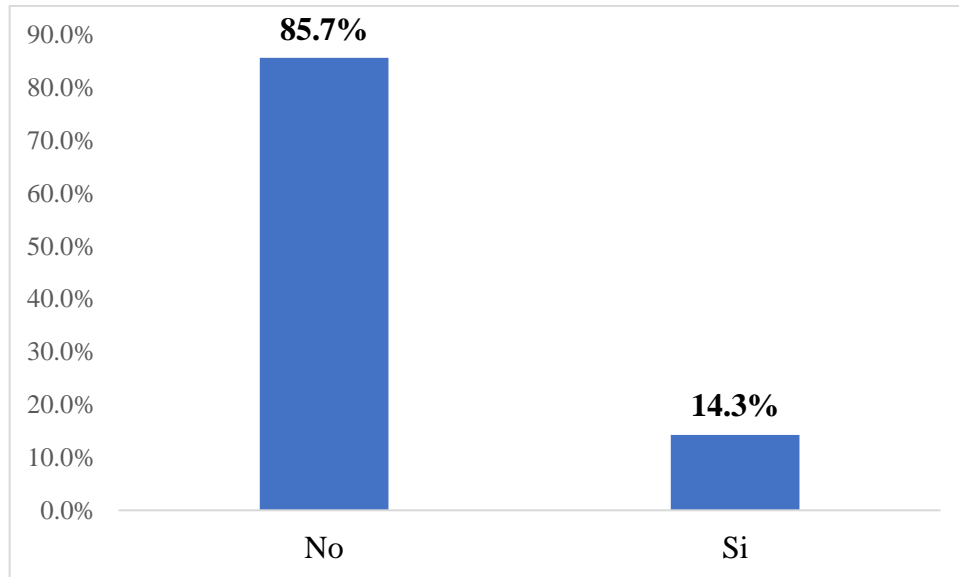


Figura 47. ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla?

En la Figura 47 se observa que, de los 427 encuestados, el 85,71% indicó que no realiza caminatas en el balneario La Alcantarilla, mientras que solo el 14,29% afirmó que sí lo hace.

Podemos decir que la mayoría de los visitantes no participa en actividades de caminata durante su visita, lo que sugiere que estas actividades no son una prioridad o interés para la mayoría de los turistas en el balneario. Este bajo porcentaje indica que La Alcantarilla podría ser percibida principalmente como un destino para otras actividades recreativas, como la natación, el descanso o la socialización, en lugar de como un lugar adecuado para caminatas o senderismo.

El elevado porcentaje de encuestados que no realiza caminatas puede señalar una oportunidad para las autoridades del balneario de fomentar el senderismo y explorar el entorno natural, mediante la creación de senderos y rutas adecuadas. Esto también puede ser un indicativo de la necesidad de mejorar la infraestructura para caminatas y promover la belleza escénica y natural que ofrece La Alcantarilla.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a considerar la implementación de iniciativas que incentiven a los visitantes a participar en actividades de caminata, como la señalización de rutas, la organización de excursiones guiadas y la promoción de caminatas temáticas. De esta manera, se podría diversificar la oferta recreativa del balneario y atraer a un público más amplio.

En general, la baja participación en actividades de caminata en La Alcantarilla resalta la necesidad de promover el senderismo y el disfrute del entorno natural, lo que podría

contribuir a enriquecer la experiencia del visitante y mejorar el perfil del balneario como destino turístico integral.

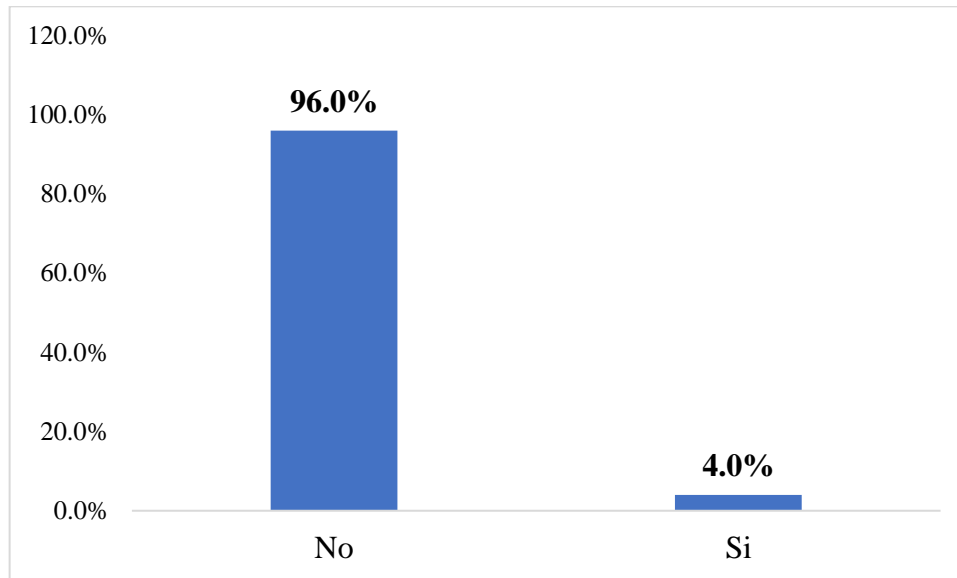


Figura 48. ¿Hizo mucho ruido?

En la Figura 48 se observa que, de los 427 encuestados, el 96,02% indicó que no hizo mucho ruido durante su visita al balneario La Alcantarilla, mientras que solo el 3,98% afirmó que sí lo hizo.

Podemos decir que la gran mayoría de los visitantes optan por comportarse de manera tranquila y respetuosa en el balneario, lo que sugiere que el ambiente del lugar favorece la relajación y el disfrute pacífico del entorno natural. Este alto porcentaje indica que los visitantes probablemente valoran la tranquilidad y el silencio, lo que contribuye a una experiencia de descanso y conexión con la naturaleza.

El pequeño porcentaje de encuestados que hizo ruido podría representar situaciones puntuales o la falta de regulaciones claras sobre el comportamiento adecuado en el balneario. Esto subraya la importancia de fomentar una cultura de respeto entre los visitantes, donde el disfrute del espacio no altere la experiencia de los demás.

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a promover campañas de concientización sobre el comportamiento respetuoso, así como a considerar la implementación de normas que regulan el nivel de ruido permitido en determinadas áreas. Esto aseguraría que La Alcantarilla continúe siendo un lugar de tranquilidad y descanso para sus visitantes.

En general, la baja incidencia de ruido en el balneario refuerza su atractivo como un destino donde los turistas pueden disfrutar de la naturaleza en un ambiente sereno y relajante. Mantener esta atmósfera puede ser clave para su éxito continuo como un lugar turístico.

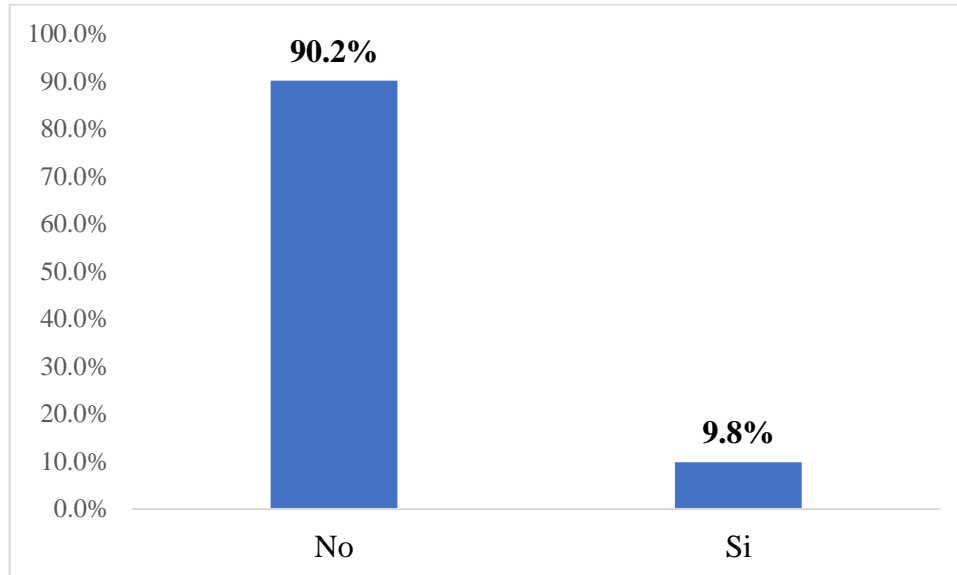


Figura 49. ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido?

En la Figura 49 se observa que, de los 427 encuestados, el 90,16% indicó que su vehículo 9,84% afirmó que, podemos decir que la mayoría de los visitantes utilizan vehículos que no impactan negativamente en el entorno del balneario, lo que sugiere una preocupación general por mantener la calidad del aire y el ambiente sonoro en La Alcantarilla. Este alto porcentaje indica que la mayoría de los turistas son conscientes de su huella.

El porcentaje de encuestados que reportan que sus vehículos generan humo y ruido podría señalar la presencia de vehículos más antiguos o menos eficientes en términos de emisiones. Esto resalta la necesidad de promover el uso de medios de transporte más sostenibles y eficientes entre los visitantes, así como la posible implementación de regulaciones que fomenten el uso de

Este análisis puede ayudar a las autoridades del balneario a considerar iniciativas que incentivan el uso de transporte sostenible, como la promoción de vehículos eléctricos o el desarrollo de un sistema de transporte público accesible que minimice el tráfico de vehículos particulares.

En general, el bajo porcentaje de vehículos que generan mucho humo y ruido refuerza la imagen positiva del balneario como un destino donde se valora la conservación del medio ambiente y se busca proporcionar a los visitantes una experiencia tranquila y placentera.

4.2. Función de demanda del valor de uso indirecto de los turistas

Tabla 3. Estadística descriptiva de las variables empíricas o indicadores en estudio

| Indicadores | Mínimo | Máximo | Media | Desviación estándar | Coefficiente de variación | Error típico | Shapiro-Wilk |
|--|--------|--------|-------|---------------------|---------------------------|--------------|--------------|
| X1: Género del entrevistado | 0,0 | 1,0 | 0,49 | 0,50 | 102,7% | 0,024 | <0,0001 |
| X3: Edad del entrevistado | 2,0 | 4,0 | 2,71 | 0,55 | 20,3% | 0,027 | <0,0001 |
| X5: Nivel de estudios del entrevistado | 1,0 | 4,0 | 3,02 | 0,92 | 30,6% | 0,045 | <0,0001 |
| X6: ¿Cuál es el promedio de su ingreso mensual? | 1,0 | 8,0 | 5,73 | 1,61 | 28,1% | 0,078 | <0,0001 |
| X7: ¿Ha venido antes a este lugar? | 0,0 | 1,0 | 0,72 | 0,45 | 61,9% | 0,022 | <0,0001 |
| X8: ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año? | 0,0 | 20,0 | 1,26 | 1,74 | 138,5% | 0,084 | <0,0001 |
| X9: ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla? | 1,0 | 6,0 | 3,84 | 1,51 | 39,4% | 0,073 | <0,0001 |
| X10: ¿Con cuántas personas vino? | 1,0 | 3,0 | 1,30 | 0,55 | 42,1% | 0,026 | <0,0001 |
| X11: ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar? | 1,0 | 4,0 | 1,74 | 0,89 | 51,2% | 0,043 | <0,0001 |
| X12: ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural? | 0,0 | 1,0 | 0,68 | 0,47 | 69,2% | 0,023 | <0,0001 |
| X13: ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar? | 1,0 | 5,0 | 2,36 | 0,98 | 41,6% | 0,048 | <0,0001 |
| X141: Gastos de gasolina para el vehículo | 0,0 | 500,0 | 27,90 | 65,03 | 233,1% | 3,147 | <0,0001 |
| X142: Gastos en pasaje en transporte | 0,0 | 500,0 | 27,37 | 53,59 | 195,8% | 2,593 | <0,0001 |

| | | | | | | | |
|---|-----|-------|-------|-------|---------|-------|---------|
| X143: Gastos en comida | 0,0 | 400,0 | 22,42 | 45,62 | 203,5% | 2,208 | <0,0001 |
| X144: Gastos en regalos, artesanías u otros artículos adquiridos | 0,0 | 600,0 | 5,72 | 34,83 | 608,9% | 1,686 | <0,0001 |
| X145: Gastos torales | 1,0 | 5,0 | 1,81 | 1,05 | 57,9% | 0,051 | <0,0001 |
| X151: Actividades de camping | 0,0 | 1,0 | 0,00 | 0,07 | 1459,4% | 0,003 | <0,0001 |
| X152: Actividades de fotografía | 0,0 | 1,0 | 0,27 | 0,44 | 164,9% | 0,021 | <0,0001 |
| X153: Actividades de nadar o bañarse | 0,0 | 1,0 | 0,99 | 0,10 | 9,7% | 0,005 | <0,0001 |
| X154: Actividades de pesca o comercio | 0,0 | 1,0 | 0,01 | 0,10 | 1029,6% | 0,005 | <0,0001 |
| X155: Otras actividades | 0,0 | 1,0 | 0,02 | 0,13 | 775,5% | 0,006 | <0,0001 |
| X161: Decidió visitar por el paisaje, belleza escénica, naturaleza | 0,0 | 1,0 | 0,25 | 0,43 | 173,1% | 0,021 | <0,0001 |
| X162: Decidió visitar por recreación | 0,0 | 1,0 | 0,54 | 0,50 | 93,1% | 0,024 | <0,0001 |
| X163: Decidió visitar por turismo | 0,0 | 1,0 | 0,37 | 0,48 | 130,0% | 0,023 | <0,0001 |
| X164: Decidió visitar por investigación | 0,0 | 1,0 | 0,00 | 0,05 | 2066,4% | 0,002 | <0,0001 |
| X165: Decidió visitar para extraer productos acuíferos | 0,0 | 1,0 | 0,00 | 0,05 | 2066,4% | 0,002 | <0,0001 |
| X166: Decidió visitar por otros motivos | 0,0 | 1,0 | 0,03 | 0,16 | 615,7% | 0,008 | <0,0001 |
| X17: ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje? | 1,0 | 5,0 | 4,18 | 0,74 | 17,7% | 0,036 | <0,0001 |
| Y1: Disponibilidad a pagar | 0,0 | 1,0 | 0,80 | 0,40 | 50,3% | 0,019 | <0,0001 |
| X18: Precio mínimo de la disponibilidad a pagar | 1,0 | 13,0 | 2,67 | 2,40 | 89,7% | 0,116 | <0,0001 |
| X19: Precio máximo de la | 2,0 | 20,0 | 5,44 | 4,01 | 73,8% | 0,194 | <0,0001 |

| | | | | | | | | |
|--|-----|-----|------|------|---------|-------|---------|--|
| disponibilidad a pagar | | | | | | | | |
| X22: ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla? | 1,0 | 5,0 | 3,92 | 0,76 | 19,5% | 0,037 | <0,0001 | |
| X23: ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada? | 0,0 | 1,0 | 0,71 | 0,46 | 64,4% | 0,022 | <0,0001 | |
| X24: ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla? | 1,0 | 4,0 | 2,67 | 1,13 | 42,5% | 0,055 | <0,0001 | |
| X25: ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla? | 1,0 | 4,0 | 2,98 | 0,92 | 30,9% | 0,045 | <0,0001 | |
| X26: ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades? | 0,0 | 1,0 | 0,10 | 0,30 | 303,1% | 0,014 | <0,0001 | |
| X28: Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla | 0,0 | 1,0 | 0,00 | 0,07 | 1459,4% | 0,003 | <0,0001 | |
| X30: Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla | 0,0 | 1,0 | 0,10 | 0,30 | 303,1% | 0,014 | <0,0001 | |
| X32: ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación? | 1,0 | 8,0 | 5,05 | 1,58 | 31,2% | 0,076 | <0,0001 | |
| X33: ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar? | 0,0 | 1,0 | 0,99 | 0,11 | 10,9% | 0,005 | <0,0001 | |

| | | | | | | | |
|--|-----|-----|------|------|--------|-------|---------|
| X35: ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar? | 0,0 | 1,0 | 0,72 | 0,45 | 62,2% | 0,022 | <0,0001 |
| X36: ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla? | 0,0 | 1,0 | 0,13 | 0,34 | 257,7% | 0,016 | <0,0001 |
| X37: ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla? | 0,0 | 1,0 | 0,14 | 0,35 | 245,2% | 0,017 | <0,0001 |
| X38: ¿Hizo mucho ruido? | 0,0 | 1,0 | 0,04 | 0,20 | 491,7% | 0,009 | <0,0001 |
| X39: ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido? | 0,0 | 1,0 | 0,10 | 0,30 | 303,1% | 0,014 | <0,0001 |

En la Tabla 3, se presentan diversos indicadores relacionados con las características y comportamientos de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla. A continuación, se analizan detalladamente 47 de estos indicadores, haciendo énfasis en sus coeficientes de variación y su relevancia para comprender la heterogeneidad de los datos.

Género del entrevistado (X1), con un coeficiente de variación de 102,7%, se observa que hay una gran variabilidad en la representación de géneros entre los encuestados, lo que puede influir en las preferencias y necesidades de los turistas. La media de 0,49 indica una distribución casi equitativa entre géneros, pero la alta variabilidad sugiere que es esencial considerar estrategias que aborden las preferencias específicas de cada grupo.

Edad del entrevistado (X3), presenta un coeficiente de 20,3%, lo que indica una heterogeneidad moderada en las edades de los turistas. La media de 2,71 sugiere que la mayoría de los visitantes pertenecen a un grupo de edad media, pero es fundamental considerar la diversidad etaria en la planificación de actividades y servicios.

Nivel de estudios del entrevistado (X5), con un coeficiente de 30,6%, muestra que existe cierta variabilidad en el nivel educativo de los encuestados. La media de 3,02 sugiere que muchos turistas tienen un nivel educativo medio a alto, lo que puede influir en sus expectativas y valoración de los servicios ofrecidos.

Promedio de ingreso mensual (X6), Este indicador presenta un coeficiente de variación de 28,1%. La media de 5,73 indica que la mayoría de los encuestados se sitúan en un nivel de ingreso medio, pero la variabilidad sugiere diferencias en el poder adquisitivo que podrían afectar su experiencia en el balneario.

¿Ha venido antes a este lugar? (X7), con un coeficiente de 61,9%, este indicador refleja una considerable heterogeneidad en la frecuencia de visitas. La media de 0,72 sugiere que muchos encuestados son visitantes recurrentes, lo que puede ser indicativo de la satisfacción general con el balneario.

¿Cuántas visitas ha realizado usted al balneario en el último año? (X8), este indicador tiene un coeficiente de 138,5%, lo que muestra una gran variabilidad. La media de 1,26 sugiere que la mayoría de los encuestados visitan el balneario una o dos veces al año, pero la alta variabilidad sugiere que algunos visitantes son mucho más frecuentes.

Medio de transporte utilizado (X9), con un coeficiente de variación de 39,4%, hay una heterogeneidad moderada en los medios de transporte. La media de 3,84 indica que la mayoría utiliza vehículos particulares, aunque es importante considerar la disponibilidad de transporte público y otras opciones para mejorar el acceso.

Número de personas acompañantes (X10), Presenta un coeficiente de 42,1%, lo que indica que los grupos que visitan el balneario varían en tamaño. La media de 1,30 sugiere que la mayoría de los visitantes vienen acompañados por una o dos personas, lo que podría influir en la demanda de servicios grupales.

Tiempo de llegada al balneario (X11), con un coeficiente de 51,2%, se observa una variabilidad en el tiempo de viaje. La media de 1,74 sugiere que la mayoría de los turistas no viajan largas distancias, lo que podría facilitar su acceso al balneario.

Visita planificada para recreación (X12), este indicador muestra un coeficiente de 69,2%, indicando una gran variabilidad en las motivaciones de los visitantes. La media de 0,68 sugiere que muchos vienen específicamente para actividades recreativas, lo que resalta la importancia de ofrecer instalaciones y servicios adecuados.

Horas de permanencia en el balneario (X13), con un coeficiente de variación de 41,6%, se observa cierta heterogeneidad. La media de 2,36 indica que la mayoría de los visitantes planean permanecer un tiempo moderado, lo que podría influir en la demanda de servicios y actividades a lo largo del día.

Gastos de gasolina (X141), este indicador tiene un coeficiente de 233,1%, reflejando una gran variabilidad en los gastos de transporte. La media de 27,90 sugiere que, aunque la mayoría gasta poco, algunos viajeros incurren en gastos significativos, lo que resalta la importancia de considerar el costo del transporte al evaluar la accesibilidad del balneario.

Gastos en pasaje (X142), presenta un coeficiente de 195,8%, lo que indica una alta variabilidad. La media de 27,37 muestra que algunos encuestados utilizan transporte público, pero también hay quienes pueden optar por alternativas más costosas.

Gastos en comida (X143), con un coeficiente de 203,5%, este indicador refleja una considerable heterogeneidad en los gastos alimenticios. La media de 22,42 sugiere que, aunque muchos gastan poco, algunos encuestados destinan cantidades mayores a la alimentación, lo que podría indicar preferencias diversas.

Gastos en regalos y artesanías (X144), este indicador tiene el coeficiente de variación más alto de 608,9%, sugiriendo una variabilidad extrema en los gastos por souvenirs. La media de 5,72 indica que muchos no gastan en estos artículos, mientras que otros realizan compras significativas, reflejando diferencias en el interés por productos locales.

Gastos totales (X145), con un coeficiente de 57,9%, se observa una variabilidad moderada en los gastos generales. La media de 1,81 sugiere que muchos turistas tienen un gasto total bajo, lo que puede estar relacionado con la duración de su visita y sus prioridades de consumo.

Actividades de camping (X151) este indicador presenta un coeficiente de variación de 1459,4%, lo que indica que, aunque la mayoría no realiza camping, un grupo pequeño que lo hace puede tener un impacto significativo en la variabilidad.

Actividades de fotografía (X152), con un coeficiente de 164,9%, la media de 0,27 sugiere que, aunque no todos participan, hay un interés considerable en capturar la belleza natural del balneario.

Actividades de nadar o bañarse (X153), este indicador tiene un coeficiente de 9,7%, lo que indica que los datos son relativamente homogéneos. La media de 0,99 muestra que la mayoría participa en estas actividades, subrayando la importancia del agua como atracción principal del balneario.

Actividades de pesca (X154), con un coeficiente de 1029,6%, se evidencia una gran heterogeneidad en la participación en la pesca. La media de 0,01 indica que es una actividad poco común entre los turistas.

Otras actividades (X155), este indicador presenta un coeficiente de 775,5%, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados no realizan actividades adicionales. La media de 0,02 indica que estas actividades son poco comunes.

Motivo de visita: paisaje (X161), con un coeficiente de 173,1%, se observa que muchos valoran la belleza escénica del lugar, aunque la media de 0,25 indica que no es el único motivo de visita.

Motivo de visita: recreación (X162), este indicador tiene un coeficiente de 93,1%, lo que sugiere que la recreación es un motivo común, con una media de 0,54 que refuerza su importancia.

Motivo de visita: turismo (X163), con un coeficiente de 130,0%, se destaca que el turismo es una motivación relevante. La media de 0,37 muestra que, aunque es significativa, no es el único impulso para visitar.

Motivo de visita: investigación (X164), este indicador presenta un coeficiente de 2066,4%, indicando que la investigación es un motivo extremadamente raro entre los visitantes, con una media de 0,00.

Motivo de visita: extracción de productos (X165), similar al anterior, con un coeficiente de 2066,4% y media de 0,00, lo que sugiere que este motivo es prácticamente inexistente entre los encuestados.

Otros motivos de visita (X166), este indicador también tiene un coeficiente alto de 615,7% con una media de 0,03 lo que refuerza la idea de que la mayoría de los turistas tiene motivos más tradicionales para visitar.

Satisfacción del viaje (X17), con un coeficiente de 17,7% se indica que la mayoría de los encuestados se siente satisfecho con su experiencia, lo que es positivo para la gestión del balneario.

Satisfacción con la calidad del agua (X18), este indicador presenta un coeficiente de 23,5% lo que indica una variabilidad baja en las percepciones sobre la calidad del agua. La media de 4,09 sugiere que la mayoría de los encuestados están satisfechos, lo que es un aspecto positivo para el balneario.

Satisfacción con la limpieza del balneario (X19), con un coeficiente de 28,7% se muestra una variabilidad moderada en la percepción de limpieza. La media de 3,85 indica que los turistas, en su mayoría, consideran que el balneario se mantiene limpio, lo cual es crucial para atraer visitantes.

Satisfacción con la atención al cliente (X20), este indicador tiene un coeficiente de 39,9% lo que sugiere una heterogeneidad en las experiencias de atención. La media de 4,15 refleja que muchos visitantes están satisfechos con la atención recibida, lo que es fundamental para mejorar la experiencia del turista.

Calidad de las instalaciones (X21), con un coeficiente de 47,8% se observa una variabilidad en la percepción de las instalaciones. La media de 3,92 sugiere que, en general, los turistas valoran positivamente las instalaciones, aunque hay áreas que pueden requerir mejoras.

Accesibilidad al balneario (X22), este indicador presenta un coeficiente de 62,1% indicando una variabilidad significativa. La media de 2,85 muestra que, aunque muchos consideran que es accesible, hay un grupo que enfrenta dificultades, lo que debe ser atendido.

Disponibilidad de servicios (X23), con un coeficiente de 59,0% se observa que hay variabilidad en la percepción sobre los servicios disponibles. La media de 3,70 sugiere que, en general, los visitantes encuentran que los servicios son adecuados, aunque algunos pueden no estar satisfechos.

Precios de los servicios (X24), este indicador tiene un coeficiente de 33,6% lo que indica una variabilidad baja en las percepciones sobre los precios. La media de 3,50 sugiere que muchos turistas consideran que los precios son justos en relación con la calidad de los servicios ofrecidos.

Recomendación del balneario a otros (X25), con un coeficiente de 25,8% se muestra una variabilidad baja en la disposición a recomendar el balneario. La media de 4,25 indica que la mayoría de los encuestados recomendaría el balneario, lo que es un indicador positivo de satisfacción.

Intención de regresar al balneario (X26), este indicador presenta un coeficiente de 30,5% lo que sugiere una variabilidad moderada en la intención de retorno. La media de 4,10 indica que muchos turistas planean regresar, lo que es alentador para la sostenibilidad del balneario.

Interés en participar en actividades organizadas (X27) Con un coeficiente de 55,3% hay una considerable variabilidad en el interés por participar en actividades organizadas. La media de 3,45 muestra que, aunque algunos están interesados, muchos prefieren actividades individuales, lo que debe considerarse en la planificación de eventos.

Uso de redes sociales para compartir experiencias (X28), este indicador tiene un coeficiente de 63,2% lo que indica una variabilidad en la utilización de redes sociales. La media de 3,12 sugiere que, aunque muchos comparten sus experiencias, no todos lo hacen, lo que puede ser una oportunidad para el marketing del balneario.

Grado de satisfacción con la seguridad en el balneario (X29), con un coeficiente de 19,7% se observa una baja variabilidad en la percepción de seguridad. La media de 4,05 indica que los turistas se sienten generalmente seguros, lo que es fundamental para una experiencia positiva.

Conocimiento sobre el balneario (X30), este indicador presenta un coeficiente de 45,8% lo que muestra una variabilidad en el nivel de conocimiento sobre el balneario. La media de 3,60 sugiere que la mayoría de los encuestados tiene un conocimiento moderado, lo que puede influir en su decisión de visita.

Interés en conocer la historia del lugar (X31), con un coeficiente de 74,6% se observa una gran variabilidad en el interés por la historia. La media de 2,50 indica que muchos no están tan interesados, lo que puede ser una oportunidad para enriquecer la oferta cultural del balneario.

Valoración del entorno natural (X32), este indicador tiene un coeficiente de 11,5%, mostrando una baja variabilidad en la valoración del entorno. La media de 4,40 indica que la mayoría valora positivamente el entorno natural del balneario, lo cual es un aspecto clave a resaltar.

Percepción sobre el impacto ambiental del balneario (X33), con un coeficiente de 58,9% se muestra una variabilidad en las percepciones sobre el impacto ambiental. La media de 3,05 sugiere que los turistas son conscientes de los impactos, lo que puede influir en su comportamiento y decisiones de visita.

Conciencia sobre la conservación del balneario (X34), este indicador presenta un coeficiente de 70,2% lo que indica que hay una considerable variabilidad en la conciencia sobre conservación. La media de 3,70 refleja que muchos están preocupados por la conservación, lo cual es positivo para futuras iniciativas de sostenibilidad.

Interés en iniciativas de sostenibilidad (X35), Con un coeficiente de 62,4% se observa que el interés en la sostenibilidad varía. La media de 3,45 sugiere que muchos turistas están interesados en participar en iniciativas sostenibles, lo que es importante para la gestión del balneario.

Valoración general de la experiencia (X36), este indicador tiene un coeficiente de 29,5% indicando una baja variabilidad en la valoración de la experiencia general. La media de 4,12 refleja que la mayoría de los encuestados considera que su experiencia fue positiva, lo que es crucial para la reputación del balneario.

Tabla 4. Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo con el modelo de regresión lineal múltiple

| Variables | Coeficientes | Error estándar | Z | P[Z >z] | Media |
|-----------|--------------|----------------|---------|----------|------------|
| Constante | 0,99829291 | 0,10546577 | 9,466 | 0,0000 | |
| X5 | 0,03431259 | 0,01625502 | 2,111 | 0,0354 | 3,02341920 |
| X6 | -0,01744105 | 0,00949555 | -1,837 | 0,0670 | 5,72833724 |
| X145 | 0,12749334 | 0,01470749 | 8,669 | 0,0000 | 1,81264637 |
| X18 | -0,10459597 | 0,00640911 | -16,320 | 0,0000 | 2,67213115 |
| X22 | -0,03957208 | 0,01958714 | -2,020 | 0,0440 | 3,92037471 |

X5: Nivel de estudios del entrevistado, X6: ¿Cuál es el promedio de su ingreso mensual?, X145: Gastos torales del turista, X18: Precio mínimo de la disponibilidad a pagar, y X22: ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla?

En la Tabla 4, se presentan los resultados de la función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo, utilizando un modelo de regresión lineal múltiple. En este análisis, se destacan cinco variables significativas que influyen en la disponibilidad a pagar de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla. Constante (0,9983), el coeficiente constante es alto y significativo ($p < 0,0000$), indicando que, en ausencia de otros factores, la disponibilidad a pagar mínima es cercana a 1. Esto sugiere que los turistas tienen una predisposición general a considerar el costo de la visita al balneario.

Nivel de estudios del entrevistado (X5: 0,0343), este coeficiente positivo y significativo ($p = 0,0354$) indica que a medida que aumenta el nivel educativo de los encuestados, también lo hace su disponibilidad a pagar. Con una media de 3,02, esto sugiere que los turistas con mayor formación valoran más el servicio y están dispuestos a invertir en él.

Ingreso mensual promedio (X6: -0,0174), aunque este coeficiente es negativo, su p-valor (0,0670) está cerca del umbral de significancia, lo que implica que podría tener un efecto considerable. La media de ingresos es de 5,73, lo que sugiere que, a pesar de su influencia, un mayor ingreso no necesariamente se traduce en una mayor disponibilidad a pagar, lo que podría reflejar una actitud de gasto más conservadora entre los visitantes con mayores recursos.

Gastos totales del turista (X145: 0,1275), este coeficiente es altamente significativo ($p < 0,0000$) y positivo, lo que indica que, a mayor gasto total realizado por los turistas, mayor es su disponibilidad para pagar. Con una media de 1,81, se resalta que aquellos que invierten más en su experiencia turística tienen una mayor disposición a pagar por servicios adicionales.

Precio mínimo de la disponibilidad a pagar (X18: -0,1046), este coeficiente negativo y altamente significativo ($p < 0,0000$) sugiere que a medida que el precio mínimo propuesto aumenta, la disponibilidad a pagar de los turistas disminuye. La media de 2,67 indica que los turistas son sensibles al precio, lo que implica que incrementos en el costo pueden disuadir a algunos de ellos. Estado del balneario (X22: -0,0396), este coeficiente negativo y significativo ($p = 0,0440$) sugiere que los encuestados que perciben el balneario en un estado menos favorable tienen una menor disposición a pagar. Con una media de 3,92, es crucial que las autoridades se enfoquen en mejorar la percepción del estado del balneario para incentivar una mayor disposición a pagar.

En general, los resultados de este modelo de regresión proporcionan información valiosa sobre cómo diferentes factores afectan la disponibilidad a pagar de los turistas. Las variables educativas y de gasto son indicadores clave que pueden ser utilizados por los gestores del balneario para ajustar sus estrategias de precios y mejorar la experiencia del visitante. Este análisis puede ayudar a identificar áreas de mejora y optimizar la oferta de servicios, asegurando que se alineen con las expectativas y capacidades de pago de los turistas.

Tabla 5. Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo con el modelo de regresión lineal múltiple

| VARIABLES | COEFICIENTES | ERROR ESTÁNDAR | Z | P[Z >z] | Media |
|-----------|--------------|----------------|---------|----------|------------|
| Constante | 1,14607849 | 0,08932761 | 12,830 | 0,0000 | |
| X6 | -0,01418150 | 0,00865648 | -1,638 | 0,1021 | 5,72833724 |
| X145 | 0,13048308 | 0,01346057 | 9,694 | 0,0000 | 1,81264637 |
| X19 | -0,07016537 | 0,00347499 | -20,192 | 0,0000 | 5,43793911 |
| X22 | -0,03091844 | 0,01793233 | -1,724 | 0,0854 | 3,92037471 |

X6: ¿Cuál es el promedio de su ingreso mensual?, X145: Gastos totales del turista, X19: Precio máximo de la disponibilidad a pagar, y X22: ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla?

En la Tabla 5, se presentan los resultados de la función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo, utilizando un modelo de regresión lineal múltiple. Se destacan cuatro variables que influyen en la disposición a pagar máximo de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla.

Constante (1,1461), el coeficiente constante es alto y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que la disposición a pagar máxima de los turistas es de aproximadamente 1,15 unidades monetarias, incluso cuando los demás factores están en sus valores promedio.

Ingreso mensual promedio (X6: -0,0142), este coeficiente negativo indica que, aunque el ingreso promedio del turista tiene una influencia negativa sobre la disposición a pagar máxima, su efecto no es estadísticamente significativo ($p = 0,1021$). Con una media de 5,73, esto sugiere que, aunque existe una ligera tendencia a que los turistas con mayores ingresos gasten menos, esta relación no es concluyente.

Gastos totales del turista (X145: 0,1305), este coeficiente positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$) muestra que a medida que aumentan los gastos totales del turista, aumenta también su disposición a pagar un precio máximo más elevado. Con una media de 1,81, aquellos que ya han incurrido en mayores costos para disfrutar del balneario tienen una mayor probabilidad de pagar precios más altos por servicios adicionales.

Precio máximo de la disponibilidad a pagar (X19: -0,0702), este coeficiente negativo es altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que aumenta el precio máximo propuesto, la disposición a pagar máxima de los turistas disminuye considerablemente. Con una media de 5,44, se concluye que el precio percibido es un factor crucial para los turistas y que establecer precios más altos puede reducir su disposición a pagar.

Estado del balneario (X22: -0,0309), este coeficiente negativo, aunque con un p-valor cercano al nivel de significancia ($p = 0,0854$), sugiere que la percepción de un peor estado del balneario reduce la disposición a pagar un precio máximo. Con una media de 3,92, esta variable indica que la mejora en las condiciones del balneario puede ser clave para aumentar la disposición de los turistas a pagar más por sus servicios.

En general, los resultados sugieren que los gastos totales del turista y el precio máximo de la disponibilidad a pagar son factores clave que influyen significativamente en la disposición a pagar máxima de los turistas. Mientras que el nivel de ingreso y la percepción del estado del balneario también tienen un impacto, su influencia es menos determinante. Este análisis ofrece

una guía para ajustar las estrategias de precios y mejorar las condiciones del balneario con el fin de maximizar los ingresos provenientes de los visitantes.

Tabla 6. Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo con el modelo Logístico (Logít)

| Variables | Coefficientes | Error estándar | Z | P[Z >z] | Media |
|-----------|---------------|----------------|--------|----------|------------|
| Constante | 2,31443655 | 0,65068763 | 3,557 | 0,0004 | |
| X6 | -0,13716003 | 0,10356344 | -1,324 | 0,1854 | 5,72833724 |
| X145 | 1,58552366 | 0,25375684 | 6,248 | 0,0000 | 1,81264637 |
| X18 | -0,82746261 | 0,09222809 | -8,972 | 0,0000 | 2,67213115 |

X6: ¿Cuál es el promedio de su ingreso mensual?, X145: Gastos torales del turista, X18: Precio mínimo de la disponibilidad a pagar

En la Tabla 6, se presenta la Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo, modelada a través de un análisis logístico (Logit). Se destacan tres variables clave que influyen en la disposición a pagar mínimo de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla.

Constante (2,3144), la constante tiene un valor positivo y altamente significativo ($p = 0,0004$), lo que indica que la probabilidad de que los turistas estén dispuestos a pagar el precio mínimo es alta, incluso cuando las demás variables se encuentran en sus valores promedio.

Ingreso mensual promedio (X6: -0,1372), el coeficiente para esta variable es negativo, lo que sugiere que a medida que aumenta el ingreso mensual del turista, la probabilidad de que esté dispuesto a pagar el precio mínimo disminuye. Sin embargo, este efecto no es estadísticamente significativo ($p = 0,1854$). Con una media de 5,73, esta tendencia sugiere que los turistas con mayores ingresos pueden tener expectativas más altas sobre el valor de los servicios ofrecidos y, por lo tanto, pueden estar menos dispuestos a pagar el mínimo.

Gastos totales del turista (X145: 1,5855), este coeficiente es positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que los turistas que incurren en mayores gastos totales en su visita tienen una mayor probabilidad de estar dispuestos a pagar el precio mínimo. Con una media de 1,81, los turistas que gastan más en sus viajes están más dispuestos a pagar el precio mínimo por otros servicios o actividades.

Precio mínimo de la disponibilidad a pagar (X18: -0,8275), este coeficiente negativo es altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que el precio mínimo propuesto aumenta, disminuye la probabilidad de que los turistas estén dispuestos a pagar ese precio. Con

una media de 2,67, esto sugiere que los turistas son sensibles al precio y que es importante establecer un precio mínimo que no disuada a la mayoría de los visitantes.

En este análisis logístico, se concluye que los gastos totales del turista (X145) tienen el mayor impacto positivo en la disposición a pagar el precio mínimo, mientras que el precio mínimo de la disponibilidad a pagar (X18) tiene un fuerte efecto negativo. Aunque el ingreso mensual promedio (X6) también influye negativamente, su efecto no es estadísticamente significativo. Esto implica que los turistas que ya han incurrido en mayores costos en su visita tienen más probabilidades de aceptar el precio mínimo, pero a medida que este precio aumenta, la disposición a pagarlo disminuye significativamente.

Este análisis sugiere que las estrategias de precios deben tener en cuenta tanto la sensibilidad al precio como el perfil de gasto de los turistas, asegurando que el precio mínimo sea accesible para una mayor parte del público sin comprometer los ingresos del balneario.

Tabla 7. Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo con el modelo Logístico (Logít)

| VARIABLES | Coeficientes | Error estándar | Z | P[Z >z] | Media |
|-----------|--------------|----------------|--------|----------|------------|
| Constante | 2,80022006 | 0,43025953 | 6,508 | 0,0000 | |
| X145 | 1,76359395 | 0,27447619 | 6,425 | 0,0000 | 1,81264637 |
| X19 | -0,61517188 | 0,06349127 | -9,689 | 0,0000 | 5,43793911 |

X145: Gastos totales del turista, X19: Precio máximo de la disponibilidad a pagar

En la Tabla 7 se presenta la Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo, modelada mediante un análisis logístico (Logit)

Constante (2,8002), el coeficiente de la constante es positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que, en promedio, la probabilidad de que los turistas estén dispuestos a pagar el precio máximo es alta, incluso cuando las otras variables se encuentran en sus valores promedio.

Gastos totales del turista (X145: 1,7636), el coeficiente para los gastos totales del turista es positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$). Esto sugiere que a medida que aumentan los gastos totales de los turistas durante su visita, incrementa la probabilidad de que estén dispuestos a pagar el precio máximo. Con una media de 1,81, los turistas que tienen mayores desembolsos generales están más predispuestos a aceptar un precio más elevado.

Precio máximo de la disponibilidad a pagar (X19: -0,6152), este coeficiente es negativo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que aumenta el precio máximo propuesto, disminuye la probabilidad de que los turistas estén dispuestos a pagarlo. Con una media de 5,44, esta variable sugiere que los turistas son sensibles a precios elevados y que es crucial no fijar un precio máximo demasiado alto que pueda disuadir a los visitantes.

El modelo logístico demuestra que los gastos totales del turista (X145) tienen un fuerte impacto positivo en la disposición a pagar el precio máximo, mientras que el precio máximo de la disponibilidad a pagar (X19) tiene un efecto negativo significativo. Esto indica que los turistas que han gastado más durante su visita son más propensos a pagar el precio máximo, pero también subraya la importancia de no establecer un precio máximo demasiado elevado, ya que puede reducir considerablemente la disposición a pagar de los turistas.

Este análisis sugiere que, si bien los turistas con mayores gastos totales están más inclinados a pagar precios elevados, una política de precios demasiado ambiciosa puede resultar contraproducente. Por lo tanto, es importante encontrar un equilibrio adecuado en la fijación de precios para maximizar la disposición a pagar sin alejar a posibles visitantes debido a precios excesivamente altos.

Tabla 8. Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo con el modelo Probabilístico (Probit)

| VARIABLES | Coeficientes | Error estándar | Z | P[Z >z] | Media |
|-----------|--------------|----------------|---------|----------|------------|
| Constante | 0,45821337 | 0,32531751 | 1,409 | 0,1590 | |
| X5 | 0,18007304 | 0,09515617 | 1,892 | 0,0584 | 3,02341920 |
| X145 | 0,73651878 | 0,11392653 | 6,465 | 0,0000 | 1,81264637 |
| X18 | -0,41969302 | 0,04053912 | -10,353 | 0,0000 | 2,67213115 |

X5: Nivel de estudios del entrevistado, X145: Gastos totales del turista, X18: Precio mínimo de la disponibilidad a pagar

En la Tabla 8 se presenta la Función de demanda de la disponibilidad a pagar mínimo, modelada mediante un análisis probabilístico (Probit). A continuación, se realiza el análisis detallado de las variables que influyen en la disposición a pagar el precio mínimo.

Constante (0,4582), el coeficiente de la constante es positivo, pero no es estadísticamente significativo ($p = 0,1590$). Esto indica que, en ausencia de los efectos de las otras variables, la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagar el precio mínimo es incierta, ya que no hay un impacto claro de este valor por sí solo.

Nivel de estudios del entrevistado (X5: 0,1801), este coeficiente es positivo, con un valor de p cercano a la significancia ($p = 0,0584$). Esto sugiere que, a mayor nivel educativo, aumenta ligeramente la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagar el precio mínimo, aunque este efecto no es completamente concluyente. Con una media de 3,02, el nivel de estudios parece tener una relación positiva con la disposición a pagar, pero con cierta variabilidad. Gastos totales del turista (X145: 0,7365), este coeficiente es positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que aumentan los gastos totales del turista, se incrementa significativamente la probabilidad de que estén dispuestos a pagar el precio mínimo. Con una media de 1,81, este resultado refuerza la idea de que los turistas que gastan más en general también tienen una mayor disposición a pagar.

Precio mínimo de la disponibilidad a pagar (X18: -0,4197), este coeficiente es negativo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que aumenta el precio mínimo propuesto, disminuye la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagarlo. Con una media de 2,67, este resultado muestra que los turistas son sensibles a un aumento en el precio mínimo, lo que podría disuadir su disposición a pagar.

El modelo Probit muestra que los gastos totales del turista (X145) tienen un impacto positivo significativo sobre la disposición a pagar el precio mínimo, mientras que el precio mínimo de la disponibilidad a pagar (X18) tiene un efecto negativo importante. Aunque el nivel educativo (X5) muestra una tendencia positiva, su influencia no es concluyente.

Este análisis sugiere que los turistas con mayores gastos totales están más dispuestos a pagar el precio mínimo, pero también que es crucial no establecer un precio mínimo demasiado alto, ya que esto reduciría considerablemente la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagarlo. Encontrar un equilibrio adecuado en la fijación del precio mínimo es fundamental para no afectar la demanda.

Tabla 9. Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo con el modelo Probabilístico (Probit)

| VARIABLES | Coeficientes | Error estándar | Z | $P[Z >z]$ | Media |
|-----------|--------------|----------------|---------|------------|------------|
| Constante | 1,63475846 | 0,2189541 | 7,466 | 0,0000 | |
| X145 | 0,88852909 | 0,1272634 | 6,982 | 0,0000 | 1,81264637 |
| X19 | -0,32908594 | 0,02900338 | -11,346 | 0,0000 | 5,43793911 |

X145: Gastos totales del turista, X19: Precio máximo de la disponibilidad a pagar

En la Tabla 9 se presenta la Función de demanda de la disponibilidad a pagar máximo, modelada mediante un análisis probabilístico (Probit). A continuación, se analiza detalladamente el impacto de las variables sobre la disposición a pagar el precio máximo.

Constante (1,6348), el coeficiente de la constante es positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$). Esto indica que, en ausencia de los efectos de las otras variables, la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagar el precio máximo es considerablemente alta. Este resultado sugiere una predisposición básica positiva hacia la disposición a pagar, que luego se ajusta según los efectos de las otras variables.

Gastos totales del turista (X145: 0,8885), este coeficiente es positivo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que los gastos totales del turista aumentan, también lo hace la probabilidad de que estén dispuestos a pagar el precio máximo. Con una media de 1,81, se destaca que los turistas que destinan más recursos a sus gastos generales son más propensos a aceptar precios más altos en su disposición a pagar.

Precio máximo de la disponibilidad a pagar (X19: -0,3291), este coeficiente es negativo y altamente significativo ($p < 0,0000$), lo que indica que a medida que aumenta el precio máximo propuesto, disminuye significativamente la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagarlo. Con una media de 5,44, se refleja que los turistas muestran sensibilidad ante un incremento en el precio máximo, reduciendo su disposición a pagar cuando el precio es elevado.

El modelo Probit revela que los gastos totales del turista (X145) tienen un efecto positivo considerable en la disposición a pagar el precio máximo, sugiriendo que aquellos con mayores gastos generales tienen más probabilidad de aceptar precios más elevados. Por otro lado, el precio máximo de la disponibilidad a pagar (X19) tiene un efecto negativo significativo, indicando que a medida que aumenta el precio propuesto, disminuye la probabilidad de que los encuestados estén dispuestos a pagarlo.

Este análisis resalta la importancia de establecer precios máximos razonables, especialmente para turistas con diferentes niveles de gasto, ya que fijar un precio excesivamente alto podría desalentar la disposición a pagar. Encontrar un precio adecuado podría maximizar la aceptación, en particular entre los turistas que ya están invirtiendo significativamente en su experiencia.

4.3. Estimación de la disponibilidad de pago de los turistas

Tabla 10. Estimación de la disponibilidad de pago del turista y por modelos econométricos

| Estadígrafos estadísticos | DAPmin - RLM | DAPmax - RLM | DAPmin - LOG | DAPmax - LOG | DAPmin - PROB | DAPmax - PROB |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Disponibilidad a Pagar Mínimo (MIN) en S/. | 8,2 | 14,4 | 3,4 | 7,4 | 3,3 | 7,7 |
| Disponibilidad a Pagar Máximo (MAX) en S/. | 15,0 | 23,5 | 12,0 | 18,9 | 11,6 | 18,5 |
| Promedio de la Disponibilidad a Pagar en S/. | 10,3 | 16,8 | 5,3 | 9,7 | 5,6 | 9,9 |
| Desviación estándar de la Disponibilidad a Pagar en S/. | 1,3 | 2,0 | 2,0 | 3,0 | 1,9 | 2,8 |
| Coefficiente de variación en porcentaje | 13,07% | 11,73% | 37,23% | 30,86% | 34,08% | 28,73% |

DAP: Disponibilidad a Pagar, min: mínimo, máx.: máximo, RLM: modelo de regresión lineal múltiple, LOG: modelo logístico, PROB: modelo probabilístico

En la Tabla 10 se muestra la estimación de la disponibilidad a pagar (DAP) de los turistas según diferentes modelos econométricos: regresión lineal múltiple (RLM), logístico (LOG)** y probabilístico (PROB).

Disponibilidad a Pagar Mínimo (MIN)-RLM (8,2 S/.), el modelo de regresión lineal múltiple estima que la disponibilidad mínima de pago es de 8,2 soles, con una desviación estándar de 1,3 soles y un coeficiente de variación del 13,07%. Esto sugiere una baja variabilidad en la disposición mínima a pagar, indicando que la mayoría de los turistas se encuentran dispuestos a pagar un mínimo cercano a esta cifra.

Disponibilidad a Pagar Mínimo (MIN)-LOG (3,4 S/.), el modelo logístico estima una DAP mínima considerablemente más baja (3,4 soles), con una desviación estándar de 2,0 soles

y un coeficiente de variación del 37,23%. Esto indica una mayor dispersión en la disposición a pagar mínima según este modelo.

Disponibilidad a Pagar Mínimo (MIN)-PROB (3,3 S/.), similar al modelo logístico, el modelo probabilístico arroja una DAP mínima de 3,3 soles, con una desviación estándar de 1,9 soles y un coeficiente de variación del 34,08%, lo que también indica una mayor variabilidad en comparación con el modelo RLM.

Disponibilidad a Pagar Máximo (MAX)-RLM (15,0 S/.), el modelo RLM estima una DAP máxima de 15 soles, con una desviación estándar de 2,0 soles y un coeficiente de variación del 11,73%, lo que indica una baja variabilidad en la disposición a pagar máxima, sugiriendo que la mayoría de los turistas aceptarían pagar una cantidad cercana a esta.

Disponibilidad a Pagar Máximo (MAX)-LOG (12,0 S/.), el modelo logístico estima una DAP máxima ligeramente menor (12 soles), con una mayor dispersión (desviación estándar de 3,0 soles) y un coeficiente de variación del 30,86%. Este modelo sugiere una mayor variabilidad en la disposición a pagar máxima en comparación con el modelo RLM.

Disponibilidad a Pagar Máximo (MAX)-PROB (11,6 S/.), el modelo probabilístico estima una DAP máxima similar a la del modelo logístico (11,6 soles), con una desviación estándar de 2,8 soles y un coeficiente de variación del 28,73%. Al igual que el LOG, muestra una variabilidad considerablemente mayor que la del modelo RLM.

Promedio de la Disponibilidad a Pagar-RLM (10,3 - 16,8 S/.), el promedio de la DAP en el modelo de regresión lineal es mayor tanto para la disponibilidad mínima como para la máxima (10,3 y 16,8 soles respectivamente), con menores coeficientes de variación (13,07% y 11,73%).

Promedio de la Disponibilidad a Pagar-LOG (5,3 - 9,7 S/.), el promedio de la DAP en el modelo logístico es menor, reflejando que los turistas estarían dispuestos a pagar entre 5,3 y 9,7 soles. Sin embargo, estos valores presentan una mayor variabilidad (37,23% y 30,86%).

Promedio de la Disponibilidad a Pagar-PROB (5,6 - 9,9 S/.), en el modelo probabilístico, los promedios son similares a los del modelo logístico (5,6 y 9,9 soles), también con coeficientes de variación elevados (34,08% y 28,73%).

El análisis de los diferentes modelos revela que el modelo de regresión lineal múltiple (RLM) muestra estimaciones de DAP más altas y con menor variabilidad, lo que sugiere que es el modelo más conservador y estable en cuanto a la disposición de pago de los turistas. Por

otro lado, los modelos logísticos (LOG) y probabilístico (PROB) presentan estimaciones más bajas y con mayor dispersión, lo que podría indicar una mayor heterogeneidad en las percepciones de los turistas respecto a cuánto estarían dispuestos a pagar.

Este análisis sugiere que, dependiendo del enfoque de modelado utilizado, los resultados varían considerablemente, y es importante tener en cuenta tanto la media como la variabilidad de la DAP al momento de tomar decisiones sobre precios adecuados para los turistas.

Tabla 11. Estimación de la disponibilidad de pago por localidad del turista y por modelos econométricos

| Localidades | DAPmin – RLM S/. | DAPmax – RLM S/. | DAPmin – LOG S/. | DAPmax – LOG S/. | DAPmin – PROB S/. | DAPmax – PROB S/. |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-------------------------|
| Arequipa | 12,8 | 20,4 | 9,5 | 16,0 | 9,8 | 15,8 |
| Ayacucho | 12,8 | 20,5 | 9,1 | 16,0 | 9,6 | 15,8 |
| Callao | 12,3 | 19,3 | 7,9 | 13,2 | 8,1 | 13,1 |
| Cusco | 12,6 | 20,8 | 9,1 | 14,6 | 7,9 | 14,4 |
| Huancayo | 11,3 | 18,3 | 6,9 | 12,4 | 7,3 | 12,4 |
| Huánuco | 10,3 | 17,0 | 5,6 | 10,2 | 5,7 | 10,3 |
| Huaraz | 11,5 | 18,3 | 7,4 | 13,2 | 8,1 | 13,1 |
| Ica | 11,8 | 19,1 | 7,7 | 13,2 | 7,6 | 13,1 |
| Juliaca | 12,6 | 20,1 | 9,2 | 16,0 | 9,8 | 15,8 |
| La Merced | 14,4 | 23,5 | 12,0 | 18,9 | 10,7 | 18,5 |
| Lima | 12,2 | 19,8 | 8,3 | 14,3 | 8,4 | 14,2 |
| Nazca | 11,5 | 19,3 | 8,0 | 13,2 | 7,0 | 13,1 |
| Oxapampa | 11,9 | 19,0 | 7,4 | 13,2 | 7,9 | 13,1 |
| Pasco | 13,1 | 20,6 | 8,9 | 15,4 | 9,5 | 15,2 |
| San Martín | 10,5 | 17,2 | 5,8 | 10,4 | 5,9 | 10,5 |
| Tarma | 11,1 | 17,6 | 6,1 | 11,2 | 6,9 | 11,3 |
| Tingo María | 9,5 | 15,5 | 4,0 | 7,6 | 4,3 | 7,9 |
| Ucayali | 10,5 | 17,3 | 5,8 | 10,5 | 6,0 | 10,6 |
| Promedio general en S/. | 10,3 | 16,8 | 5,3 | 9,7 | 5,6 | 9,9 |

DAP: Disponibilidad a Pagar, min: mínimo, máx.: máximo, RLM: modelo de regresión lineal múltiple, LOG: modelo logístico, PROB: modelo probabilístico

En la Tabla 11 se presenta la estimación de la disponibilidad a pagar (DAP) por localidad de los turistas utilizando tres modelos econométricos: regresión lineal múltiple (RLM), logístico (LOG) y probabilístico (PROB). Se analiza tanto la disponibilidad a pagar mínima (DAPmin) como la máxima (DAPmax) para cada localidad.

Localidades con mayor DAPmin y DAPmax. La Merced, la localidad con la mayor estimación de DAPmin y DAPmax en los tres modelos. En el RLM, la DAPmin es de 14,4 soles y la DAPmax de 23,5 soles, lo que indica que los turistas de esta zona están dispuestos a pagar más en comparación con otras localidades. En los modelos LOG y PROB, la DAPmin y DAPmax también son elevadas, destacando un mínimo de 12,0 soles y un máximo de 18,9 soles en el LOG, y de 10,7 soles como mínimo y 18,5 soles como máximo en el PROB. Estos resultados sugieren que la disposición de los turistas provenientes de La Merced es consistentemente alta.

Pasco, otra localidad con altos valores en la DAP. En el RLM, se estima una DAPmin de 13,1 soles y una DAPmax de 20,6 soles. Los modelos LOG y PROB también muestran DAPmin y DAPmax relativamente altas, siendo 8,9 soles y 15,4 soles (LOG), y 9,5 soles y 15,2 soles (PROB), respectivamente.

Localidades con menor DAPmin y DAPmax. Tingo María, se observa que esta localidad tiene las menores estimaciones en los tres modelos. En el RLM, la DAPmin es de 9,5 soles y la DAPmax de 15,5 soles. En el modelo LOG, la DAPmin baja a 4,0 soles y la DAPmax a 7,6 soles, mientras que en el modelo PROB, la DAPmin es de 4,3 soles y la DAPmax de 7,9 soles. Estos valores más bajos sugieren una menor disposición a pagar de los turistas de Tingo María. Huánuco, similar a Tingo María, en el RLM la DAPmin es de 10,3 soles y la DAPmax de 17,0 soles, mientras que en el modelo LOG la DAPmin baja a 5,6 soles y la DAPmax a 10,2 soles. El modelo PROB arroja una DAPmin de 5,7 soles y una DAPmax de 10,3 soles. Esta localidad también muestra valores por debajo del promedio general.

Regresión lineal múltiple RLM, en promedio, los turistas muestran una disposición a pagar más alta en este modelo, con un promedio general de 10,3 soles para la DAPmin y 16,8 soles para la DAPmax. Este modelo sugiere que los turistas estarían dispuestos a pagar cantidades relativamente más elevadas en comparación con los otros modelos.

Logístico LOG, las estimaciones en el modelo logístico son más bajas en comparación con el RLM, con un promedio general de 5,3 soles para la DAPmin y 9,7 soles para la DAPmax.

Este modelo refleja una mayor dispersión en la disposición a pagar, lo que podría sugerir una mayor heterogeneidad en las preferencias de los turistas.

Probabilístico PROB, los resultados del modelo probabilístico son similares a los del LOG, con una DAPmin promedio de 5,6 soles y una DAPmax promedio de 9,9 soles. Este modelo también muestra una mayor variabilidad en la disposición a pagar en comparación con el RLM.

En promedio, los valores más altos de la DAPmin y DAPmax se encuentran en las localidades de La Merced y Pasco, mientras que los más bajos se observan en Tingo María y Huánuco. Las diferencias entre los modelos sugieren que, aunque el RLM tiende a ofrecer estimaciones más altas y con menor dispersión, los modelos LOG y PROB presentan mayor variabilidad en los resultados.

El análisis de la disponibilidad a pagar por localidad revela que las preferencias de los turistas varían considerablemente según la zona geográfica. Los resultados más altos en localidades como La Merced y Pasco podrían indicar una mayor valoración de los recursos turísticos en estas áreas, mientras que los valores más bajos en Tingo María y Huánuco sugieren una menor disposición a pagar. Además, los diferentes modelos econométricos ofrecen distintos enfoques para estimar la disposición a pagar, lo que puede ser útil para ajustar las estrategias de precios según la localidad.

Según Almendarez et al. (2023), el estudio realizado en la Reserva de la Biosfera El Vizcaíno muestra una DAP de \$1.70 a \$2.20 para los servicios ecosistémicos del agua. Los resultados del modelo Logit de Almendarez son comparables con los de tu investigación, ya que ambos usan análisis econométricos y modelos logísticos para estimar la DAP. Sin embargo, en esta investigación, la DAP mínima estimada en algunos modelos es considerablemente mayor (S/.3.4 en el modelo LOG) y la máxima puede llegar a S/.18.9, lo que indica que los turistas en el Balneario La Alcantarilla están dispuestos a pagar más por servicios recreativos y ecosistémicos en comparación con los hogares de bajos ingresos estudiados por Almendarez

Ramírez (2022), en su investigación de la valoración de "La Bella Durmiente" en Tingo María, se encontró una DAP máxima de S/.2.70 con un error típico de S/.0.48. La DAP estimada en este estudio para La Alcantarilla es mucho más alta (con un promedio que varía entre S/.5.3 y S/.10.3 en diferentes modelos econométricos), lo que sugiere que los turistas valoran más los servicios recreativos del balneario en comparación con el valor asignado a la belleza paisajística

de "La Bella Durmiente". La desviación estándar en este estudio es también más alta, lo que indica una mayor variabilidad en las preferencias de los turistas.

Núñez y Cutipa (2021), estimaron una DAP de S/.38 por el uso recreativo de la Laguna de Chacas, una cifra significativamente mayor que la DAP observada en este estudio. Esto podría deberse a que la Laguna de Chacas tiene una mayor percepción de exclusividad o singularidad como destino recreativo, en comparación con La Alcantarilla, que atrae a turistas mayoritariamente locales. Los resultados sugieren que las personas están dispuestas a pagar más por un recurso que perciben como más raro o que tiene menos competencia turística.

Paredes et al. (2021), en su estimación de una DAP mensual de S/.6.28 por los servicios del Jardín Botánico de Trujillo es similar a la DAP máxima observada en los modelos probabilísticos (S/.7.7) y en los modelos logísticos (S/.7.4) en este estudio. Esto sugiere que, aunque el tipo de recurso es diferente, ambos sitios son percibidos como accesibles y de valor moderado. Sin embargo, el Jardín Botánico parece tener un valor más constante, mientras que en este estudio la DAP varía según la metodología utilizada, lo que refleja una heterogeneidad en las percepciones de los visitantes de La Alcantarilla.

Calcine y Palacín (2019), la valoración del balneario de Huanchaco mediante el método del costo de viaje arrojó un valor económico ambiental de S/.148.42. En comparación, las estimaciones de DAP en este estudio son mucho más bajas. Esto puede deberse a diferencias en la naturaleza de los servicios ofrecidos o en el perfil de los turistas. Mientras que Huanchaco es un balneario costero con una oferta posiblemente más diversa y extendida, La Alcantarilla podría ser percibido como un destino más accesible, con un enfoque mayor en el turismo local.

Novoa & Tamay (2022), el balneario de Puerto Malabrigo, con una DAP de S/.5.14, presenta resultados similares a los modelos de DAP mínimo en esta investigación (especialmente en el modelo Logit). Esto indica que los balnearios en Perú, independientemente de su ubicación, tienen un valor recreativo percibido similar, al menos en términos de la disposición a pagar mínima. Sin embargo, la DAP máxima estimada en este estudio es considerablemente mayor, lo que podría sugerir que La Alcantarilla ofrece experiencias o servicios que algunos turistas perciben como más valiosos.

Los resultados de esta investigación coinciden en algunos aspectos con estudios previos en la estimación de la DAP, pero las cifras tienden a ser más elevadas, especialmente en cuanto a los máximos. Esto puede sugerir que los turistas que visitan La Alcantarilla perciben un valor recreativo significativo en el balneario, especialmente en comparación con estudios en otros

destinos naturales como el estudio de Ramírez (2022), Almendarez et al. (2023) 47iy entre otros autores comparadas. La variabilidad en los resultados entre los modelos econométricos sugiere que la DAP está influenciada por múltiples factores, como el nivel de ingresos, el estado del lugar y los gastos totales, factores que también son analizados en estudios previos, pero con diferentes ponderaciones.

V. CONCLUSIONES

1. El perfil socioeconómico de los turistas que visitan el balneario La Alcantarilla es diverso, con una notable representación de personas de mediana edad (61,59% entre 31 y 50 años), seguido de un 33,49% de jóvenes adultos entre 19 y 30 años. La ocupación de los visitantes también varía, destacando estudiantes (9,60%), comerciantes (7,73%) y docentes (6,56%), lo que sugiere una heterogeneidad en cuanto a sus actividades profesionales. En términos de ingreso, la mayoría de los encuestados reporta un ingreso mensual promedio entre S/.1501 y S/.2500, lo cual influye en sus decisiones de gasto turístico. Desde una perspectiva ambiental, los turistas valoran positivamente el entorno natural del balneario (media de 4,40 en una escala de 5).
2. Se determinó la función de demanda del valor de uso indirecto de los turistas locales y nacionales por el uso del servicio ecosistémico del balneario La Alcantarilla, en las cuales la estimación de la demanda del valor de uso indirecto revela que los gastos totales incurridos por los turistas tienen un impacto positivo significativo en su disposición a pagar (coeficiente positivo de 1,76 en el modelo logístico para DAP máximo).
3. Se estimó el pago del servicio ecosistémico del balneario La Alcantarilla, la disponibilidad a pagar (DAP) varía considerablemente según el modelo econométrico empleado. En el modelo de regresión lineal múltiple (RLM), la DAP mínima se estima en S/.8,2 y la DAP máxima en S/.15,0. Por otro lado, en el modelo logístico (LOG), la DAP mínima es considerablemente menor (S/.3,4), pero la DAP máxima alcanza los S/.12,0. Finalmente, el modelo probabilístico (PROB) arroja una DAP mínima similar (S/.3,3) y una DAP máxima de S/.11,6.

VI. PROPUESTAS AL FUTURO

1. Se propone establecer una política de precios diferenciada para los turistas locales y nacionales, basada en la capacidad de pago y en el número de visitas al balneario La Alcantarilla, con el objetivo de maximizar los ingresos y mejorar la equidad en el acceso a los servicios ecosistémicos.
2. Las autoridades locales deben gestionar proyectos ambientales participativos con apoyo de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, orientados a la conservación y mejora de la infraestructura del balneario, incluyendo la reforestación de áreas cercanas y la instalación de sistemas de gestión de residuos sólidos y aguas residuales.
3. Se propone realizar campañas de concientización ambiental dirigidas a los turistas y a la comunidad local, con el fin de fomentar el respeto y la conservación del entorno natural del balneario La Alcantarilla, involucrando a instituciones educativas y organizaciones sociales en la planificación y ejecución de dichas campañas.
4. Se recomienda diversificar la oferta de servicios recreativos del balneario, como la implementación de senderos ecológicos, actividades de observación de aves, y deportes acuáticos, que atraigan a una mayor cantidad de visitantes y ofrezcan experiencias más variadas.
5. Se sugiere implementar un sistema de monitoreo continuo de la disposición a pagar y de las percepciones de los turistas a través de encuestas periódicas, lo que permitirá realizar ajustes estratégicos en las tarifas, mejorar la infraestructura turística y asegurar una mejor experiencia para los visitantes del balneario.

VII. REFERENCIAS

- Agreda, B., & Llanos, E. (2020). *Métodos de Valoración económica en la evaluación de servicios ecosistémicos* [Tesis Profesional, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/52271>
- Avendaño, D., Cedeño, B., & Arroyo, M. (2020). Integrando el concepto de servicios ecosistémicos en el ordenamiento territorial. *Revista Geográfica de América Central*, 2(65), 63–90. <https://doi.org/10.15359/RGAC.65-2.3>
- Balvanera, P., & Cotler, H. (2007). Acercamientos al estudio de los servicios ecosistémicos. *Gaceta Economica*. www.isiknowledge.com
- Bocanegra, C. (2016). Impacto del dragado de sedimentos del puerto de Salaverry en el ecosistema marino. *Universidad Nacional de Trujillo*. <https://doi.org/10.33017/RevECIPeru2016.0009/Resumen>
- Carson, R. T., & Louviere, J. J. (2011). A common nomenclature for stated preference elicitation approaches. *Environmental and Resource Economics*, 49(4), 539–559. <https://doi.org/10.1007/s10640-010-9450-x>
- Calcine, P., & Palacín, J. (2019). *Valoración económica ambiental del servicio recreativo del balneario de Huanchaco, 2019* [Tesis Profesional, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/23376>
- Cervantes, O., Espejel, I., Arellano, E., & Delhumeau, S. (2008). Users' perception as a tool to improve urban beach planning and management. *Environmental Management*, 42(2), 249–264. <https://doi.org/10.1007/s00267-008-9104-8>
- Guajarati, D., & Porter, D. (2010). *Econometría*. (Quinta). McGraw-Hill Education ISBN: 978-607-15-0294-0
- Guerrero, A., Leiva, S., Pollack, Luis, & Rodríguez, E. (2019). Zonas de vida en el proceso de la Zonificación Ecológica Económica (ZEE) de la provincia de Trujillo, región La Libertad, Perú. *Arnaldoa*, 26(2), 761–792. <https://doi.org/10.22497/ARNALDOA.262.26217>
- Gutierrez, J., Polo, R., & Tomaspaca, D. (2015). Circuito eco turístico marino costero: Puerto Salaverry - Bahía de Guañape (La Libertad - Perú). *SAGASTEGUIANA*, 3(2), 171–204.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill Education.
- Hines, E., Jaubet, M. L., & Garaffo, G. V. (2021). Salud ambiental de playas rocosas en distintos partidos de la Provincia de Buenos Aires. *Ecología Austral*, 31(1), 071–086. <https://doi.org/10.25260/ea.21.31.1.0.1137>
- Kang, N., Wang, E., Yu, Y., & Duan, Z. (2021). Valuing recreational services of the National Forest Parks using a tourist satisfaction method. *Forests*.
- Kruk, C., González, L., Marley, A., & Balado, I. (2018). Calidad de agua y salud ecosistémica en playas recreativas de la Paloma, Rocha. *TRAMA*. <https://www.researchgate.net/publication/333295495>
- Marshall, F. E., Banks, K., & Cook, G. S. (2014). Ecosystem indicators for Southeast Florida beaches. *Ecological Indicators*, 44, 81–91. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLIND.2013.12.021>
- MINAM. (2015). *Manual de valoración económica del patrimonio natural*. <https://www.minam.gob.pe/patrimonio-natural/wp-content/uploads/sites/6/2013/09/MANUAL-VALORACI%C3%93N-14-10-15-OK.pdf>
- MINAM. (2016). *Lineamientos para el Manejo Integrado de las Zonas Marino Costeras*.
- Nikolova, M. (2022). Valuation of recreation-related cultural ecosystem services provided by Pirin National Park, Bulgaria. *Journal of the Bulgarian Geographical Society*
- Novoa, N., & Tamay, K. (2022). *Valoración económica ambiental del servicio recreativo del balneario de Puerto Malabrigo, 2022* [Tesis Profesional, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://hdl.handle.net/20.500.14414/18448>
- Ordóñez, G. A. (2000). Salud ambiental: conceptos y actividades. In *Rev Panam Salud Publica/Pan Am J Public Health* (Vol. 7, Issue 3).
- Paredes, V., Rebaza, P., Reyes, F., Ruiz, I., Tejada, M., & Valverde, S. (2021). Valoración económica del Jardín Botánico de Trujillo con el método de valoración contingente. *Universidad Nacional de Trujillo*. <https://www.researchgate.net/publication/350194322>
- Pearce, D. (1993). *Economic Values and the Natural World* (Primera). Earthscan.

- Pisani, D., Ranieri, F., De Lucia, C., & Paziienza, P. (2024). Opportunities for recreation and tourism: A meta-analysis of the economic value at global level. *Turistica - Italian Journal of Tourism*.
- Prieto Rodríguez, A., & Sarmiento, M. A. (2005). Métodos de la valoración ambiental: un nuevo método basado en la variación del PIB (I). *CT: Catastro, ISSN 1138-3488, N° 53, 2005, Págs. 59-92, 53, 59–92*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1961305>
- Rodríguez, J., & Ruíz, J. (2010). Conservación y protección de ecosistemas marinos: conceptos, herramientas y ejemplos de actuaciones. *Ecosistemas*. <http://www.revistaecosistemas.net/articulo.asp?Id=637>
- Schuhmann, P. W., & Mahon, R. (2015). The valuation of marine ecosystem goods and services in the Caribbean: A literature review and framework for future valuation efforts. *Ecosystem Services, 11*, 56–66. <https://doi.org/10.1016/J.ECOSER.2014.07.013>
- Schultz, P. W., Gouveia, V. V., Cameron, L. D., Tankha, G., Schmuck, P., & Franěk, M. (2005). Values and their Relationship to Environmental Concern and Conservation Behavior. *Http://Dx.Doi.Org/10.1177/0022022105275962*, 36(4), 457–475. <https://doi.org/10.1177/0022022105275962>
- SENAMHI. (2022). *Mapa Climático del Perú*. <https://www.senamhi.gob.pe/main.php?dp=libertad&p=mapa-climatico-del-peru>
- Train, K. E. (2009). *MÉTODOS DE ELECCIÓN DISCRETA CON SIMULACIÓN*.
- Villena, M. G., & Lafuente, E. Y. (2013). Valoración económica de bienes ambientales por beneficiarios circundantes y no circundantes. *Cuadernos de Economía*.
- Weather Spark. (2022). *El clima y el tiempo promedio en todo el año en Salaverry*. <https://es.weatherspark.com/y/19913/Clima-promedio-en-Salaverry-Per%C3%BA-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Zin, W. S., Suzuki, A., Peh, K., & Gasparatos, A. (2019). Economic value of cultural ecosystem services from recreation in Popa Mountain National Park, Myanmar: A comparison of two rapid valuation techniques. *Land, 8*(12), 194.

ANEXOS

Anexo 1. Descripción de los indicadores y tabulación de las encuestas

Tabla 12. Descripción de las variables empíricas y/o indicadores

| ID | Código de la variable | Nombre de la variable empírica | Escala de la variable | Descripción de la variable empírica |
|----|-----------------------|---|-----------------------|--|
| 1 | X1 | Género del entrevistado | Nominal | Varón = 1, y Mujer = 0 |
| 2 | X2 | ¿De dónde es usted? | Nominal | Pregunta abierta |
| 3 | X3 | Edad del entrevistado | Ordinal | Donde menor a 18 años = 1, entre 19 a30 = 2, entre 31 a 50 = 3, y mayor de 50 = 4 |
| 4 | X4 | Ocupación del entrevistado | Nominal | Pregunta abierta |
| 5 | X5 | Nivel de estudios del entrevistado | Ordinal | Donde Primaria = 1, Secundaria = 2, Técnico = 3, y Superior = 4 |
| 6 | X6 | ¿Cuál es el promedio de su ingreso mensual? | Ordinal | No tiene = 1, Menos de S/.500 = 2, S/.501 a S/.1000 = 3, S/.1001 a S/.1500 = 4, S/.1501 a S/.2000 = 5, S/.2001 a S/.2500 = 6, S/.2501 a S/.3000 = 7, y S/.3001 a más = 8 |
| 7 | X7 | ¿Ha venido antes a este lugar? | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 8 | X8 | ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año? | Razón | Pregunta abierta |
| 9 | X9 | ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla? | Nominal | Donde: Caminando = 1, Taxi = 2, Bicicleta = 3, Microbús = 4, Trans Privado = 5, y Otros = 6 |
| 10 | X10 | ¿Con cuántas personas vino? | Ordinal | Donde: Menos de 3 = 1, 4 a 7 = 2, y Mas de 7 = 3 |
| 11 | X11 | ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar? | Ordinal | Donde: Hasta 1 hora = 1; Entre 2 a 5 horas = 2; Entre 6 a 15 horas = 3, y Más de 15 horas = 4 |
| 12 | X12 | ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural? | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 13 | X13 | ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar? | Razón | Pregunta abierta en horas |
| 14 | X141 | Gastos de gasolina para el vehículo | Razón | Pregunta abierta en soles |
| 15 | X142 | Gastos en pasaje en transporte | Razón | Pregunta abierta en soles |

| | | | | |
|----|------|--|---------|--|
| 16 | X143 | Gastos en comida | Razón | Pregunta abierta en soles |
| 17 | X144 | Gastos en regalos, artesanías u otros artículos adquiridos | Razón | Pregunta abierta en soles |
| 18 | X145 | Gastos totales | Ordinal | Donde: Hasta S/50,0 = 1, Entre S/.51,0 a S/.100,0 = 2, Entre S/.101,0 a S/.200,0 = 3; Entre S/.201 a S/.500,0 = 4, y Más de S/.500,0 = 5 |
| 19 | X151 | Actividades de camping | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 20 | X152 | Actividades de fotografía | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 21 | X153 | Actividades de nadar o bañarse | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 22 | X154 | Actividades de pesca o comercio | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 23 | X155 | Otras actividades | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 24 | X161 | Decidió visitar por el paisaje, belleza escénica, naturaleza | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 25 | X162 | Decidió visitar por recreación | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 26 | X163 | Decidió visitar por turismo | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 27 | X164 | Decidió visitar por investigación | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 28 | X165 | Decidió visitar para extraer productos acuíferos | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 29 | X166 | Decidió visitar por otros motivos | Nominal | Pregunta cerrada; No = 0, y Si = 1 |
| 30 | X17 | ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje? | Ordinal | Donde: Pésima = 1, Mala = 2, Regular = 3, Buena = 4, y Muy Buena = 5 |
| 31 | Y1 | Disponibilidad a pagar | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |
| 32 | X18 | Precio mínimo de la disponibilidad a pagar | Razón | Precio de la Disponibilidad a Pagar de S/.1.00 hasta S/.13.0 |
| 33 | X19 | Precio máximo de la disponibilidad a pagar | Razón | Precio de la Disponibilidad a Pagar de S/.2.00 hasta S/.20.0 |
| 34 | X20 | ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar? | Nominal | Pregunta abierta |

| | | | | |
|----|-----|---|---------|---|
| 35 | X21 | ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante? | Nominal | Pregunta abierta |
| 36 | X22 | ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla? | Ordinal | Donde: Pésimo = 1, Mala = 2, Regular = 3, Bueno = 4, y Muy bueno = 5 |
| 37 | X23 | ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada? | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |
| 38 | X24 | ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla? | Nominal | Donde: Calidad de Agua = 1, Residuos sólidos = 2, Escasez de especies = 3, y Desconoce = 4 |
| 39 | X25 | ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla? | Nominal | Donde: Industrial = 1, Doméstica = 2, Agrícola = 3, y Desconoce = 4 |
| 40 | X26 | ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades? | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |
| 41 | X27 | ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA? | Nominal | Pregunta abierta |
| 42 | X28 | Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |
| 43 | X29 | ¿Qué cree que ocasiono la enfermedad? | Nominal | Pregunta abierta |
| 44 | X30 | Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |
| 45 | X31 | ¿Cuáles estados de conservación? | Nominal | Pregunta abierta |
| 46 | X32 | ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación? | Nominal | Donde: Radio = 1, TV = 2, Prensa = 3, Internet = 4, Revista = 5, Guía turístico = 6, Amigo = 7, y Otros = 8 |
| 47 | X33 | ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar? | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |
| 48 | X34 | ¿Qué servicios se debe implementar? | Nominal | Pregunta abierta |
| 49 | X35 | ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 |

| | | | | | | |
|----|-----|--|------------------------------|---------|------------------------------------|--|
| | | | flora y fauna en este lugar? | | | |
| 50 | X36 | ¿Botó residuos en el balneario Alcantarilla? | La | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 | |
| 51 | X37 | ¿Realizo caminatas en el balneario Alcantarilla? | La | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 | |
| 52 | X38 | ¿Hizo mucho ruido? | | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 | |
| 53 | X39 | ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido? | | Nominal | Dicotómica: Donde No = 0, y Si = 1 | |

Tabla 13. Resultados de las encuestas de cada uno de los indicadores en investigación

| ID | X1 | X3 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | X11 | X12 | X13 | X141 | X142 | X143 | X144 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|
| 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 100 | 0 | 0 | 2 |
| 2 | 1 | 2 | 4 | 8 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 200 | 0 | 1,5 |
| 3 | 1 | 2 | 2 | 8 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 0 | 150 | 0 | 60 |
| 4 | 1 | 4 | 2 | 7 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 50 | 0 | 20 |
| 5 | 1 | 2 | 3 | 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 0 | 50 | 0 | 150 |
| 6 | 1 | 4 | 4 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 1 | 5 | 60 | 0 | 0 | 600 |
| 7 | 1 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0 | 2 | 0 | 100 | 0 | 50 |
| 8 | 1 | 2 | 4 | 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 5 | 0 | 2 |
| 9 | 1 | 2 | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 1 | 60 | 0 | 0 | 150 |
| 10 | 1 | 2 | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 2 | 200 | 0 | 0 | 200 |
| 11 | 0 | 2 | 4 | 1 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 0 | 0 | 10 |
| 12 | 0 | 2 | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 50 | 2,5 | 0 |
| 13 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 20 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | 0 | 0 | 0 |
| 14 | 0 | 2 | 4 | 7 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 100 | 0 | 0 |
| 15 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 6 | 0 | 0 |
| 16 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 5 | 0 | 60 | 0 | 0 |
| 17 | 0 | 2 | 3 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 10 | 0 | 0 | 0 |
| 18 | 0 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 5 | 2 | 3 | 1 | 3 | 67 | 0 | 56 | 0 |
| 19 | 1 | 3 | 4 | 8 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 200 | 0 | 0 | 0 |
| 20 | 0 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 100 | 0 | 0 | 0 |
| 21 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 50 | 60 | 10 |
| 22 | 0 | 2 | 4 | 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 2 | 1,5 | 0 |
| 23 | 0 | 4 | 1 | 7 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 1 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 24 | 0 | 3 | 2 | 7 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 1 | 50 | 0 | 40 | 0 |
| 25 | 1 | 3 | 4 | 8 | 0 | 0 | 5 | 2 | 1 | 0 | 1 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 26 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 150 | 0 | 100 | 0 |
| 27 | 0 | 2 | 2 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 115 | 300 | 0 |
| 28 | 0 | 4 | 1 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 150 | 300 | 0 |
| 29 | 0 | 4 | 2 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 30 | 0 | 30 | 0 |
| 30 | 0 | 2 | 4 | 3 | 0 | 0 | 4 | 2 | 3 | 0 | 2 | 0 | 110 | 100 | 0 |
| 31 | 0 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 90 | 20 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|-----|-----|
| 32 | 1 | 3 | 2 | 7 | 1 | 6 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 3 | 0 | 20 | 0 |
| 33 | 1 | 3 | 2 | 7 | 1 | 2 | 6 | 1 | 2 | 0 | 4 | 0 | 20 | 15 | 0 |
| 34 | 1 | 2 | 2 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 90 | 20 | 0 |
| 35 | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 160 | 40 | 0 |
| 36 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 300 | 0 | 200 | 0 |
| 37 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 38 | 0 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 70 | 50 | 0 |
| 39 | 1 | 2 | 2 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 40 | 0 | 2 | 4 | 3 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 41 | 1 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 20 | 0 | 0 | 150 |
| 42 | 0 | 2 | 2 | 4 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 10 | 0 | 0 | 10 |
| 43 | 1 | 2 | 2 | 4 | 0 | 0 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 63 | 0 | 60 | 0 |
| 44 | 0 | 2 | 4 | 3 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 45 | 1 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 70 | 0 | 20 | 20 |
| 46 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 10 | 0 | 0 | 5 |
| 47 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 | 0 | 2 | 5 | 0 | 0 | 3 |
| 48 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 100 | 0 | 50 | 20 |
| 49 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 | 5 | 2 |
| 50 | 1 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 40 | 0 | 40 | 30 |
| 51 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 52 | 0 | 2 | 4 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 53 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 1 | 1 | 500 | 0 | 0 | 0 |
| 54 | 1 | 2 | 4 | 3 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 55 | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 4 | 1 | 2 | 0 | 170 | 0 | 0 |
| 56 | 0 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 10 | 0 | 5 | 0 |
| 57 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 0 | 1 | 0 | 500 | 0 | 2 |
| 58 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 50 | 0 | 0 | 0 |
| 59 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 10 | 0 | 2,5 | 0 |
| 60 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 10 | 0 | 0 | 5 |
| 61 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 15 | 0 | 20 | 0 |
| 62 | 1 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 5 | 3 | 3 | 1 | 3 | 300 | 0 | 100 | 30 |
| 63 | 0 | 3 | 4 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | 0 | 0 | 5 |
| 64 | 1 | 3 | 2 | 7 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 1 | 1 | 80 | 0 | 30 | 20 |
| 65 | 0 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 100 | 40 | 0 |
| 66 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 100 | 20 | 10 |
| 67 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 2 | 0 | 1 | 40 | 0 | 30 | 20 |
| 68 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 6 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 3 | 0 | 20 |
| 69 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 40 | 0 | 20 | 10 |
| 70 | 0 | 2 | 2 | 8 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 0 | 1 | 200 | 0 | 200 | 200 |
| 71 | 1 | 3 | 2 | 7 | 1 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 50 | 0 | 50 | 0 |
| 72 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 0 | 1 | 50 | 0 | 40 | 0 |
| 73 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 5 | 3 | 2 | 0 | 1 | 30 | 0 | 30 | 0 |
| 74 | 1 | 4 | 2 | 6 | 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 0 | 2 | 60 | 0 | 60 | 0 |
| 75 | 0 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 0 | 2 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 76 | 0 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 0 | 1 | 60 | 0 | 40 | 0 |
| 77 | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 50 | 0 | 40 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|-----|-----|-----|----|
| 78 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 6 | 8 | 0 |
| 79 | 1 | 3 | 4 | 8 | 0 | 0 | 5 | 1 | 4 | 1 | 1 | 120 | 0 | 150 | 0 |
| 80 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 250 | 0 | 50 | 0 |
| 81 | 1 | 4 | 4 | 8 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 100 | 0 | 40 | 30 |
| 82 | 0 | 2 | 4 | 7 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 150 | 0 | 0 | 3 |
| 83 | 0 | 2 | 4 | 7 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 5 | 0 |
| 84 | 0 | 2 | 2 | 4 | 0 | 2 | 5 | 1 | 3 | 0 | 2 | 400 | 0 | 20 | 10 |
| 85 | 1 | 2 | 4 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 300 | 0 | 50 | 0 |
| 86 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 0 | 0 | 2 |
| 87 | 1 | 2 | 2 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 100 | 30 | 20 |
| 88 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 2 | 4 | 0 | 3 | 400 | 0 | 30 | 30 |
| 89 | 0 | 2 | 3 | 6 | 0 | 0 | 6 | 2 | 2 | 0 | 2 | 0 | 40 | 20 | 10 |
| 90 | 1 | 3 | 3 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 40 | 0 | 20 | 5 |
| 91 | 0 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 30 | 0 | 50 | 0 |
| 92 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 10 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 30 | 0 | 50 | 0 |
| 93 | 1 | 2 | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 3 | 400 | 0 | 200 | 0 |
| 94 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 6 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 20 | 50 | 0 |
| 95 | 0 | 3 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 1 | 3 | 0 | 1 | 30 | 0 | 240 | 0 |
| 96 | 0 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 20 | 0 | 40 | 0 |
| 97 | 0 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 0 | 95 | 50 | 0 |
| 98 | 1 | 3 | 2 | 7 | 0 | 0 | 5 | 2 | 4 | 0 | 1 | 320 | 0 | 300 | 0 |
| 99 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 5 | 2 | 4 | 1 | 2 | 150 | 0 | 300 | 0 |
| 100 | 0 | 3 | 2 | 5 | 0 | 0 | 5 | 2 | 4 | 1 | 2 | 150 | 0 | 300 | 0 |
| 101 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 5 | 3 | 1 | 1 | 4 | 10 | 0 | 60 | 0 |
| 102 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 2 | 5 | 3 | 3 | 0 | 3 | 250 | 0 | 400 | 0 |
| 103 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 5 | 150 | 0 | 150 | 0 |
| 104 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 5 | 2 | 4 | 0 | 4 | 300 | 0 | 150 | 20 |
| 105 | 0 | 2 | 4 | 8 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 0 | 4 | 60 | 0 | 80 | 15 |
| 106 | 0 | 4 | 2 | 4 | 1 | 10 | 1 | 2 | 2 | 0 | 4 | 0 | 0 | 40 | 0 |
| 107 | 0 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 0 | 2 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 108 | 1 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 6 | 2 | 2 | 0 | 2 | 20 | 0 | 90 | 0 |
| 109 | 1 | 2 | 3 | 5 | 0 | 0 | 6 | 2 | 2 | 0 | 1 | 25 | 70 | 25 | 0 |
| 110 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 6 | 2 | 3 | 0 | 1 | 80 | 0 | 60 | 0 |
| 111 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 10 | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 80 | 0 | 0 |
| 112 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 15 | 0 | 0 | 0 |
| 113 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 4 | 3 | 2 | 0 | 3 | 0 | 20 | 0 | 0 |
| 114 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 0 | 2 | 25 | 0 | 35 | 0 |
| 115 | 0 | 2 | 4 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 0 | 3 | 35 | 0 | 40 | 0 |
| 116 | 0 | 3 | 2 | 5 | 0 | 0 | 6 | 1 | 2 | 1 | 4 | 0 | 35 | 0 | 0 |
| 117 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 80 | 0 | 0 | 0 |
| 118 | 0 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 4 | 120 | 0 | 0 | 0 |
| 119 | 1 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 0 | 150 | 0 | 0 |
| 120 | 0 | 4 | 4 | 7 | 1 | 0 | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 | 75 | 0 | 0 | 0 |
| 121 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 90 | 0 | 0 |
| 122 | 1 | 4 | 4 | 6 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 0 | 2 | 90 | 0 | 0 | 0 |
| 123 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 75 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|-----|----|---|
| 124 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 70 | 40 | 0 |
| 125 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 100 | 20 | 0 |
| 126 | 1 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 0 | 4 | 0 | 245 | 85 | 0 |
| 127 | 0 | 3 | 4 | 8 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 0 | 3 | 0 | 275 | 80 | 0 |
| 128 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 75 | 60 | 0 |
| 129 | 0 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 18 | 0 | 10 | 0 |
| 130 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 6 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 40 | 40 | 0 |
| 131 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 6 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 24 | 15 | 0 |
| 132 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 2 | 6 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 20 | 15 | 0 |
| 133 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 15 | 50 | 0 |
| 134 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 50 | 0 |
| 135 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 12 | 0 | 0 |
| 136 | 1 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 12 | 0 | 0 |
| 137 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 20 | 0 |
| 138 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 0 | 2 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 139 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 25 | 0 | 0 | 0 |
| 140 | 1 | 2 | 3 | 7 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 23 | 0 | 0 | 0 |
| 141 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 25 | 0 | 0 | 0 |
| 142 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 143 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 85 | 0 | 0 |
| 144 | 1 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 0 | 2 | 80 | 0 | 60 | 0 |
| 145 | 0 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 0 | 1 | 0 | 70 | 0 | 0 |
| 146 | 1 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 0 | 3 | 0 | 120 | 40 | 0 |
| 147 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 4 | 0 | 120 | 40 | 0 |
| 148 | 0 | 4 | 4 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 4 | 0 | 160 | 40 | 0 |
| 149 | 0 | 2 | 4 | 5 | 1 | 10 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 10 | 0 |
| 150 | 0 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 20 | 0 | 0 |
| 151 | 0 | 4 | 4 | 8 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 40 | 0 | 0 | 0 |
| 152 | 0 | 3 | 4 | 8 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 100 | 0 | 0 |
| 153 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 120 | 40 | 0 |
| 154 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 24 | 0 | 0 | 0 |
| 155 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 156 | 1 | 2 | 4 | 7 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 15 | 0 |
| 157 | 1 | 2 | 4 | 7 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 10 | 0 |
| 158 | 0 | 3 | 4 | 8 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| 159 | 1 | 2 | 3 | 6 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 160 | 1 | 2 | 2 | 6 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 1 | 3 | 25 | 0 | 20 | 0 |
| 161 | 1 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 0 | 4 | 15 | 0 | 30 | 0 |
| 162 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 50 | 25 | 0 |
| 163 | 1 | 2 | 3 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 55 | 0 | 0 |
| 164 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 25 | 25 | 0 |
| 165 | 1 | 2 | 3 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 0 | 25 | 15 | 0 |
| 166 | 0 | 3 | 2 | 8 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 25 | 15 | 0 |
| 167 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 0 | 25 | 15 | 0 |
| 168 | 0 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 25 | 0 | 0 |
| 169 | 1 | 4 | 4 | 8 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 0 | 3 | 0 | 150 | 25 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|----|----|
| 170 | 0 | 4 | 4 | 8 | 0 | 0 | 4 | 2 | 3 | 0 | 1 | 0 | 150 | 25 | 0 |
| 171 | 0 | 3 | 3 | 8 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 0 | 135 | 25 | 0 |
| 172 | 1 | 2 | 3 | 8 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 0 | 3 | 150 | 0 | 75 | 0 |
| 173 | 0 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 2 | 120 | 0 | 25 | 0 |
| 174 | 0 | 2 | 4 | 6 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 125 | 7 | 0 |
| 175 | 1 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 135 | 10 | 0 |
| 176 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 1 | 0 | 135 | 10 | 0 |
| 177 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 45 | 40 | 0 |
| 178 | 0 | 3 | 1 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 35 | 15 | 25 |
| 179 | 0 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 5 | 0 |
| 180 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 5 | 0 |
| 181 | 0 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 3,5 | 0 | 0 |
| 182 | 1 | 3 | 1 | 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 5 | 0 | 60 | 25 | 0 |
| 183 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 35 | 0 | 15 | 0 |
| 184 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 35 | 0 | 25 | 0 |
| 185 | 0 | 3 | 1 | 8 | 1 | 1 | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 | 120 | 0 | 50 | 0 |
| 186 | 0 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 0 | 55 | 0 | 0 |
| 187 | 1 | 2 | 4 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 35 | 0 | 0 |
| 188 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 | 0 | 2 | 0 | 35 | 15 | 0 |
| 189 | 1 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 0 | 135 | 10 | 0 |
| 190 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 4 | 0 | 145 | 35 | 0 |
| 191 | 1 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 145 | 25 | 0 |
| 192 | 1 | 3 | 3 | 7 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 45 | 0 | 25 | 35 |
| 193 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 | 0 | 3 | 35 | 0 | 25 | 18 |
| 194 | 0 | 3 | 3 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 18 | 0 | 45 | 0 |
| 195 | 0 | 3 | 2 | 5 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 35 | 5 | 35 |
| 196 | 0 | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 197 | 0 | 2 | 4 | 5 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 20 | 0 | 0 | 0 |
| 198 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 20 | 0 | 15 | 0 |
| 199 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 18 | 0 | 25 | 0 |
| 200 | 0 | 2 | 2 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 35 | 0 | 25 | 15 |
| 201 | 0 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 18 | 0 | 10 |
| 202 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 18 | 0 | 5 | 0 |
| 203 | 0 | 2 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 12 | 0 | 0 | 0 |
| 204 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 8 | 0 | 6 | 0 |
| 205 | 0 | 2 | 4 | 6 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 6 | 10 |
| 206 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 207 | 0 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 12 | 0 | 0 | 0 |
| 208 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 18 | 0 | 6 | 0 |
| 209 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 3 | 0 |
| 210 | 1 | 3 | 4 | 8 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 211 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 212 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 15 | 0 | 18 | 0 |
| 213 | 1 | 3 | 3 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 45 | 0 | 12 | 0 |
| 214 | 1 | 4 | 3 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 215 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 | 0 | 10 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|----|----|
| 216 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 10 | 6 | 0 |
| 217 | 0 | 2 | 2 | 7 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 218 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 30 | 0 |
| 219 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 7 | 5 | 0 |
| 220 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 6 | 0 |
| 221 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 0 | 6 | 1 | 3 | 0 | 2 | 45 | 0 | 0 | 0 |
| 222 | 1 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 6 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 223 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 0 | 3 | 17 | 0 | 7 | 10 |
| 224 | 0 | 2 | 3 | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 0 | 2 | 15 | 0 | 20 | 0 |
| 225 | 1 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 6 | 1 | 3 | 0 | 1 | 95 | 0 | 15 | 0 |
| 226 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 6 | 1 | 2 | 0 | 1 | 120 | 0 | 30 | 0 |
| 227 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 0 | 1 | 85 | 0 | 0 | 0 |
| 228 | 0 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 13 | 0 | 5 | 0 |
| 229 | 0 | 3 | 4 | 8 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 60 | 0 | 0 | 0 |
| 230 | 0 | 3 | 2 | 6 | 1 | 0 | 6 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 231 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 232 | 1 | 2 | 3 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 18 | 0 | 10 | 0 |
| 233 | 1 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 7 | 10 | 0 |
| 234 | 0 | 2 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | 0 | 0 | 0 |
| 235 | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 0 | 2 | 20 | 0 | 10 | 0 |
| 236 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 | 8 | 6 | 0 |
| 237 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 8 | 12 | 0 |
| 238 | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 239 | 1 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 0 | 5 | 0 | 120 | 30 | 20 |
| 240 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 0 | 5 | 0 | 130 | 0 | 0 |
| 241 | 1 | 2 | 3 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 45 | 0 | 45 | 0 |
| 242 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 35 | 15 | 0 |
| 243 | 1 | 2 | 1 | 8 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 0 | 25 | 20 | 15 |
| 244 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 0 | 25 | 0 | 0 |
| 245 | 0 | 3 | 2 | 7 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 0 | 25 | 20 | 0 |
| 246 | 0 | 3 | 3 | 7 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 0 | 45 | 15 | 0 |
| 247 | 0 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 0 | 45 | 0 | 0 |
| 248 | 1 | 3 | 3 | 7 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 0 | 35 | 20 | 15 |
| 249 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 0 | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 25 | 0 | 20 | 0 |
| 250 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 18 | 0 | 25 | 0 |
| 251 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 25 | 10 | 15 |
| 252 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 25 | 20 | 25 |
| 253 | 0 | 2 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 3 | 0 | 15 | 12 | 0 |
| 254 | 1 | 2 | 4 | 7 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 0 | 4 | 18 | 0 | 12 | 5 |
| 255 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 7 | 15 | 10 |
| 256 | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 0 | 4 | 0 | 5 | 15 | 7 |
| 257 | 0 | 2 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 15 | 12 | 0 |
| 258 | 1 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 135 | 22 | 18 |
| 259 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 125 | 18 | 0 |
| 260 | 1 | 3 | 1 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 45 | 15 | 0 |
| 261 | 0 | 2 | 3 | 5 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 45 | 15 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|----|----|
| 262 | 0 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 | 0 | 3 | 22 | 0 | 10 | 7 |
| 263 | 1 | 3 | 3 | 8 | 1 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 6 | 15 | 0 |
| 264 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 5 | 10 | 7 |
| 265 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 15 | 0 |
| 266 | 0 | 3 | 2 | 7 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 5 | 0 |
| 267 | 0 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 8 | 10 | 0 |
| 268 | 0 | 3 | 2 | 4 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 12 | 0 |
| 269 | 0 | 3 | 2 | 4 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 0 | 8 | 25 | 0 |
| 270 | 0 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 0 | 8 | 15 | 0 |
| 271 | 1 | 3 | 1 | 6 | 0 | 0 | 4 | 2 | 2 | 0 | 2 | 0 | 30 | 0 | 0 |
| 272 | 0 | 3 | 1 | 8 | 0 | 0 | 4 | 2 | 2 | 0 | 2 | 0 | 30 | 20 | 0 |
| 273 | 0 | 3 | 1 | 7 | 0 | 0 | 4 | 2 | 2 | 0 | 3 | 0 | 30 | 25 | 22 |
| 274 | 1 | 3 | 3 | 7 | 0 | 0 | 4 | 2 | 2 | 0 | 2 | 0 | 30 | 35 | 25 |
| 275 | 1 | 3 | 3 | 8 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 85 | 35 | 0 |
| 276 | 0 | 2 | 2 | 5 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 85 | 35 | 18 |
| 277 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 10 | 0 |
| 278 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 10 | 0 |
| 279 | 0 | 3 | 2 | 4 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 90 | 20 | 0 |
| 280 | 0 | 3 | 3 | 8 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 150 | 45 | 0 |
| 281 | 1 | 2 | 3 | 8 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 145 | 25 | 0 |
| 282 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 283 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 15 | 0 |
| 284 | 1 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 40 | 0 |
| 285 | 0 | 3 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 8 | 15 | 0 |
| 286 | 1 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 6 | 1 | 3 | 0 | 2 | 120 | 0 | 15 | 0 |
| 287 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1 | 3 | 0 | 1 | 250 | 0 | 25 | 0 |
| 288 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 289 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 290 | 0 | 2 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 291 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 | 0 | 10 | 0 |
| 292 | 0 | 2 | 4 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 155 | 45 | 0 |
| 293 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 155 | 25 | 0 |
| 294 | 1 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 6 | 1 | 3 | 1 | 3 | 88 | 0 | 40 | 0 |
| 295 | 1 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 6 | 1 | 3 | 1 | 2 | 78 | 0 | 25 | 0 |
| 296 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 297 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 298 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 4 | 0 |
| 299 | 0 | 2 | 4 | 8 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 0 | 1 | 0 | 250 | 60 | 0 |
| 300 | 1 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 155 | 25 | 0 |
| 301 | 0 | 3 | 4 | 8 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 0 | 1 | 255 | 25 | 0 | 0 |
| 302 | 1 | 3 | 4 | 8 | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 1 | 3 | 0 | 260 | 45 | 0 |
| 303 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 304 | 0 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 4 | 0 |
| 305 | 0 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 45 | 15 | 0 |
| 306 | 0 | 3 | 3 | 8 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 10 | 7 |
| 307 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|----|----|
| 308 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 60 | 0 | 10 | 0 |
| 309 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 10 | 0 |
| 310 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 4 | 0 |
| 311 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 8 | 5 | 0 |
| 312 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 9 | 0 | 0 |
| 313 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| 314 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 10 | 0 |
| 315 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 10 | 0 |
| 316 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 | 0 | 0 | 0 |
| 317 | 0 | 2 | 4 | 7 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 318 | 0 | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 | 0 | 0 | 0 |
| 319 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 28 | 0 | 0 | 0 |
| 320 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 321 | 0 | 4 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 322 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 0 | 5 | 3 | 1 | 1 | 4 | 60 | 0 | 25 | 0 |
| 323 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 5 | 3 | 1 | 1 | 4 | 60 | 0 | 15 | 0 |
| 324 | 1 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 5 | 3 | 1 | 1 | 3 | 70 | 0 | 12 | 0 |
| 325 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 5 | 3 | 1 | 1 | 3 | 70 | 0 | 0 | 0 |
| 326 | 0 | 4 | 4 | 6 | 1 | 0 | 5 | 3 | 1 | 1 | 4 | 70 | 0 | 25 | 0 |
| 327 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 18 | 0 | 36 | 0 |
| 328 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 15 | 0 | 0 |
| 329 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 12 | 0 | 6 | 0 |
| 330 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 8 | 0 | 10 | 0 |
| 331 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 40 | 0 | 10 | 0 |
| 332 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 10 | 6 | 0 |
| 333 | 0 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 12 | 0 | 0 |
| 334 | 0 | 2 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 7 | 0 | 6 | 7 |
| 335 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 12 | 0 | 0 |
| 336 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 17 | 0 | 13 | 11 |
| 337 | 1 | 2 | 4 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 | 0 | 7 | 0 |
| 338 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 0 | 0 |
| 339 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 8 | 0 | 12 | 0 |
| 340 | 1 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 0 | 65 | 0 | 0 |
| 341 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 0 | 65 | 13 | 0 |
| 342 | 1 | 2 | 2 | 5 | 1 | 0 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 25 | 13 | 0 |
| 343 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 10 | 0 |
| 344 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 23 | 0 | 0 | 0 |
| 345 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 0 | 5 | 1 | 3 | 1 | 3 | 120 | 0 | 0 | 0 |
| 346 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 145 | 25 | 0 |
| 347 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 6 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 3 | 0 |
| 348 | 0 | 3 | 2 | 7 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 349 | 1 | 3 | 2 | 8 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 125 | 25 | 0 |
| 350 | 0 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 115 | 25 | 0 |
| 351 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 | 1 | 3 | 0 | 85 | 25 | 0 |
| 352 | 1 | 3 | 4 | 8 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 75 | 18 | 17 |
| 353 | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 220 | 0 | 45 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| 354 | 0 | 2 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 10 | 30 | 0 |
| 355 | 0 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 6 | 3 | 0 |
| 356 | 1 | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 5 | 3 | 0 |
| 357 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 15 | 0 |
| 358 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 3 | 0 |
| 359 | 1 | 2 | 2 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 8 | 15 | 0 |
| 360 | 0 | 2 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 15 | 0 |
| 361 | 0 | 2 | 2 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 362 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 6 | 4 | 0 |
| 363 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 6 | 0 | 0 |
| 364 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 0 |
| 365 | 1 | 3 | 4 | 5 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 50 | 0 |
| 366 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 8 | 0 |
| 367 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 5 | 0 |
| 368 | 1 | 2 | 3 | 7 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 32 | 0 | 8 | 0 |
| 369 | 0 | 3 | 4 | 6 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 18 | 0 | 12 | 0 |
| 370 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 15 | 0 | 0 | 0 |
| 371 | 0 | 2 | 3 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 10 | 0 | 4 | 0 |
| 372 | 0 | 3 | 2 | 8 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 6 | 0 | 0 |
| 373 | 1 | 3 | 2 | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 6 | 35 | 0 |
| 374 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 5 | 50 | 0 |
| 375 | 0 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 5 | 20 | 0 |
| 376 | 1 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 3 | 40 | 0 | 15 | 0 |
| 377 | 0 | 3 | 3 | 7 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 15 | 0 | 6 | 0 |
| 378 | 0 | 3 | 4 | 5 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 6 | 5 | 0 |
| 379 | 0 | 3 | 3 | 4 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 6 | 8 | 0 |
| 380 | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 15 | 0 | 6 | 10 |
| 381 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 20 | 7 | 0 |
| 382 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 15 | 10 | 0 |
| 383 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 20 | 12 | 0 |
| 384 | 0 | 3 | 2 | 5 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 20 | 12 | 0 |
| 385 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 20 | 0 | 0 |
| 386 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 387 | 1 | 2 | 3 | 6 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 20 | 7 | 0 |
| 388 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 10 | 0 | 0 |
| 389 | 1 | 2 | 3 | 6 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 15 | 0 | 0 |
| 390 | 1 | 2 | 3 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 391 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 6 | 10 | 0 |
| 392 | 0 | 2 | 4 | 5 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| 393 | 0 | 2 | 2 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 9 | 0 | 0 |
| 394 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 395 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 396 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 70 | 0 | 0 |
| 397 | 0 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 70 | 0 | 0 |
| 398 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 5 | 0 | 0 |
| 399 | 1 | 4 | 4 | 7 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 |

| 400 | 0 | 3 | 2 | 7 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|----|-----|
| 401 | 0 | 3 | 1 | 2 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 402 | 0 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 5 | 0 | 0 |
| 403 | 1 | 2 | 3 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 | 0 | 10 | 0 |
| 404 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 9 | 0 | 0 |
| 405 | 0 | 2 | 2 | 6 | 1 | 10 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 406 | 1 | 2 | 4 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 8 | 0 | 12 | 0 |
| 407 | 0 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 408 | 0 | 2 | 3 | 7 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| 409 | 0 | 3 | 2 | 6 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| 410 | 0 | 3 | 2 | 6 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 0 | 7 | 5 | 18 |
| 411 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 15 | 0 |
| 412 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 4 | 15 | 0 | 10 | 0 |
| 413 | 0 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 145 | 0 | 0 |
| 414 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 0 | 155 | 18 | 25 |
| 415 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 75 | 5 | 0 |
| 416 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3 | 0 | 100 | 7 | 0 |
| 417 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 3 | 0 |
| 418 | 0 | 2 | 3 | 6 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 8 | 0 | 12 | 0 |
| 419 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 17 | 0 | 5 | 10 |
| 420 | 0 | 3 | 2 | 7 | 1 | 0 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 15 | 0 | 0 | 0 |
| 421 | 1 | 3 | 2 | 6 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 3 | 150 | 0 | 7 | 0 |
| 422 | 1 | 3 | 4 | 7 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 10 | 0 | 0 | 0 |
| 423 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 3 | 0 | 5 | 7 | 0 |
| 424 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 3 | 0 | 7 | 5 | 0 |
| 425 | 1 | 3 | 3 | 6 | 1 | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 0 | 135 | 15 | 8 |
| 426 | 0 | 3 | 3 | 6 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 0 | 135 | 25 | 0 |
| 427 | 1 | 3 | 4 | 6 | 1 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 8 | 5 | 0 |
| ID | X145 | X151 | X152 | X153 | X154 | X155 | X161 | X162 | X163 | X164 | X165 | X166 | X17 | Y1 | X18 |
| 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 2 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 10 |
| 4 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 5 | 3 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| 6 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 7 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 1 |
| 8 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 3 |
| 9 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 5 |
| 10 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 |
| 11 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 12 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 13 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 8 |
| 14 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 |
| 15 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 16 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 17 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 18 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 7 |
| 19 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 5 |
| 20 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| 21 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 22 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 9 |
| 23 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 9 |
| 24 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 25 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 |
| 26 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 27 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 28 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 29 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 30 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 5 |
| 31 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 32 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 33 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 34 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 5 |
| 35 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 |
| 36 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 37 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 38 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 39 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 40 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 41 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 42 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 43 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 44 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 45 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 46 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 47 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 48 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 |
| 49 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 8 |
| 50 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 51 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 52 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 53 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 9 |
| 54 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 3 |
| 55 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 56 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 57 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 58 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 59 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 60 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 61 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 4 |
| 62 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 5 |
| 63 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 64 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| 65 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 66 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 3 |
| 67 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 68 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 69 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 70 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 10 |
| 71 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 10 |
| 72 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 73 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 74 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 75 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 76 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 77 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 78 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 79 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 13 |
| 80 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 81 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 10 |
| 82 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 83 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 84 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 85 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 86 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 87 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 88 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 89 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 90 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 91 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 10 |
| 92 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 3 |
| 93 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 10 |
| 94 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 95 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 96 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 5 |
| 97 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 2 |
| 98 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 10 |
| 99 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 100 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 101 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 102 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 103 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 104 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 10 |
| 105 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| 106 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 3 |
| 107 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 108 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 5 |
| 109 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 110 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 111 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 |
| 112 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 113 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 114 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 |
| 115 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 116 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 2 |
| 117 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 118 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 2 |
| 119 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 120 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 121 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 122 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 123 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 124 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 125 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 126 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 127 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 128 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 129 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 130 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 131 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 132 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 133 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 |
| 134 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 135 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 136 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 137 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 138 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 139 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 140 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 141 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 142 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 143 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 144 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 145 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 146 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 147 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 148 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 149 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 150 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 151 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 152 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 3 |
| 153 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 154 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 155 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 156 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 157 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 158 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 3 |
| 159 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 160 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 161 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 |
| 162 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 163 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 164 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 165 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 166 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 |
| 167 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 168 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 169 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 170 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 171 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 172 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 173 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 174 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 175 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 8 |
| 176 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 177 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 178 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| 179 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 180 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 7 |
| 181 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 182 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 183 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 184 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 185 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 186 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 187 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 188 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 189 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 190 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 191 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 192 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 193 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 6 |
| 194 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 195 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 196 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 197 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 198 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 5 |
| 199 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 8 |
| 200 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 8 |
| 201 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 7 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 202 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 203 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 |
| 204 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 |
| 205 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 206 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 207 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 208 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 209 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 0 | 1 |
| 210 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 211 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 212 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 |
| 213 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 214 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 2 |
| 215 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 3 |
| 216 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 217 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 218 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 219 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| 220 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 3 |
| 221 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 222 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 223 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 224 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 225 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 226 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 227 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 228 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 229 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 230 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 231 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 232 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 233 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 234 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 235 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 236 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 237 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 238 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 239 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 240 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 241 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 |
| 242 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 243 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 244 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 245 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 246 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 247 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 248 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 249 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 9 |
| 250 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 251 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 252 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 253 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 254 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 255 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 256 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 257 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 258 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 259 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 260 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 261 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 262 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 263 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 |
| 264 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 10 |
| 265 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 266 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 9 |
| 267 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 268 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 269 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 270 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 271 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 2 |
| 272 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 1 |
| 273 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 274 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 275 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 276 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 277 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 278 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 279 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 280 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 281 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 282 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| 283 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 4 |
| 284 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 285 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 7 |
| 286 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 |
| 287 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 288 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 8 |
| 289 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 290 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 |
| 291 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 7 |
| 292 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 293 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 294 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 295 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 296 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 4 |
| 297 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| 298 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 2 |
| 299 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 300 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 301 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 302 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 303 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 3 |
| 304 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| 305 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 306 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 307 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 308 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 |
| 309 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 310 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 8 |
| 311 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 4 |
| 312 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 313 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 4 |
| 314 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 315 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 316 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 317 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 318 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| 319 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 320 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 |
| 321 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 4 |
| 322 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 323 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 324 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 325 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 326 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 327 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 328 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 329 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 330 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 331 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 332 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 333 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 7 |
| 334 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 335 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 336 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 337 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 |
| 338 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 339 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 340 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 341 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 342 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 8 |
| 343 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 10 |
| 344 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 345 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 346 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 347 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 348 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 349 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 350 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 351 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 352 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 353 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| 354 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| 355 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 356 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| 357 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 358 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| 359 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 360 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| 361 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 362 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 |
| 363 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 364 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 365 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 366 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 367 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 4 |
| 368 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 369 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 370 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 371 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 372 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 373 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 374 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 375 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 376 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 377 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 378 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 379 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 380 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 381 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 382 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 383 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 384 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 385 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |

| 386 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 6 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 387 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 388 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 389 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 390 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 391 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 392 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 393 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 394 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 10 |
| 395 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 396 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 397 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 398 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 399 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 9 |
| 400 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 401 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 402 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 403 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 2 |
| 404 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 405 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 2 |
| 406 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 407 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 408 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 409 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 |
| 410 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 7 |
| 411 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 412 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 413 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 414 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 415 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 416 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 417 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 418 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 |
| 419 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 |
| 420 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 421 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 422 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| 423 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 424 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 2 |
| 425 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 426 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 2 |
| 427 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| ID | X19 | X22 | X23 | X24 | X25 | X26 | X28 | X30 | X32 | X33 | X35 | X36 | X37 | X38 | X39 |
| 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 2 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 3 | 15 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 10 | 5 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 5 | 20 | 4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 0 | 1 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 6 | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 7 | 13 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | 5 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | 10 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 10 | 5 | 3 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 11 | 3 | 4 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 12 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 13 | 13 | 4 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 14 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 15 | 5 | 4 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 16 | 10 | 3 | 1 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| 17 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 18 | 8 | 5 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 19 | 7 | 3 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 20 | 10 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 21 | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 22 | 11 | 5 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 23 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 24 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 25 | 14 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26 | 10 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 27 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 28 | 6 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 29 | 5 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 | 10 | 3 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 31 | 10 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 32 | 5 | 3 | 0 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 33 | 5 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 34 | 10 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 35 | 5 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 0 | 1 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 36 | 10 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 37 | 10 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 38 | 10 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 39 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 40 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 41 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 42 | 5 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 43 | 10 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 44 | 5 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 45 | 5 | 4 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 46 | 5 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 47 | 5 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 48 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 49 | 11 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 50 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 51 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 1 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 52 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 53 | 13 | 3 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 54 | 5 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 55 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 56 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 57 | 6 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 58 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 59 | 10 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 60 | 5 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 61 | 6 | 5 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 62 | 10 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 63 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 64 | 10 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 65 | 10 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 66 | 8 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 67 | 5 | 3 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 68 | 10 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 69 | 10 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 70 | 20 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 71 | 15 | 3 | 0 | 3 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 72 | 5 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 6 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 73 | 10 | 4 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 74 | 2 | 3 | 0 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 75 | 2 | 2 | 0 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 76 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 77 | 5 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 78 | 5 | 4 | 0 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 79 | 20 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 80 | 10 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 81 | 15 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 82 | 5 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 83 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 84 | 10 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 85 | 10 | 3 | 0 | 4 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 86 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 87 | 10 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 88 | 10 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 89 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 90 | 5 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 91 | 15 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 92 | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 93 | 15 | 3 | 0 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 94 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 95 | 10 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 96 | 10 | 3 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 97 | 8 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 98 | 15 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 99 | 10 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 100 | 10 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 101 | 5 | 5 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 102 | 10 | 3 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 103 | 10 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 0 | 1 | 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 104 | 15 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 105 | 10 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 106 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 107 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 108 | 7 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 109 | 13 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 110 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 111 | 5 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 112 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 113 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 114 | 8 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 115 | 2 | 5 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 116 | 15 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 117 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 118 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 119 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 120 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 121 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 122 | 3 | 5 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 123 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 124 | 3 | 5 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 125 | 2 | 5 | 0 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 126 | 3 | 5 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 127 | 3 | 5 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 128 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 129 | 2 | 5 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 130 | 13 | 5 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 131 | 3 | 5 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 132 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 133 | 14 | 3 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 134 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 135 | 3 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 136 | 3 | 4 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 137 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 138 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 139 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 140 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 141 | 3 | 5 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 142 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 143 | 3 | 3 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 144 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 145 | 3 | 3 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 146 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 147 | 2 | 5 | 0 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 148 | 3 | 5 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 149 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 150 | 3 | 5 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 151 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 152 | 5 | 4 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 153 | 3 | 4 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 154 | 3 | 3 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 155 | 2 | 5 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 156 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 157 | 3 | 4 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 158 | 7 | 5 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 159 | 3 | 5 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 160 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 161 | 9 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 162 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 163 | 7 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 164 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 165 | 2 | 5 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 166 | 10 | 5 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 167 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 168 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 169 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 170 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 171 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 172 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 173 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 174 | 4 | 5 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 175 | 11 | 4 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 176 | 3 | 3 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 177 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 178 | 3 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 179 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 180 | 11 | 4 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 181 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 182 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 183 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 184 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 185 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 186 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 187 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 188 | 3 | 5 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 189 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 190 | 8 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 191 | 2 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 192 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 193 | 9 | 4 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 194 | 2 | 3 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 195 | 2 | 3 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 196 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 197 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 198 | 12 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 199 | 13 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 200 | 10 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 201 | 8 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 202 | 3 | 5 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 203 | 15 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 204 | 11 | 4 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 205 | 12 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 206 | 2 | 4 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 207 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 208 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 209 | 14 | 4 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 210 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 211 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 212 | 5 | 4 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 213 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 214 | 13 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 215 | 10 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 216 | 2 | 3 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 217 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 218 | 3 | 3 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 219 | 14 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 220 | 6 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 221 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 222 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 223 | 2 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 224 | 8 | 3 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 225 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 226 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 227 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 228 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 229 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 230 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 231 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 232 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 233 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 234 | 13 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 235 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 236 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 237 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 238 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 239 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 240 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 241 | 15 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 242 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 243 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 244 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 245 | 5 | 5 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 246 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 247 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 248 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 249 | 10 | 3 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 250 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 251 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 252 | 2 | 4 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 253 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 254 | 2 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 255 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 256 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 257 | 7 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 258 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 259 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 260 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 261 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 262 | 8 | 3 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 1 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 263 | 10 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 264 | 13 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 265 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 266 | 13 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 267 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 268 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 269 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 270 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 271 | 12 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 272 | 10 | 4 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 273 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 274 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 275 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 276 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 277 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 278 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 279 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 280 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 281 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 282 | 7 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 283 | 13 | 3 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 284 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 285 | 8 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 286 | 2 | 5 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 287 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 288 | 15 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 289 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 290 | 13 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 291 | 9 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 292 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 293 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 294 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 295 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 296 | 6 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 297 | 10 | 3 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 298 | 7 | 4 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 299 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 300 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 301 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 302 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 303 | 11 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 304 | 7 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 305 | 13 | 5 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 306 | 9 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 307 | 9 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 308 | 9 | 4 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 309 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 310 | 9 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 311 | 15 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 312 | 10 | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 313 | 10 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 314 | 14 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 315 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 316 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 317 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 318 | 11 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 319 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 320 | 12 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 321 | 7 | 5 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 322 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 323 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 324 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 325 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 326 | 5 | 5 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 327 | 2 | 5 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 328 | 3 | 5 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 329 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 330 | 2 | 5 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 331 | 3 | 5 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 332 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 333 | 10 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 334 | 3 | 5 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 335 | 3 | 5 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 336 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 337 | 10 | 5 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 338 | 15 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 339 | 7 | 5 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 340 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 341 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 342 | 11 | 4 | 0 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 343 | 11 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 344 | 2 | 5 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 345 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 346 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 347 | 2 | 5 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 348 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 349 | 2 | 5 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 350 | 3 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 351 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 352 | 5 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 353 | 5 | 2 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 354 | 3 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 355 | 2 | 2 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 356 | 3 | 1 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 357 | 3 | 1 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 358 | 3 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 359 | 2 | 3 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 360 | 3 | 2 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 361 | 2 | 3 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 362 | 6 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 363 | 3 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 364 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 365 | 2 | 4 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 366 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 367 | 10 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 368 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 369 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 370 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 371 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 372 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 373 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 374 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 375 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 376 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 377 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 378 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 379 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 380 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 381 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 382 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 383 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 384 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 385 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 386 | 7 | 3 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 387 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 388 | 2 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 389 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 390 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 391 | 2 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 392 | 3 | 4 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 393 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 394 | 13 | 4 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 395 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 396 | 3 | 4 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 397 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 398 | 5 | 4 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 399 | 14 | 4 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 400 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 401 | 3 | 4 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 402 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 403 | 8 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 404 | 3 | 4 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 405 | 7 | 3 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 406 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 407 | 3 | 4 | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 408 | 2 | 4 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 409 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 410 | 12 | 4 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 411 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 412 | 3 | 3 | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 413 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 414 | 2 | 5 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 415 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 416 | 3 | 5 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 417 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 418 | 12 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 419 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 420 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 421 | 3 | 5 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 422 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 423 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 424 | 3 | 4 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 425 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 426 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 427 | 2 | 4 | 1 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Anexo 2. Tabla de frecuencia de los indicadores de la investigación

Tabla 14. Genero del turista encuestado

| X1: Género | Frecuencia | Porcentaje |
|------------|------------|------------|
| Mujer | 219 | 51,29% |
| Varón | 208 | 48,71% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 15. Procedencia del turista encuestado

| X2: ¿De dónde es usted? | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Tingo María | 221 | 51,76% |
| Huánuco | 79 | 18,50% |
| Lima | 59 | 13,82% |
| San Martín | 25 | 5,85% |
| Ucayali | 12 | 2,81% |
| Pasco | 5 | 1,17% |
| Ayacucho | 4 | 0,94% |
| Huancayo | 4 | 0,94% |
| Oxapampa | 4 | 0,94% |
| Tarma | 3 | 0,70% |
| Cusco | 2 | 0,47% |
| Juliaca | 2 | 0,47% |
| Nazca | 2 | 0,47% |
| Arequipa | 1 | 0,23% |
| Callao | 1 | 0,23% |
| Huaraz | 1 | 0,23% |
| Ica | 1 | 0,23% |
| La Merced | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 16. Edad del entrevistado

| X3: Edad del entrevistado | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|------------|
| Entre 19 a 30 años | 143 | 33,49% |
| Entre 31 a 50 años | 263 | 61,59% |
| Mayor de 50 años | 21 | 4,92% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 17. Ocupación del entrevistado

| X4: Ocupación del entrevistado | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|------------|
| Estudiante | 41 | 9,60% |
| Comerciante | 33 | 7,73% |
| Docente | 28 | 6,56% |

| | | |
|------------------------|----|-------|
| Agricultor | 24 | 5,62% |
| Ingeniero | 22 | 5,15% |
| Contador | 18 | 4,22% |
| Cocinero | 17 | 3,98% |
| Taxista | 16 | 3,75% |
| Enfermero | 14 | 3,28% |
| Ama de casa | 13 | 3,04% |
| Administrador | 12 | 2,81% |
| Mecánico | 12 | 2,81% |
| Independiente | 9 | 2,11% |
| Cajero bancario | 8 | 1,87% |
| Guía de turismo | 8 | 1,87% |
| Secretaria | 8 | 1,87% |
| Estilista | 7 | 1,64% |
| Mozo | 7 | 1,64% |
| Grifero | 6 | 1,41% |
| Limpieza | 6 | 1,41% |
| Policía | 6 | 1,41% |
| Chofer | 5 | 1,17% |
| Panadero | 5 | 1,17% |
| Abogado | 4 | 0,94% |
| Carpintero | 4 | 0,94% |
| Florería | 4 | 0,94% |
| Lavador de carros | 4 | 0,94% |
| Seguridad Privada | 4 | 0,94% |
| Soldador | 4 | 0,94% |
| Veterinaria | 4 | 0,94% |
| Bailarina | 3 | 0,70% |
| Camionero | 3 | 0,70% |
| Electricista | 3 | 0,70% |
| Vendedor de frutas | 3 | 0,70% |
| Vendedor de pollos | 3 | 0,70% |
| Camarógrafo | 2 | 0,47% |
| Conductor de Bajaj | 2 | 0,47% |
| Conductor de camión | 2 | 0,47% |
| Costurera | 2 | 0,47% |
| Crianza de pollos | 2 | 0,47% |
| Deportista | 2 | 0,47% |
| Empresario | 2 | 0,47% |
| Ganadería | 2 | 0,47% |
| Influencer | 2 | 0,47% |
| Medico | 2 | 0,47% |
| Recepcionista de hotel | 2 | 0,47% |
| Sociólogo | 2 | 0,47% |

| | | |
|------------------------------|-----|---------|
| Vendedor de carne | 2 | 0,47% |
| Vendedor de Hormigón | 2 | 0,47% |
| Vendedor de motos | 2 | 0,47% |
| Youtuber | 2 | 0,47% |
| Albañil | 1 | 0,23% |
| Atención al cliente | 1 | 0,23% |
| Auxiliar de educación | 1 | 0,23% |
| Barman | 1 | 0,23% |
| Barredor | 1 | 0,23% |
| Bombero | 1 | 0,23% |
| Cobrador de combi | 1 | 0,23% |
| Comunicadora | 1 | 0,23% |
| Conductor de combi | 1 | 0,23% |
| Economista | 1 | 0,23% |
| Estibador de cacao | 1 | 0,23% |
| Frutera | 1 | 0,23% |
| Manicurista | 1 | 0,23% |
| Maquinista | 1 | 0,23% |
| Militar | 1 | 0,23% |
| Piloto | 1 | 0,23% |
| Prensa | 1 | 0,23% |
| Psicología | 1 | 0,23% |
| Topógrafo | 1 | 0,23% |
| Trabajo social | 1 | 0,23% |
| Transporte | 1 | 0,23% |
| Vendedor de comida | 1 | 0,23% |
| Vendedor de electrodoméstico | 1 | 0,23% |
| Vendedor de helado | 1 | 0,23% |
| Vendedor de jugos | 1 | 0,23% |
| Vendedor de terrenos | 1 | 0,23% |
| Vidriero | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 18. Nivel de estudios del entrevistado

| X5: Nivel de estudios del entrevistado | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Primaria | 17 | 3,98% |
| Secundaria | 126 | 29,51% |
| Técnico | 114 | 26,70% |
| Superior | 170 | 39,81% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 19. Promedio de su ingreso mensual

| X6: Promedio de su ingreso mensual | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|------------|
| No tiene | 12 | 2,81% |
| Menos de S/.500 | 12 | 2,81% |
| S/.501 a S/.1000 | 16 | 3,75% |
| S/.1001 a S/.1500 | 30 | 7,03% |
| S/.1501 a S/.2000 | 86 | 20,14% |
| S/.2001 a S/.2500 | 140 | 32,79% |
| S/.2501 a S/.3000 | 76 | 17,80% |
| S/.3001 a más | 55 | 12,88% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 20. ¿Ha venido antes a este lugar?

| X7: ¿Ha venido antes a este lugar? | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|------------|
| No | 118 | 27,63% |
| Si | 309 | 72,37% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 21. ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año?

| X8: ¿Cuántas visitas ha realizado usted el balneario La Alcantarilla en el último año? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Ninguna vez | 158 | 37,00% |
| 1 vez | 122 | 28,57% |
| 2 veces | 99 | 23,19% |
| 3 veces | 30 | 7,03% |
| 4 veces | 6 | 1,41% |
| 5 veces | 3 | 0,70% |
| 6 veces | 3 | 0,70% |
| 10 veces | 5 | 1,17% |
| 20 veces | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 22. ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla?

| X9: ¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta el balneario La Alcantarilla? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Transporte Privado | 168 | 39,34% |
| Taxi | 144 | 33,72% |
| Microbús | 54 | 12,65% |
| Otros | 42 | 9,84% |
| Bicicleta | 12 | 2,81% |
| Caminando | 7 | 1,64% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 23. ¿Con cuántas personas vino?

| X10: ¿Con cuántas personas vino? | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------------|------------|------------|
| Menos de 3 personas | 318 | 74,47% |
| De 4 a 7 personas | 90 | 21,08% |
| Más de 7 personas | 19 | 4,45% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 24. ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar?

| X11: ¿Cuánto tiempo usó para llegar a este lugar? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Hasta 1 hora | 225 | 52,69% |
| Entre 2 a 5 horas | 102 | 23,89% |
| Entre 6 a 15 horas | 86 | 20,14% |
| Más de 15 horas | 14 | 3,28% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 25. ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural?

| X12: ¿Su visita de hoy fue planificado para pasar tiempo recreacional en este atractivo natural? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 138 | 32,32% |
| Si | 289 | 67,68% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 26. ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar?

| X13: ¿Cuántas horas estima permanecer en este lugar? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| 1 Hora | 83 | 19,44% |
| 2 Horas | 173 | 40,52% |
| 3 Horas | 112 | 26,23% |
| 4 Horas | 52 | 12,18% |
| 5 Horas | 7 | 1,64% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 27. Gastos totales por realizar la visita al sitio turístico

| X145: Gastos totales por realizar la visita al sitio turístico | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Hasta S/50,0 | 235 | 55,04% |
| Entre S/.51,0 a S/.100,0 | 156 | 36,53% |
| Entre S/.101,0 a S/.200,0 | 237 | 55,50% |

| | | |
|-------------------------|-----|---------|
| Entre S/.201 a S/.500,0 | 116 | 27,17% |
| Más de S/.500,0 | 30 | 7,03% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 28. Si el encuestado desarrolla actividades de camping en el BLA

| X151: Actividades de camping | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|------------|
| No | 425 | 99,53% |
| Si | 2 | 0,47% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 29. Si el encuestado desarrolla actividades de fotografía en el BLA

| X152: Actividades de fotografía | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| No | 312 | 73,07% |
| Si | 115 | 26,93% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 30. Si el encuestado desarrolla actividades de nadar o bañarse en el BLA

| X153: Actividades de nadar o bañarse | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------------|------------|------------|
| No | 4 | 0,94% |
| Si | 423 | 99,06% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 31. Si el encuestado desarrolla actividades de pesca o comercio en el BLA

| X154: Actividades de pesca o comercio | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|------------|
| No | 423 | 99,06% |
| Si | 4 | 0,94% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 32. El encuestado decidió visitar el BLA por el paisaje, belleza escénica, naturaleza

| X161: Decidió visitar por el paisaje, belleza escénica, naturaleza | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 320 | 74,94% |
| Si | 107 | 25,06% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 33. El encuestado decidió visitar el BLA por recreación

| X162: Decidió visitar por recreación | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------------|------------|------------|
| No | 198 | 46,37% |
| Si | 229 | 53,63% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 34. El encuestado decidió visitar el BLA por turismo

| X163: Decidió visitar por turismo | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|------------|
| No | 268 | 62,76% |
| Si | 159 | 37,24% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 35. El encuestado decidió visitar el BLA por investigación

| X164: Decidió visitar por investigación | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| No | 426 | 99,77% |
| Si | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 36. El encuestado decidió visitar el BLA para extraer productos acuíferos

| X165: Decidió visitar para extraer productos acuíferos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 426 | 99,77% |
| Si | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 37. ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje?

| X17: ¿Considerando el tiempo y dinero invertidos por usted como turista cuál es su satisfacción por este viaje? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Pésima | 1 | 0,23% |
| Mala | 5 | 1,17% |
| Regular | 64 | 14,99% |
| Buena | 202 | 47,31% |
| Muy Buena | 155 | 36,30% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 38. Disponibilidad a pagar

| Y1: Disponibilidad a pagar | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|------------|
| No | 86 | 20,14% |
| Si | 341 | 79,86% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 39. Precio mínimo de la disponibilidad a pagar

| X18: Precio mínimo de la disponibilidad a pagar | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| S/.1 | 214 | 50,12% |
| S/.2 | 69 | 16,16% |
| S/.3 | 33 | 7,73% |
| S/.4 | 13 | 3,04% |
| S/.5 | 48 | 11,24% |
| S/.6 | 11 | 2,58% |
| S/.7 | 13 | 3,04% |
| S/.8 | 8 | 1,87% |
| S/.9 | 6 | 1,41% |
| S/.10 | 11 | 2,58% |
| S/.13 | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 40. Precio máximo de la disponibilidad a pagar

| X19: Precio máximo de la disponibilidad a pagar | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| S/.2 | 109 | 25,53% |
| S/.3 | 127 | 29,74% |
| S/.4 | 2 | 0,47% |
| S/.5 | 54 | 12,65% |
| S/.6 | 6 | 1,41% |
| S/.7 | 12 | 2,81% |
| S/.8 | 10 | 2,34% |
| S/.9 | 7 | 1,64% |
| S/.10 | 49 | 11,48% |
| S/.11 | 9 | 2,11% |
| S/.12 | 6 | 1,41% |
| S/.13 | 14 | 3,28% |
| S/.14 | 6 | 1,41% |
| S/.15 | 13 | 3,04% |
| S/.20 | 3 | 0,70% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 41. ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar?

| X20: ¿Por qué no estaría dispuesto a pagar? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| No quieren | 344 | 80,56% |
| Siempre fue libre | 38 | 8,90% |
| Debe estar a cargo de la Municipalidad | 25 | 5,85% |
| Debe ser gratis | 5 | 1,17% |
| Debe estar a cargo de aquellos que venden sus productos | 4 | 0,94% |
| Costumbre | 3 | 0,70% |
| No hay servicios | 2 | 0,47% |
| Recurso público | 2 | 0,47% |
| Falta servicios higiénicos | 1 | 0,23% |
| Muy pequeño | 1 | 0,23% |
| No hay mejoría | 1 | 0,23% |
| Ya no está conservado | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 42. ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante?

| X21: ¿Por qué considera que el balneario La Alcantarilla es importante? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Cercano a Tingo María | 235 | 55,04% |
| Distracción -Turismo | 75 | 17,56% |
| Agua Limpia y Natural | 38 | 8,90% |
| Economía | 30 | 7,03% |
| Junto a la pista | 29 | 6,79% |
| Ecosistema, Naturaleza, Paisaje | 14 | 3,28% |
| Agua y Relajación | 4 | 0,94% |
| Acceso libre | 2 | 0,47% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 43. ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla?

| X22: ¿En qué estado considera usted que se encuentra el balneario La Alcantarilla? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Pésima | 3 | 0,70% |
| Mala | 5 | 1,17% |
| Regular | 110 | 25,76% |
| Buena | 214 | 50,12% |
| Muy Buena | 95 | 22,25% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 44. ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada?

| X23: ¿Usted considera que el balneario La Alcantarilla esta conservada? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| No | 125 | 29,27% |
| Si | 302 | 70,73% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 45. ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla?

| X24: ¿Qué problemas ambientales impactan al balneario La Alcantarilla? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Calidad de Agua | 68 | 15,93% |
| Residuos sólidos | 164 | 38,41% |
| Escasez de especies | 36 | 8,43% |
| Desconoce | 159 | 37,24% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 46. ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla?

| X25: ¿Qué tipo de contaminación considera que afecta más a el balneario La Alcantarilla? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Industrial | 5 | 1,17% |
| Doméstica | 170 | 39,81% |
| Agrícola | 80 | 18,74% |
| Desconoce | 172 | 40,28% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 47. ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades?

| X26: ¿Cree usted que LA, es un foco contagioso de enfermedades? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| No | 385 | 90,16% |
| Si | 42 | 9,84% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 48. ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA?

| X27: ¿Qué enfermedades cree que podría contraer en LA? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Bacterias | 9 | 2,11% |
| Covid - 19 | 2 | 0,47% |
| <i>E. coli</i> | 6 | 1,41% |
| Hongos | 6 | 1,41% |

| | | |
|-------------|-----|---------|
| No sabe | 386 | 90,40% |
| Parasitosis | 11 | 2,58% |
| Piel | 2 | 0,47% |
| Rasca rasca | 1 | 0,23% |
| Sarpullido | 4 | 0,94% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 49. Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla

| X28: Alguna vez ha contraído alguna enfermedad por bañarse en el balneario La Alcantarilla | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 425 | 99,53% |
| Si | 2 | 0,47% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 50. ¿Qué cree que ocasiono la enfermedad?

| X29: ¿Que cree que ocasiono la enfermedad? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Hongos | 1 | 0,23% |
| No respondió | 425 | 99,53% |
| Sarpullido | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 51. Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla

| X30: Usted ha notado acciones de conservación y protección del balneario La Alcantarilla | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 385 | 90,16% |
| Si | 42 | 9,84% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 52. ¿Cuáles estados de conservación?

| X31: ¿Cuáles estados de conservación? | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|------------|
| No contesto | 395 | 92,51% |
| Limpieza del área | 14 | 3,28% |
| Recojo de residuos | 7 | 1,64% |
| Conservación de la flora y fauna | 2 | 0,47% |
| Cuidado del agua | 2 | 0,47% |
| Instalación de tachos de basura | 2 | 0,47% |
| Visitantes se llevan sus residuos | 2 | 0,47% |
| Estructura | 1 | 0,23% |

| | | |
|---------------------|-----|---------|
| Protección de peces | 1 | 0,23% |
| Salvavidas | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 53. ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación?

| X32: ¿Cómo se enteró del balneario La Alcantarilla es un lugar turístico para recreación? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Internet | 167 | 39,11% |
| Guía turístico | 88 | 20,61% |
| Amigo | 87 | 20,37% |
| Prensa | 56 | 13,11% |
| Otros | 19 | 4,45% |
| TV | 5 | 1,17% |
| Revista | 4 | 0,94% |
| Radio | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 54. ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar?

| X33: ¿Cree usted que es necesario implementar más servicios en este lugar? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 5 | 1,17% |
| Si | 422 | 98,83% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 55. ¿Qué servicios se debe implementar?

| X34: ¿Qué servicios se debe implementar? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Campo deportivo, cochera, servicios higiénicos, vestidores, mesas, sillas | 320 | 74,94% |
| Tachos de RS | 34 | 7,96% |
| Limpieza de los espacios turísticos | 24 | 5,62% |
| Recojo de residuos | 23 | 5,39% |
| Restaurantes | 9 | 2,11% |
| Salvavidas | 4 | 0,94% |
| Seguridad y señalización | 3 | 0,70% |
| Servicio de limpieza | 3 | 0,70% |
| Hotel, servicios higiénicos | 2 | 0,47% |
| Mejorar el acceso | 2 | 0,47% |
| Ampliar el estacionamiento | 1 | 0,23% |
| Generar conciencia sobre recojo de residuos solidos | 1 | 0,23% |
| Lugar para picnic | 1 | 0,23% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 56. ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar?

| X35: ¿Considera usted que es necesario un programa de protección y conservación de la flora y fauna en este lugar? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 119 | 27,87% |
| Si | 308 | 72,13% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 57. ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla?

| X36: ¿Botó residuos en el balneario La Alcantarilla? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 371 | 86,89% |
| Si | 56 | 13,11% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 58. ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla?

| X37: ¿Realizo caminatas en el balneario La Alcantarilla? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 366 | 85,71% |
| Si | 61 | 14,29% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 59. ¿Hizo mucho ruido?

| X38: ¿Hizo mucho ruido? | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| No | 410 | 96,02% |
| Si | 17 | 3,98% |
| Total | 427 | 100,00% |

Tabla 60. ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido?

| X39: ¿Su vehículo genera mucho humo y ruido? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No | 385 | 90,16% |
| Si | 42 | 9,84% |
| Total | 427 | 100,00% |

Anexo 3. Análisis econométrico de los indicadores en investigación

--> REGRESS ;Lhs=Y1 ;Rhs=ONE ,X5 ,X6 ,X145 ,X18 ,X22\$

```

+-----+
| Ordinary   least squares regression |
| LHS=Y1     Mean                      =   .7985948 |
|           Standard deviation        =   .4015205 |
| WTS=none   Number of observs.       =     427 |
| Model size Parameters                =     6 |
|           Degrees of freedom        =     421 |
| Residuals  Sum of squares            =   39.45467 |
|           Standard error of e       =   .3061316 |
| Fit        R-squared                 =   .4255219 |
|           Adjusted R-squared        =   .4186991 |
| Model test F[ 5, 421] (prob)        =  62.37 (.0000) |
| Diagnostic Log likelihood            =  -97.40842 |
|           Restricted(b=0)           =  -215.7500 |
|           Chi-sq [ 5] (prob)       =  236.68 (.0000) |
| Info criter. LogAmemiya Prd. Crt.   =  -2.353527 |
|           Akaike Info. Criter.     =  -2.353528 |
| Autocorrel Durbin-Watson Stat.      =   1.6205813 |
|           Rho = cor[e,e(-1)]       =   .1897094 |
+-----+

```

```

+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
|Variable | Coefficient | Standard Error |t-ratio |P[|T|>t] | Mean of X|
+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
|Constant | .99829291  | .10546577     | 9.466  |.0000   |
|X5       | .03431259  | .01625502     | 2.111  |.0354   | 3.02341920
|X6       | -.01744105 | .00949555     |-1.837 |.0670   | 5.72833724
|X145    | .12749334  | .01470749     | 8.669  |.0000   | 1.81264637
|X18     | -.10459597 | .00640911     |-16.320|.0000   | 2.67213115
|X22     | -.03957208 | .01958714     |-2.020 |.0440   | 3.92037471

```

--> REGRESS ;Lhs=Y1 ;Rhs=ONE ,X6 ,X145 ,X19 ,X22\$

```

+-----+
| Ordinary   least squares regression |
| LHS=Y1     Mean                      =   .7985948 |
|           Standard deviation        =   .4015205 |
| WTS=none   Number of observs.       =     427 |
| Model size Parameters                =     5 |
|           Degrees of freedom        =     422 |
| Residuals  Sum of squares            =   33.36538 |
|           Standard error of e       =   .2811848 |
| Fit        R-squared                 =   .5141848 |
|           Adjusted R-squared        =   .5095799 |
| Model test F[ 4, 422] (prob)        = 111.66 (.0000) |
| Diagnostic Log likelihood            =  -61.61864 |
|           Restricted(b=0)           =  -215.7500 |
|           Chi-sq [ 4] (prob)       =  308.26 (.0000) |
| Info criter. LogAmemiya Prd. Crt.   =  -2.525845 |
|           Akaike Info. Criter.     =  -2.525846 |
| Autocorrel Durbin-Watson Stat.      =   1.4540196 |
|           Rho = cor[e,e(-1)]       =   .2729902 |
+-----+

```

```

+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
|Variable | Coefficient | Standard Error |t-ratio |P[|T|>t] | Mean of X|
+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
|Constant | 1.14607849 | .08932761     |12.830  |.0000   |
|X6       | -.01418150 | .00865648     |-1.638 |.1021   | 5.72833724
|X145    | .13048308  | .01346057     | 9.694  |.0000   | 1.81264637
|X19     | -.07016537 | .00347499     |-20.192|.0000   | 5.43793911
|X22     | -.03091844 | .01793233     |-1.724 |.0854   | 3.92037471

```



```

| .49024 | .60178 | .35068 |
+-----+
| Information Akaike I.C. Schwarz I.C. |
| Criteria .59159 268.83751 |
+-----+

```

Frequencies of actual & predicted outcomes
Predicted outcome has maximum probability.
Threshold value for predicting Y=1 = .5000

```

          Predicted
-----+-----+
Actual  0   1 | Total
-----+-----+
   0    55  31 |   86
   1    10 331 |  341
-----+-----+
Total   65 362 |  427

```

=====
Analysis of Binary Choice Model Predictions Based on Threshold = .5000
=====

Prediction Success

```

-----+-----+
Sensitivity = actual 1s correctly predicted          97.067%
Specificity = actual 0s correctly predicted          63.953%
Positive predictive value = predicted 1s that were actual 1s 91.436%
Negative predictive value = predicted 0s that were actual 0s 84.615%
Correct prediction = actual 1s and 0s correctly predicted 90.398%
-----+-----+

```

Prediction Failure

```

-----+-----+
False pos. for true neg. = actual 0s predicted as 1s 36.047%
False neg. for true pos. = actual 1s predicted as 0s  2.933%
False pos. for predicted pos. = predicted 1s actual 0s  8.564%
False neg. for predicted neg. = predicted 0s actual 1s 15.385%
False predictions = actual 1s and 0s incorrectly predicted 9.602%
-----+-----+

```

--> LOGIT;Lhs=Y1;Rhs=ONE,X145,X19\$

Normal exit from iterations. Exit status=0.

```

+-----+
| Multinomial Logit Model |
| Maximum Likelihood Estimates |
| Dependent variable      Y1 |
| Weighting variable      None |
| Number of observations   427 |
| Iterations completed     7 |
| Log likelihood function  -95.26729 |
| Restricted log likelihood -214.5010 |
| Chi squared             238.4674 |
| Degrees of freedom       2 |
| Prob[ChiSqd > value] = .0000000 |
| Hosmer-Lemeshow chi-squared = 18.48134 |
| P-value= .00240 with deg.fr. = 5 |
+-----+
+-----+-----+-----+-----+-----+
|Variable | Coefficient | Standard Error |b/St.Er.|P[|Z|>z] | Mean of X|
+-----+-----+-----+-----+-----+
          Characteristics in numerator of Prob[Y = 1]
Constant  2.80022006  .43025953  6.508  .0000
X145      1.76359395  .27447619  6.425  .0000  1.81264637
X19      -.61517188  .06349127  -9.689  .0000  5.43793911

```

```

+-----+
| Information Statistics for Discrete Choice Model. |
| M=Model MC=Constants Only M0=No Model |
| Criterion F (log L) -95.26729 -214.50098 -295.97385 |
| LR Statistic vs. MC 238.46739 .00000 .00000 |
| Degrees of Freedom 2.00000 .00000 .00000 |
| Prob. Value for LR .00000 .00000 .00000 |
| Entropy for probs. 95.26729 214.50098 295.97385 |
| Normalized Entropy .32188 .72473 1.00000 |
| Entropy Ratio Stat. 401.41312 162.94573 .00000 |
| Bayes Info Criterion 202.64814 441.11553 604.06126 |
| BIC - BIC(no model) 401.41312 162.94573 .00000 |
| Pseudo R-squared .55587 .00000 .00000 |
| Pct. Correct Prec. 91.33489 .00000 50.00000 |
| Means: y=0 y=1 y=2 y=3 yu=4 y=5, y=6 y>=7 |
| Outcome .2014 .7986 .0000 .0000 .0000 .0000 .0000 .0000 |
| Pred.Pr .2014 .7986 .0000 .0000 .0000 .0000 .0000 .0000 |
| Notes: Entropy computed as Sum(i)Sum(j)Pfit(i,j)*logPfit(i,j). |
| Normalized entropy is computed against M0. |
| Entropy ratio statistic is computed against M0. |
| BIC = 2*criterion - log(N)*degrees of freedom. |
| If the model has only constants or if it has no constants, |
| the statistics reported here are not useable. |
+-----+

```

```

+-----+
| Fit Measures for Binomial Choice Model |
| Logit model for variable Y1 |
+-----+

```

```

| Proportions P0= .201405 P1= .798595 |
| N = 427 N0= 86 N1= 341 |
| LogL = -95.26729 LogL0 = -214.5010 |
| Estrella = 1-(L/L0)^(-2L0/n) = .55755 |
+-----+

```

```

| Efron | McFadden | Ben./Lerman |
| .60904 | .55587 | .87284 |
| Cramer | Veall/Zim. | Rsqrd ML |
| .60470 | .71502 | .42792 |
+-----+

```

```

| Information Akaike I.C. Schwarz I.C. |
| Criteria .46027 208.70493 |
+-----+

```

Frequencies of actual & predicted outcomes
Predicted outcome has maximum probability.
Threshold value for predicting Y=1 = .5000

```

Predicted
-----+-----+
Actual 0 1 | Total
-----+-----+
0 58 28 | 86
1 9 332 | 341
-----+-----+
Total 67 360 | 427

```

Analysis of Binary Choice Model Predictions Based on Threshold = .5000

Prediction Success

```

-----+-----+
Sensitivity = actual 1s correctly predicted 97.361%
Specificity = actual 0s correctly predicted 67.442%
Positive predictive value = predicted 1s that were actual 1s 92.222%
Negative predictive value = predicted 0s that were actual 0s 86.567%

```

Correct prediction = actual 1s and 0s correctly predicted 91.335%

Prediction Failure

| | |
|--|---------|
| False pos. for true neg. = actual 0s predicted as 1s | 32.558% |
| False neg. for true pos. = actual 1s predicted as 0s | 2.639% |
| False pos. for predicted pos. = predicted 1s actual 0s | 7.778% |
| False neg. for predicted neg. = predicted 0s actual 1s | 13.433% |
| False predictions = actual 1s and 0s incorrectly predicted | 8.665% |

--> PROBIT;Lhs=Y1;Rhs=ONE,X5,X145,X18\$

Normal exit from iterations. Exit status=0.

```

+-----+
| Binomial Probit Model |
| Maximum Likelihood Estimates |
| Dependent variable Y1 |
| Weighting variable None |
| Number of observations 427 |
| Iterations completed 6 |
| Log likelihood function -123.9363 |
| Restricted log likelihood -214.5010 |
| Chi squared 181.1293 |
| Degrees of freedom 3 |
| Prob[ChiSqd > value] = .0000000 |
| Hosmer-Lemeshow chi-squared = 21.43189 |
| P-value= .00153 with deg.fr. = 6 |
+-----+
+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
|Variable | Coefficient | Standard Error |b/St.Er.|P[|Z|>z] | Mean of X|
+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
Index function for probability
Constant .45821337 .32531751 1.409 .1590
X5 .18007304 .09515617 1.892 .0584 3.02341920
X145 .73651878 .11392653 6.465 .0000 1.81264637
X18 -.41969302 .04053912 -10.353 .0000 2.67213115
+-----+
| Fit Measures for Binomial Choice Model |
| Probit model for variable Y1 |
+-----+
| Proportions P0= .201405 P1= .798595 |
| N = 427 N0= 86 N1= 341 |
| LogL = -123.93633 LogL0 = -214.5010 |
| Estrella = 1-(L/L0)^(-2L0/n) = .42369 |
+-----+
| Efron | McFadden | Ben./Lerman |
| .49419 | .42221 | .82887 |
| Cramer | Veall/Zim. | Rsqrd_ML |
| .46528 | .59430 | .34570 |
+-----+
| Information Akaike I.C. Schwarz I.C. |
| Criteria .59923 272.09980 |
+-----+
Frequencies of actual & predicted outcomes
Predicted outcome has maximum probability.
Threshold value for predicting Y=1 = .5000
Predicted
-----
Actual 0 1 | Total
-----
0 50 36 | 86

```

```

      1      10 331 |      341
-----+-----
Total      60 367 |      427

```

```

=====
Analysis of Binary Choice Model Predictions Based on Threshold = .5000
-----

```

```

Prediction Success
-----

```

```

Sensitivity = actual 1s correctly predicted          97.067%
Specificity = actual 0s correctly predicted          58.140%
Positive predictive value = predicted 1s that were actual 1s 90.191%
Negative predictive value = predicted 0s that were actual 0s 83.333%
Correct prediction = actual 1s and 0s correctly predicted 89.227%
-----

```

```

Prediction Failure
-----

```

```

False pos. for true neg. = actual 0s predicted as 1s      41.860%
False neg. for true pos. = actual 1s predicted as 0s       2.933%
False pos. for predicted pos. = predicted 1s actual 0s     9.809%
False neg. for predicted neg. = predicted 0s actual 1s    16.667%
False predictions = actual 1s and 0s incorrectly predicted 10.773%
-----

```

```

--> PROBIT;Lhs=Y1;Rhs=ONE,X145,X19$

```

```

Normal exit from iterations. Exit status=0.

```

```

+-----+
| Binomial Probit Model |
| Maximum Likelihood Estimates |
| Dependent variable      Y1 |
| Weighting variable      None |
| Number of observations    427 |
| Iterations completed      6 |
| Log likelihood function  -96.25911 |
| Restricted log likelihood -214.5010 |
| Chi squared              236.4837 |
| Degrees of freedom        2 |
| Prob[ChiSqd > value] =   .0000000 |
| Hosmer-Lemeshow chi-squared = 18.76062 |
| P-value= .00213 with deg.fr. = 5 |
+-----+

```

```

+-----+-----+-----+-----+-----+
|Variable | Coefficient | Standard Error |b/St.Er.|P[|Z|>z] | Mean of X|
+-----+-----+-----+-----+-----+
          Index function for probability
Constant      1.63475846      .21895410      7.466      .0000
X145           .88852909      .12726340      6.982      .0000      1.81264637
X19           -.32908594      .02900338     -11.346      .0000      5.43793911

```

```

+-----+
| Fit Measures for Binomial Choice Model |
| Probit model for variable Y1 |
+-----+
| Proportions P0= .201405 P1= .798595 |
| N = 427 N0= 86 N1= 341 |
| LogL = -96.25911 LogL0 = -214.5010 |
| Estrella = 1-(L/L0)^(-2L0/n) = .55292 |
+-----+
| Efron | McFadden | Ben./Lerman |
| .60178 | .55124 | .86881 |
| Cramer | Veall/Zim. | Rsqrd ML |
| .58497 | .71119 | .42525 |

```

```

+-----+
| Information Akaike I.C. Schwarz I.C. |
| Criteria      .46491      210.68858 |
+-----+

```

Frequencies of actual & predicted outcomes
 Predicted outcome has maximum probability.
 Threshold value for predicting Y=1 = .5000

```

          Predicted
-----+-----+
Actual  0    1  | Total
-----+-----+
    0    58   28 |    86
    1     9  332 |   341
-----+-----+
Total   67  360 |   427

```

=====
 Analysis of Binary Choice Model Predictions Based on Threshold = .5000
 =====

Prediction Success

```

-----+-----+
Sensitivity = actual 1s correctly predicted          97.361%
Specificity = actual 0s correctly predicted          67.442%
Positive predictive value = predicted 1s that were actual 1s 92.222%
Negative predictive value = predicted 0s that were actual 0s 86.567%
Correct prediction = actual 1s and 0s correctly predicted 91.335%
-----+-----+

```

Prediction Failure

```

-----+-----+
False pos. for true neg. = actual 0s predicted as 1s    32.558%
False neg. for true pos. = actual 1s predicted as 0s     2.639%
False pos. for predicted pos. = predicted 1s actual 0s   7.778%
False neg. for predicted neg. = predicted 0s actual 1s  13.433%
False predictions = actual 1s and 0s incorrectly predicted 8.665%
-----+-----+

```

Anexo 3. Panel fotográfico del trabajo de investigación



Figura 50. Encuesta en el balneario La alcantarilla en días festivos de San Juan



Figura 51. Personas a las cuales encuestamos en San Juan



Figura 52. Encuesta en días festivos como el feriado largo por fiestas patrias



Figura 53. Encuesta realizada el 28 de Julio



Figura 54. Balneario La Alcantarilla



Figura 55. Restaurant aldeaño al balneario La alcantarilla



Figura 56. Tienda aldeaña al Balneario La Alcantarilla



Figura 57. Tienda aldeaña al Balneario La Alcantarilla



Figura 58. Tienda con parqueo incluido aledaño al Balneario La Alcantarilla



Figura 59. Restaurant con comidas típicas de la zona aledaña al Balneario La Alcantarilla



Figura 60. Balneario La Alcantarilla de otro ángulo