



FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Ambiental

“INFLUENCIA DE LAS ACTITUDES AMBIENTALES EN EL CONSUMO SOSTENIBLE EN EL DISTRITO DE JESÚS MARÍA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Ingeniera Ambiental

Autora:

Daniela Candela Quiñones

Asesora:

Ing. Rosa Amelia Coronado Falcón

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A mi Madre María Rosario Quiñones Sánchez y Padre Víctor Eduardo Candela Ayllón, y
hermanos por el apoyo brindado y la motivación constante en la educación y en la vida.

Gracias por todo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho la motivación de mis maestros que despertaban en mi la curiosidad por saber más de lo que se puede lograr siguiendo esta carrera y poder ayudar a que se dé un desarrollo sostenible en el planeta.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURA	7
ÍNDICE DE ECUACIÓN	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática.....	10
1.1.1. Antecedentes	12
1.2. Marco Teórico	15
1.2.1. Consumo Sostenible	15
1.2.2. Actitudes Ambientales	16
1.2.3. Disposición de pago por un producto verde	16
1.2.4. Conocimiento Ambiental.....	17
1.2.5. Conciencia Ambiental.....	17
1.2.6. Producto Verde	17
1.2.7. Consumidor verde.....	18
1.3. Formulación del problema	18
1.4. Objetivos	18
1.4.1. Objetivo general.....	18
1.4.2. Objetivos específicos	19
1.5. Hipótesis.....	19
1.5.1. Hipótesis general.....	19
1.5.2. Hipótesis específicas	19

1.6. Justificación.....	20
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	21
2.1. Tipo de investigación	21
2.2. Población y muestra	21
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	22
2.4. Procedimiento de recolección de datos	26
2.5. Análisis de datos.....	27
2.6. Aspectos éticos.....	28
CAPÍTULO III. RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	40
4.1. Discusión.....	40
4.2. Conclusiones	47
CAPITULO IV: REFERENCIAS.....	48
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cantidad mínima necesaria en general y por estratos según sexo	22
Tabla 2	Características de la muestra correspondiente a los participantes del estudio, procedentes del distrito de Jesús María, 2020. (n=396)	30
Tabla 3	Análisis descriptivo de los niveles de las actitudes ambientales y consumo sostenible de los habitantes del distrito de Jesús María, 2020.	31
Tabla 4	Análisis de bondad de ajuste a la distribución normal	34
Tabla 5	Relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020.	35
Tabla 6	Relación entre las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María	36
Tabla 7	Relación entre el consumo sostenible y las dimensiones de actitudes ambientales, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María	37
Tabla 8	Análisis comparativo entre las actitudes ambientales, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María	38
Tabla 9	Análisis comparativo entre el consumo verde, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María	39
Tabla 10	Análisis de consistencia interna para demostrar la confiabilidad del instrumento que mide Actitudes ambientales	57
Tabla 11	Análisis de consistencia interna para demostrar la confiabilidad del instrumento que mide Consumo verde	57

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1	Niveles de las actitudes ambientales, en general y por dimensiones, de los habitantes del distrito de Jesús María, 2020.	32
Figura 2	Niveles del consumo sostenible, en general y por dimensiones, de los habitantes del distrito de Jesús María, 2020	33

ÍNDICE DE ECUACIÓN

Cálculo de la muestra para una población finita.....23

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020. Fue desarrollado según el enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional y con diseño no experimental de corte transversal. Participaron 382 habitantes, elegidos según el muestro probabilístico estratificado con fijación proporcional, según sexo. Se aplicó dos instrumentos, la *escala de preocupación ambiental* de Amérigo (2012) y *escala para la evaluación del consumo verde* de Rocha y Martínez (2016). Los resultados reportaron la existencia de una relación significativa ($p < .001$) entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible ($p < .001$), la direccionalidad correlacional muestra una pendiente positiva, con un nivel de asociación promedio ($\rho = .311$); las variaciones de consumo sostenible, es explicado en un 10% por las variaciones de las actitudes ambientales. Estas mismas tendencias se obtuvo como resultados de los análisis de correlación entre las variables generales y las dimensiones. La investigación concluye señalando que los habitantes del distrito de Jesús María, con mayor predisposición por salvaguardar el bienestar ambiental, tienden a evidenciar mayores prácticas de consumo sostenible.

Palabras clave: Actitudes, ambientales, consumo, sostenible,

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la última década, la temática ambiental ha tomado importancia a nivel mundial por la evidencia de consecuencias nocivas como la contaminación de los mares por plástico, degradación del suelo por la excesiva demanda del sector agrícola y el uso de los pesticidas, deforestación de los bosques, entre otros. Esta contaminación que se da en los componentes del agua, suelo y aire, se dan por la acción del hombre por el consumismo que ejecuta a tal manera de no saber las consecuencias que produce. Según Benites (2019), estos problemas han ido tomando mayor importancia en la preocupación del gobierno, las empresas y la sociedad, las cuales hacen promoción del conocimiento ambiental e incrementar las actitudes ambientales, generándose una concientización ambiental de alto impacto en la sociedad en la cual interactúan los involucrados efectuando un consumo sostenible.

En Latinoamérica, los reportes de una encuesta realizada a 18 mil consumidores por Suito (2019) en siete países (Uruguay, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú), encontraron que 3600 eran millennials y casi todos (90%) tuvieron conocimientos del impacto ambiental que provoca los productos de su consumo. Perú calificó como el país donde existe un mayor consumo responsable (94%) mostrando conocimientos altos sobre lo que significa un consumo responsable: tres de cada diez peruanos están dispuestos a pagar más por un producto de impacto positivo; no obstante, el 20% no muestran buena actitud con el consumo sostenible.

En el Perú, el sector alimentario, en sus esfuerzos de satisfacer las necesidades de sus consumidores, produce un 22 % de gases de efecto invernadero; por otro lado, las malas

prácticas de consumo del agua en el mundo hacen que esta sea consumida más rápida de lo que puede reponerse, considerando que en nuestro planeta el agua dulce solo representa el 3%. Además, el aprovechamiento óptico de los alimentos está en déficit, ya que las evidencias demuestran que 1300 millones de toneladas de alimentos son desperdiciados; señal de una mala gestión y manejo de los recursos, considerando que, en nuestro país, un estimado de 2.000 millones de personas padecen hambre o desnutrición (Organización de las Naciones Unidas, 2012, p. 41; Sánchez et al., 2016, p. 98; Organization of the United Nations, 2019, párr. 1)

El plástico, en nuestro país, un material presente en el consumo diario de la población, entre los más utilizados están las cañitas, envases de tecnopor, bolsas, botellas, envolturas, utensilios, entre otros. La tercera parte de la población peruana se concentra en la capital, Lima, la cual está contigua la Región Callao, sólo en estas dos regiones se generan 886 toneladas de restos plásticos, siendo casi el 50% de los residuos a nivel nacional. (Gestión, 2019, párr. 10)

En el Perú, se desarrolló una organización nacional denominada Asociación Nacional de Productores Ecológicos (ANPE) que se basa en la supervisión de productos agroecológicos que distribuyen en el país con productos orgánicos de buena calidad, uno de sus objetivos es que con sus servicios puedan combatir el cambio climático, hacer del mercado ecológico competitivo e innovador y busca la sostenibilidad económica y social, también cuentan con un promedio de 32.600 asociados que se dedican a la venta verde (ANPE, 2016, párr. 2).

A nivel internacional encontramos a Iurkevych (2011) quien hizo una investigación en Ucrania con el objetivo de determinar la relación entre las actitudes ambientales y la eficacia del consumo responsable. Los resultados mostraron que las actitudes ambientales y el consumo responsable se correlacionan de manera muy significativa de forma directa con un nivel de asociación medio fuerte. La investigación concluye señalando que cuantos mayores serán las actitudes de las personas con respecto a la conservación del ambiente, mayores también será el consumo responsable que efectúen.

Czap y Czap (2010), hizo una investigación en los Estados Unidos; el objetivo fue estudiar la preocupación ambiental en ciento veinte personas que habitan una zona urbana. Los análisis realizados por estos autores, abarcaron diversos aspectos procedentes de las características personales de cada uno de los individuos evaluados en relación preocupación que tuvieron respecto al ambiente. Los resultados mostraron que, en general, las personas tienden a mostrar altos niveles de preocupación ambiental, no obstante, las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de participar en actividades ambientales si se proporcionan incentivos monetarios. Además, las personas mayores no tienen un apego tan fuerte al ambientalismo que las personas más jóvenes, pero son las primeras en mostrar mayor respeto hacia el ambiente. También se menciona que la preocupación ambiental no es muy diferente a una acción de pagar ya que está en si mide el conjunto de actitudes ambientales.

De manera similar, Abreu y Da Silva (2018), efectuó una investigación en Brasil con el objetivo de relacionar la intensidad de compra (Conceptualmente contiene los indicadores que explica las actitudes ambientales) y el consumo ecológico

(consumo sostenible) en trecientos veintitrés estudiantes universitarios. Los resultados mostraron que ambas variables se correlacionaron de manera muy significativa de forma directa, por tanto, las personas que tienen mayores valores ecológicos tienden a consumir más productos ecológicos.

Liao (2017), hizo un estudio en China con el fin de determinar la relación entre las actitudes ambientales y la orientación del consumidor para un consumo sostenible en 247 trabajadores. Los resultados mostraron que las variables centrales de este estudio se correlacionaron de manera muy significativa de forma directa, por lo tanto, cuanto mayor sean las actitudes ambientales en una persona, mayor también será el consumo sostenible.

Theodoropoulou y Zavali (2017) hicieron en Grecia una investigación con el fin de estudiar los determinantes del consumo verde. El estudio estuvo orientado a evaluar las actitudes de los sujetos con relación al cuidado del ambiente. Los resultados muestran que las personas que tuvieron altos niveles de actitudes ambientales orientan su comportamiento de consumo a comprar productos que representen la menor probabilidad de contaminación en el ambiente.

Schubert et al. (2010) hizo un estudio en Australia con el fin de explorar la percepción que tienen las personas respecto al consumo de alimentos catalogados dentro de los productos sostenibles. Esta investigación estuvo orientada a evaluar una de los componentes actitudinales relacionado con la cognición. Los resultados mostraron que, aquellos individuos que tienen conocimientos sobre los factores que contribuyen a la contaminación del ambiente, tienden mostrar preferencias por un consumo de alimentos cargado en ingredientes naturales.

Dentro de las investigaciones nacionales que son de relevancia temática para

el presente estudio, tenemos a Rivera y Rodríguez (2009), quienes realizaron una investigación en Lima, con el objetivo de determinar la relación entre las actitudes ambientales y los comportamientos orientados al consumo sostenible en ciento cuarenta y tres estudiantes universitarios. Los resultados mostraron que existe correlación muy significativa entre las actitudes ambientales y el comportamiento ecológico orientado al consumo sostenible, esta correlación se da de forma directa, por lo que se concluye que las personas que tienen mayores actitudes ambientales tienden a mostrar mejores comportamientos ecológicos orientados al consumo sostenible.

Palomino (2018), hizo una investigación en Lima Metropolitana con el objetivo de determinar la relación entre la responsabilidad social ambiental y el consumo responsable. Los resultados mostraron que existe una correlación altamente significativa entre la responsabilidad social ambiental y el consumo responsable de forma directa, lo cual indica que, cuanto mayor es la responsabilidad ambiental en una persona, mejor ha de ser el consumo responsable.

Ramos (2019), hizo una investigación en Huacho con el fin de determinar la relación entre las actitudes ambientales y las conductas ecológicas en doscientas sesenta y nueve personas de una zona urbana. Los resultados reportan que las puntuaciones obtenidas en ambas variables se asocian estadísticamente describiendo una pendiente positiva, es decir, cuanto más buena sea el nivel de actitud ambiental en una persona, buena también será la conducta ambiental.

Benites et al. (2019), hizo un estudio en Lima metropolitana con el objetivo de determinar la influencia de los valores personales y el conocimiento ambiental del consumidor en el comportamiento de compra. Este autor toca como una de sus

dimensiones principales al *valor biosférico*, conceptualmente asociado a las actitudes ambientales. Encuentra que esta dimensión se relaciona de manera directa y significativa con el comportamiento de compra verde, éste último asociado a lo que en la presente investigación se ha definido como consumo sostenible. Por lo tanto, las personas que valoran más el ambiente, tienden a consumir productos que contribuyen a la sostenibilidad del ambiente.

Malpartida (2018), hizo un estudio en Huánuco, con el objetivo de determinar la relación entre la conciencia ambiental y el consumo responsable de los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica. Los resultados de este estudio demostraron que las dos variables se relacionaron de manera significativa de forma directa, lo cual significa que los estudiantes que evidenciaron mayor conciencia ambiental, tienden a presentar mayores inclinaciones por ejecutar consumos responsables.

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Consumo Sostenible

Para Verbeke y Vermeir (2006, p. 170), un consumo sostenible se basa en un proceso de tomar decisiones teniendo en cuenta la responsabilidad que se tiene con la sociedad al ser el consumidor, el consumo diario depende mucho de la practicas que se tenga, el hábito, la relación de precio-calidad, la conveniencia y su capacidad de resistencia al cambio.

Según la WCED (1987, citado por Alea et al. 2017) “es aquel que responde a las necesidades del presente de forma igualitaria, pero sin comprometer las posibilidades

de sobrevivencia y prosperidad de las generaciones futuras” (p.93), esto dirigido a las empresas que brindan productos para satisfacer las necesidades de sus consumidores, integrando en sus principios lo sostenible y motivando a que se dé un consumo acertado.

1.2.2. Actitudes Ambientales

Acevedo (2007, p. 14) indica que la actitud permite predecir y entender una conducta, ya que se da indicio de respuesta por reacciones dependiendo las circunstancias en las que se encuentre el sujeto; las actitudes tienen tres componentes: a) Cognitivo: se da el pensamiento donde se dan las opiniones, la categorización, sus creencias donde se dan los conceptos que percibe el sujeto sobre el objeto. b) Afectivo: se relaciona con la emoción que percibe el sujeto, dando un valor a la emoción sea negativa o positiva al objeto, y c) Conductual: se da la predisposición por medio de una acción de actuar dependiendo de la situación hacia el objeto.

1.2.3. Disposición de pago por un producto verde

Moreno (2015; p. 180) menciona el consumidor verde es el que está dispuesto a pagar un costo extra por un producto que no genere efectos negativos en el ambiente ejecutando un consumo sostenible, lo cual tiene una relación directa con el componente cognitivo del sujeto. Si bien las ofertas que se presentan en los productos cautivan la atención del consumidor, sin embargo, lo que determinará será la actitud de consumo según las características, su rendimiento y propósito de compra de un producto ecológico.

1.2.4. Conocimiento Ambiental

Con respecto al conocimiento ambiental Lin y Niu (2018, p. 2) mencionan que esto contribuye a que las personas muestren mejores actitudes en relación al ambiente y por ende orienten su comportamiento a su cuidado. Sobre este cometido, el conocimiento sobre el ambiente, llega a influir en la conciencia y responsabilidad de una persona con respecto al ambiente, lo cual correlaciona de manera favorable y directa con la sostenibilidad del mismo. Este autor, llegó a postular que el conocimiento ambiental tiene un efecto en la actitud ambiental; además, el conocimiento ambiental tiene un efecto en la sensación de bienestar y en la actitud individual.

1.2.5. Conciencia Ambiental

Abd'Razack. (2017; p. 6) señala que se trata de creencias presentes en el individuo que lo guían a realizar un consumo acertado tanto como para el como para el ambiente, como, por ejemplo, el reciclaje. Las nuevas generaciones comienzan a mostrar rasgos que muestran una mejor conciencia en su toma de decisiones, conforme a la información con la que contaban sobre el ambiente y piensan más en que consecuencias o beneficios se tengan a raíz de ellas según mencionan Peñalosa y López (2016, p. 80) también afirman que una conciencia ambiental lleva a una actitud responsable en los sujetos efectuando un consumo sostenible.

1.2.6. Producto Verde

El término está relacionado con la función que tiene un determinado producto con el rendimiento ambiental, en cómo se rediseñan los productos ya existentes o creando nuevos que sean más eficientes y de materiales menos duros de degradar como

nos menciona Dangelico y Pontrandolfo (2010, p. 1609) a la vez también realizó un estudio en el que determino aumentar una caracterización más, “ tipo de impacto ambiental dividiéndolo en tres niveles el “menos negativo” , “nulo “ y “positivo” respecto a los enfoques ambientales (material, energía y contaminación y la fase del ciclo de vida, viendo que cumplan el mejor desempeño de sostenibilidad con el ambiente.

1.2.7. Consumidor verde

Luyando (2016) menciona que “la racionalidad sería la capacidad que le permite al consumidor pensar, evaluar, entender y actuar de acuerdo con ciertos principios de optimidad y consistencia para, de esta manera, llevar a cabo algún objetivo o finalidad” (p. 307), por lo tanto el componente cognitivo de la actitud está presente al momento de consumir y tomar la mejore elección; influenciada por su aprendizaje, comprensión en su actuar en lo social e individual, y el efecto que puede tener sobre el ambiente, concluyendo que tendrá preferencias sobre productos ecológicos.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo influye las actitudes ambientales en el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020.

- Determinar la relación entre las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María.
- Determinar la relación entre el consumo sostenible y las dimensiones de actitudes ambientales, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María.
- Comparar las actitudes ambientales, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María.
- Comparar el consumo verde, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Se espera encontrar que las actitudes ambientales y el consumo sostenible se correlacionan de manera directa y significativa en el distrito de Jesús María, 2020.

1.5.2. Hipótesis específicas

- H 1. Las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, correlacionan de manera directa y significativa.
- H 2. El consumo verde y las dimensiones de actitudes ambientales, correlacionan de manera directa y significativa.

H 3. Las mujeres, los que tienen más de 25 años y los que alcanzaron estudios superiores, presentan mayores evidencias de actitudes ambientales y consumo sostenible.

H 4. Las mujeres y los habitantes que tienen menos de 25 años, presentan mayores evidencias de consumo sostenible.

1.6. Justificación

Desde una perspectiva social, el presente estudio se justifica debido a que permite entender el comportamiento de las personas como respuesta a los diversos problemas relacionados al ambiente, dado que, de nada valdría nuestros esfuerzos como profesionales orientados a salvaguardar un entorno ambiental si es que no tomamos en cuenta este factor fundamental como es el comportamiento humano en favor de la sociedad, ya que al fin y al cabo son los principales actores en el desencadenamiento de la contaminación del ambiente.

Desde una perspectiva práctica, la investigación brindará información tangible acerca del consumo sostenible de las personas que habitan una sociedad como la que había el distrito de Jesús María, y cómo este se relaciona con las actitudes ambientales de cada una de ellas; esto es una herramienta práctica que permitirá a las comunidades científicas y educativas no solo concentrar esfuerzos en la formación técnica sino también contribuir al desarrollo de habilidades blandas en la población que le permita tener una mayor conciencia cuidado del ambiente cuanto puede afectarlo en la toma de decisión de compra.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La investigación se llevó a cabo bajo el enfoque cuantitativo debido a que se recurrió al coteo de datos y procedimientos matemático-estadísticos para dar respuesta al problema de investigación. Fue de nivel descriptivo-correlacional, debido a que se pretende estudiar dos fenómenos que ocurren en su contexto natural, los mismos que será descritos tal cual aparecen; además, se determinará el grado de asociación y la direccionalidad entre dos variables a través del análisis de correlación. (Hernández y Mendoza, 2018, p. 5)

La investigación fue desarrollada según el diseño no experimental, porque no hubo manipulación deliberada de ninguna variable para ver efectos en otras. Finalmente, fue de corte transversal, ya que la recopilación de la información se dió en un determinado momento en el tiempo. (Hernández y Mendoza, 2018, p. 174)

2.2. Población y muestra

Población

Está conformada por 51 028 personas residentes en el distrito de Jesús María, con edades comprendidas desde los 20 y 69 años de edad, de ambos sexos. (INEI, 2017)

Muestra

El tamaño mínimo necesario de la muestra fue determinado sobre la base de un procedimiento bilateral para una población finita (Pérez, 2010, p. 127), mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q} = \frac{51028 \times 1.96^2 \times .5 \times .5}{.05^2 \times (51028 - 1) + 1.96^2 \times .5 \times .5}$$

$$n = \frac{49\,007.29}{128.5279} = 381.6$$

Con un valor $N=51028$; $z=1.96$; $p=0.5$; $q=0.5$; $d=0.05$, se determinó que el tamaño mínimo necesario que representa a la población fue de 382 personas.

Considerando que se trata de un mínimo, y teniendo 14 encuestas válidas y aptas a procesarse, se incorporaron a procesamiento de los datos, teniendo así 396 casos como muestra para el estudio.

Muestreo

La selección de las unidades de estudio será dada de acuerdo al muestreo probabilístico estratificado según sexo.

Tabla 1

Cantidad mínima necesaria en general y por estratos según sexo.

	N	n
Hombres	22636	169
Mujer	28392	213
Total	51028	382

Nota: datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017).

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnica

La técnica que se empleará será la encuesta estandarizada, aplicados de manera virtual.

Instrumentos de recolección de datos

Actitudes ambientales

Ficha técnica

- Nombre: Escala de la preocupación ambiental
- Autor: Américo
- Año: 2012
- Procedencia: España
- Adaptación lingüística: Candela (2020)
- Tipo de aplicación: Individual y colectiva
- N° de ítems: 20 distribuidos en cuatro dimensiones
- Rango de aplicación: de 18 a más
- Calificación: de 1 a 5 puntos por cada respuesta

Descripción del instrumento

El objetivo del instrumento está orientado a medir las actitudes que tienen las personas respecto al cuidado del ambiente; esta variable es producto de cuatro resultantes latentes (dimensiones) y, cada una de estas, es determinada por cinco variables observables (ítems). Se contemplan aspectos relacionados a la apatía ambiental, antropocentrismo, Conectividad, y Afinidad emocional. (Américo et al., 2017, p. 5)

Propiedades psicométricas

Las evidencias de validez de este instrumento es producto de la evolución psicométrica basada en la mejora continua durante diez años desde la primera vez que se postuló el primer constructo propuesto por Américo et al., (2012; citada por

Amérigo et al., 2017), así, como parte de la construcción y mejora del instrumento, este fue sometido a todos los procesos orientados a determinar las evidencias de validez, siendo la primera de estas la que se enfocó en el contenido, evaluado la relevancia, pertinencia y coherencia de los ítems; pasando en primera instancia por los análisis factorial exploratorio reportando una solución de cuatro factores, dando la forma a un constructo el cual fue aplicado en diversos medios europeos y latinoamericanos, para, con una muestra mayor, someterlo al análisis factorial orientado a encontrar evidencias de validez confirmatoria, cuyos resultados reportaron valoraciones de los estimadores que sugerían un buen ajuste del modelo.

Para fines del presente estudio, y con el propósito de adaptar el instrumento para que sea aplicado en el Perú, fue necesario ponerse en contacto con los miembros del equipo de investigación de la autora original del instrumento, y en coordinación con ellos para no perder la dirección del ítem, proceder a una adaptación lingüística basada en el contenido de los ítems, esto para afinar aspectos lingüísticos tales como la morfología, sintaxis y pragmática del contenido de los ítems al contexto peruano.

La autora del instrumento demostró la confiabilidad del instrumento a través del método de consistencia interna a través del cálculo del coeficiente alfa ordinal, cuyos resultados reportaron valoraciones oscilantes desde .62 para el antropocentrismo y .86, denotando una categoría de buena confiabilidad; además, calculó el índice de confiabilidad compuesta superando el valor mínimo aceptable de .7, lo cual demostró que el instrumento es altamente confiable (Amérigo et al., 2017, p. 6). Para fines del presente estudio, ejecutando un estudio piloto en 25 personas del distrito en el que se ejecutó el estudio, se calculó el coeficiente omega (estadístico desarrollado por McDonald, 1999), reportando valoraciones oscilantes

desde .764 hasta .887 (Ver anexo 4), cuya interpretación radica en que cuanto más

cerca esté de la unidad, mayor evidencia de consistencia interna se tiene.

Consumo sostenible

Ficha técnica

- Nombre: Escala para la Evaluación del Consumo Verde
- Autor: Rocha y Martínez
- Año: 2016
- Procedencia: México.
- Adaptación lingüística: Candela (2020)
- Tipo de aplicación: Individual y colectiva
- Total de ítems: 14 reactivos distribuidos en cuatro dimensiones
- Rango de aplicación: de 18 a más
- Calificación: de 1 a 5 puntos por cada respuesta

Descripción del instrumento

El instrumento tiene por finalidad evaluar, mediante 14 reactivos, el comportamiento de las personas relacionado al consumo verde, este, conceptualmente homólogo a lo que en el presente estudio se denomina al consumo sostenible. Este constructo está conformado por cuatro variables latentes a las que se han denominado *dimensiones*, tales como “Productos no dañinos al medio ambiente”, “Disminución de energía eléctrica”, “Ahorro de consumo de agua y reutilización de objetos” y “Reutilización del agua y el papel”. (Rocha y Martínez, 2016, p. 198)

La evidencia de validez del instrumento fue determinada a través del análisis de factorial exploratorio, con extracción rotada del procedimiento varimax. Las cargas factoriales de los ítems fueron valoradas por encima de .4. Los resultados mostraron la reproductibilidad del constructo, demostrándose así que el instrumento es válido para medir lo que pretende.

La confiabilidad, por parte de los autores del instrumento, fue determinada mediante el método de consistencia interna, a través del cálculo de coeficiente alfa (Cronbach, 1990), el cual fue .823, demostrando de este modo que el instrumento es consistente y altamente confiable (Rocha y Martínez, 2016, p. 198). Para fines del presente estudio, ejecutando un estudio piloto en 25 personas del distrito en el que se ejecutó el estudio, se calculó el coeficiente omega (estadístico desarrollado por McDonald, 1999), reportando valoraciones oscilantes desde .783 hasta .860 (Ver anexo 4), cuya interpretación radica en que cuanto más cerca esté de la unidad, mayor evidencia de consistencia interna se tiene.

2.4. Procedimiento de recolección de datos

Para la recopilación de los datos, se elaborará un formulario virtual en el que se digitalizará los instrumentos de medición, se optará por esta modalidad, debido a que en que estamos atravesando un proceso de afrontamiento a la pandemia por el nuevo coronavirus lo cual limita en realizar las evaluaciones de forma presencial.

El estudio se desarrollará en dos condominios que reúne a 75 familias de cinco integrantes cada una. Se procederá a coordinar con la junta directiva de ambos a fin de solicitar los permisos necesarios para la aplicación de los instrumentos; estos comunicarán a las familias y, las personas que estén dispuestas a participar de la

investigación, completarán un primer formulario el cual contiene toda la información a fin de solicitar el asentimiento de los participantes.

Una vez obtenido la firma del asentimiento informado, este llegará a una base de datos, teniendo constancia de este paso vinculado a la ética en investigación, luego, se le brindará un segundo formulario en el que está el instrumento, el cual, luego de completarlo, se enviará a una base de datos sin detector de identificación a fin de garantizar el anonimato y confidencialidad de la información.

Cuando se tenga toda la información recopilada en la base de datos, esta será ingresada a un software estadístico, en él se realizará el control de calidad de los datos para luego procesarlos empleando las pruebas estadísticas necesarias, entendiendo a cada uno de los objetivos planteados en el estudio.

Finalmente, se preparará el informe final de investigación en el que se presenta cada uno de estos resultados, donde, además, serán contrastados con los hallazgos de otros autores y la teoría que sustentan las variables que se pretende estudiar.

2.5. Análisis de datos

Con el apoyo del software estadístico Jamovi 1.8.4., se recurrió a la estadística descriptiva, a fin de conocer el comportamiento de las variables según la distribución de frecuencias, presentadas en tablas y gráficos que permitan entender mejor lo que se quiere comunicar. Esto para atender al primer objetivo específico.

Por otro lado, a fin de determinar si la distribución de los datos se ajusta o no a la normal, se empleará la prueba Kolmogorov-Smirnov; esto para determinar el uso de pruebas paramétricas o no paramétricas. Este paso se dará con el fin de dar respuesta al objetivo general y al segundo objetivo específico, en los cuales se pretende correlacionar las variables.

De determinar que los datos no se ajustan a la distribución normal, se empleará la prueba de significancia estadística no paramétrica que usa como insumo al coeficiente de correlación de la *Rho de Spearman*; en caso contrario, se empleará la prueba de significancia estadística paramétrica *r de Pearson*. En ambas pruebas se evaluará un coeficiente que oscila desde -1 hasta 1, donde el signo indica la direccionalidad de la correlación pudiendo ser esta directa o inversa; y el valor del coeficiente, cuanto más cercano esté a la unidad, indicara una mayor asociación entre estas variables lo cual indica que la dispersión de los datos es menor.

2.6. Aspectos éticos

El presente estudio, desde que inició su proceso se ha respetado las disposiciones relacionadas al código de ética estipulada en el Colegio de Ingenieros del Perú y, el código de ética del investigador científico de la Universidad Privada del Norte (Resolución Rectoral N°104-2016-UPN); de manera específica lo que señala en el capítulo segundo “Deberes de los investigadores”, tales como el respeto a la autonomía (Artículo 1), responsabilidad (Artículo 3). Así como lo señalado en el artículo cuarto “Principios éticos”, tales como humanidad, justicia, igualdad veracidad.

Es preciso señalar que se han tenido consideraciones en cuanto a respetar la confidencialidad de los datos obtenidos por parte de cada uno de los participantes, así como la garantía del anonimato, teniendo en cuenta los documentos de consentimiento informado la cual se empleara solo y tan solo para interés académicos y aporte de la ciencia. Además, se siguió de manera rigurosa los procedimientos administrativos como los permisos a los autores de los instrumentos que se emplearon para medir las variables del presente estudio.

Por otro lado, se han respetado aspectos de interés social tales como el uso de materiales biodegradables, papeles de reciclaje para las impresiones preliminares del presente estudio (desde el proyecto hasta el informe de investigación).

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 2

Características de la muestra correspondiente a los participantes del estudio, procedentes del distrito de Jesús María, 2020. (n=396)

Variable	Categoría	f	%
Sexo	Varón	154	38,9
	Mujer	242	61,1
Edad	Hasta 24 años	149	37,6
	De 25 a 34 años	118	29,8
	De 35 a más años	129	32,6

En la tabla 1 se muestran los resultados descriptivos sobre las características de la muestra. La mayoría de los evaluados, fueron mujeres (61.1%); asimismo, se observa que la mayoría hubo mayor predominio de personas que tuvieron menos de 25 años (37.6%), seguidos por los que tuvieron de 35 a más años de edad (32.6%); el resto, de 25 a 34 años, representó el 29.8% del total de los evaluados.

Tabla 3

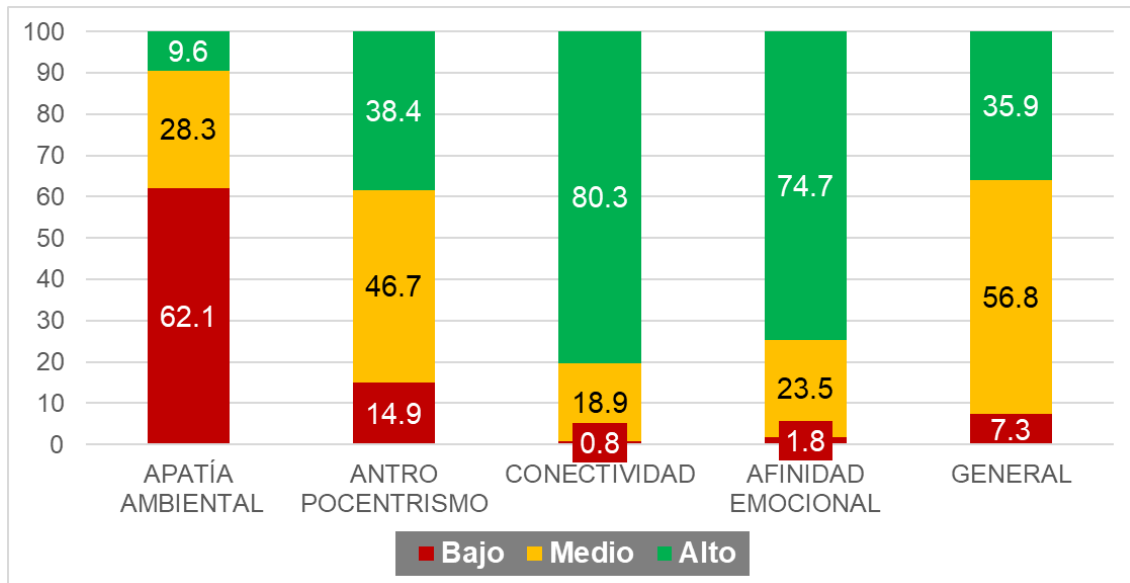
Análisis descriptivo de los niveles de las actitudes ambientales y consumo sostenible de los habitantes del distrito de Jesús María, 2020. (n=396)

Variables generales		Bajo		Medio		Alto	
		f	%	f	%	f	%
Actitudes ambientales	<i>Apatía ambiental</i>	246	62,1	112	28,3	38	9,6
	<i>Antropocentrismo</i>	59	14,9	185	46,7	152	38,4
	<i>Conectividad</i>	3	,8	75	18,9	318	80,3
	<i>Afinidad emocional</i>	7	1,8	93	23,5	296	74,7
	General	29	7,3	225	56,8	142	35,9
Consumo sostenible	<i>Productos no dañinos</i>	24	6,1	296	74,7	76	19,2
	<i>Disminución de energía eléctrica</i>	140	35,4	176	44,4	80	20,2
	<i>Ahorro de agua y reúso</i>	7	1,8	165	41,7	224	56,6
	<i>Reutilización del agua y el papel</i>	10	2,5	178	44,9	208	52,5
	General	38	9,6	197	49,7	161	40,7

Con la finalidad de conocer el comportamiento de las variables centrales de la presente investigación, por separado, los cuantitativos fueron transformados a categorías cualitativas que permitan una interpretación sencilla. En la tabla 2 se presentan los resultados del análisis descriptivo sobre los niveles tanto de las actitudes ambientales como del consumo sostenible, en general y por dimensiones. Estos resultados, para las Actitudes ambientales, se puede apreciar de manera gráfica en la figura 1, y para Consumo sostenible, en la figura 2.

Figura 1

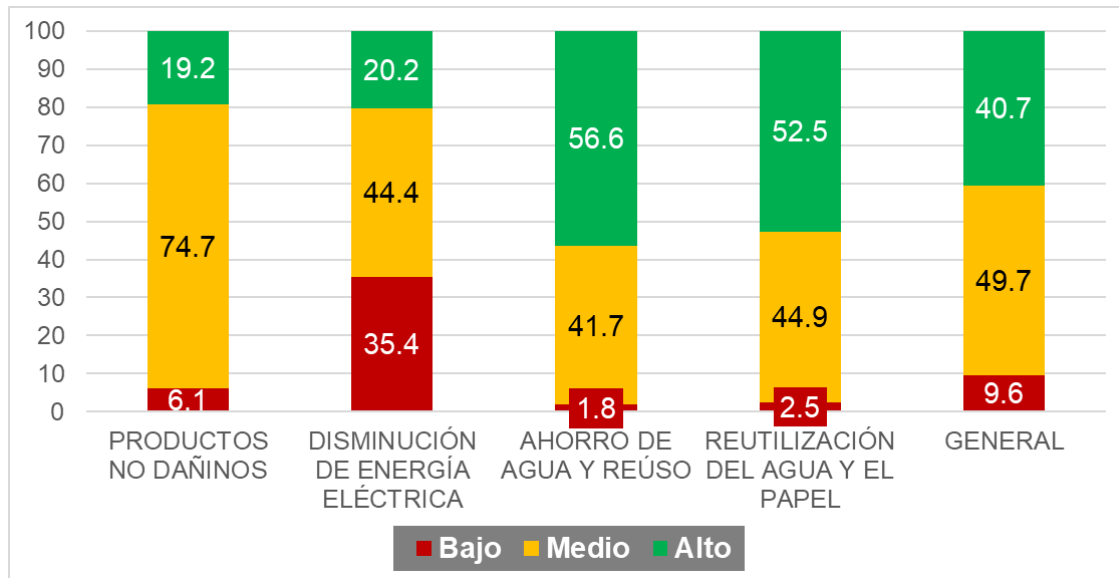
Niveles de las actitudes ambientales, en general y por dimensiones, de los habitantes del distrito de Jesús María, 2020. (n=396)



En general, y en la dimensión *Antropocentrismo*, predomina el nivel medio con 56.8 y 46.7% respectivamente, seguidos por el nivel alto, con más del 35%. Con respecto a las dimensiones, *Conectividad* y *Afinidad emocional*, predomina el nivel alto, con el 80.3% y 74.7% respectivamente; en ambas dimensiones, el nivel medio y alto en estas dimensiones presentó menos del 25%. Sólo en la dimensión *Apatía ambiental*, predomina notablemente el nivel bajo; esto es coherente con los hallados en las otras dimensiones, debido a que es interpretado de forma inversa, es decir, la mayoría de los evaluados, presenta niveles bajos de apatía ambiental, es decir, muestran empatía por el bienestar ambiental.

Figura 2

Niveles del consumo sostenible, en general y por dimensiones, de los habitantes del distrito de Jesús María, 2020. (n=396)



De manera general, predomina el nivel medio de Consumo sostenible (49.7%), seguido por el nivel alto (40.7%); menos del 10%, presentó nivel bajo. Con respecto a las dimensiones: *Ahorro de agua y reúso* y *Reutilización del agua y el papel*; predomina el nivel alto, con el 56.6% y 52.5% respectivamente; seguido por el nivel medio con el 41.7% y 44.9%, en el mismo orden; menos del 3%, presentaron niveles bajos. La dimensión en la se observan resultados negativos, es *Disminución de energía eléctrica*; ya que, más de la tercera parte de los evaluados, muestran un nivel bajo de esta práctica favorable para el bienestar ambiental; el nivel predominante en esta dimensión, fue el medio (44.4%); cabe importante recalcar, sólo uno de cada cinco personas, presenta un nivel alto para la regulación en el consumo de la energía eléctrica. Con respecto a la dimensión consumo de *productos no dañinos*; predomina el nivel medio con el 74.7%; menos del 20% presenta nivel alto y, menos de 7%, nivel bajo.

Tabla 4

Análisis de bondad de ajuste a la distribución normal. (n=396)

Variables generales		Kolmogorov-Smirnov		
		KS	gl	Sig.
Actitudes ambientales	<i>Apatía ambiental</i>	,141	396	,000
	<i>Antropocentrismo</i>	,081	396	,000
	<i>Conectividad</i>	,155	396	,000
	<i>Afinidad emocional</i>	,145	396	,000
	General	,042	396	,096
Consumo sostenible	<i>Productos no dañinos</i>	,143	396	,000
	<i>Disminución de energía eléctrica</i>	,101	396	,000
	<i>Ahorro de agua y reúso</i>	,097	396	,000
	<i>Reutilización del agua y el papel</i>	,135	396	,000
	General	,064	396	,000

Con la finalidad de determinar si los datos se ajustan o no a la distribución normal, se recurrió a la prueba de bondad de ajuste Kolmogorov-Smirnov. En la tabla 3 se muestran los resultados de este análisis, los cuales reportan que, a excepción de la variable general *actitudes ambientales* ($p > .05$), todas sus dimensiones no se ajustan de manera significativa a la distribución normal ($p < .05$). Con respecto, a la variable *consumo sostenible*, los resultados mostraron que, de manera general y todas sus dimensiones, no se ajustaron a la distribución normal ($p > .05$). Sobre la base de estos resultados, se emplearon pruebas no paramétricas. Para atender a los objetivos correlacionales, la prueba de significancia estadística que usa como insumo al coeficiente de correlación Rho de Spearman; para los objetivos comparativos, la prueba U de Mann Whitney (para comparar dos grupos independientes) y la prueba H de Kruskal Wallis (para comparar más de dos grupos).

Tabla 5

Relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020. (n=396)

		Consumo sostenible	Tamaño del efecto (<i>p</i>)
Actitudes ambientales	Rho	.311**	.10
	p	.000	
	n	396	

Las actitudes ambientales se correlacionan de manera muy significativa con el consumo sostenible ($p < .001$), la direccionalidad correlacional muestra una pendiente positiva, con un nivel de asociación promedio ($\rho = .311$). Lo cual indica que, cuanto mayores son las puntuaciones de las actitudes ambientales, mayores también serán las puntuaciones de consumo sostenible. Esta interpretación se da sobre un tamaño del efecto pequeño. Las variaciones de consumo sostenible, es explicado en un 10% por las variaciones de las actitudes ambientales.

Estos resultados indican que las personas tienen más actitudes ambientales, tienden caracterizarse por consumir más productos que no dañan el ambiente.

Tabla 6

Relación entre las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María. (n=396)

Dimensiones de consumo sostenible		Actitudes ambientales	Tamaño del efecto (<i>p</i>)
CS1: Productos no dañinos	Rho	.191**	.040
	p	.000	
CS2: Disminución de energía eléctrica	Rho	.320**	.102
	p	.000	
CS3: Ahorro de agua y reúso	Rho	.225**	.051
	p	.000	
CS4: Reutilización del agua y el papel	Rho	.261**	.067
	p	.000	

Las actitudes ambientales se correlacionan de manera muy significativa con las dimensiones de consumo sostenible ($p < .001$), la direccionalidad correlacional muestra una pendiente positiva, con un nivel de asociación promedio para CS2 y CS4, y, débil para CS1 y CS3. Lo cual indica que, cuanto mayores son las puntuaciones de las actitudes ambientales, mayores también serán las puntuaciones en las dimensiones de consumo sostenible. Esta interpretación se da sobre un tamaño del efecto pequeño para todos los resultados. El mayor porcentaje de la varianza explicada, indica que, las variaciones de *Disminución de energía eléctrica*, es explicado en un 10% por las actitudes ambientales.

Estos resultados muestran que, las personas que tienen mayores actitudes ambientales, tienden a consumir más productos no dañinos, cuidar la regulación del consumo de energía eléctrica, manejo adecuado del agua y el reúso de la misma, además, del consumo sostenible del papel.

Tabla 7

Relación entre el consumo sostenible y las dimensiones de actitudes ambientales, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María. (n=396)

Dimensiones de Actitudes ambientales		Consumo sostenible	Tamaño del efecto (p)
AA1: Apatía ambiental	Rho	.068	.005
	p	.176	
AA2: Antropocentrismo	Rho	.195**	.038
	p	.000	
AA3: Conectividad	Rho	.426**	.181
	p	.000	
AA4: Afinidad emocional	Rho	.352**	.124
	p	.000	

El consumo sostenible se correlaciona de manera muy significativa con las dimensiones de actitudes ambientales ($p < .001$), la direccionalidad correlacional muestra una pendiente positiva, con un nivel de asociación promedio para AA3 y AA4, y, débil para AA1 y AA2. Lo cual indica que, cuanto mayores son las puntuaciones de consumo sostenible, mayores también serán las puntuaciones en las dimensiones de actitudes ambientales. Esta interpretación se da sobre un tamaño del efecto mediano para AA3 y AA4 y, pequeño para AA1 y AA2. El mayor porcentaje de la varianza explicada, indica que, las variaciones de *consumo sostenible*, es explicado en un 18% por las actitudes ambientales de conectividad y, en un 12% por las actitudes ambientales por afinidad emocional.

Estos resultados muestran que, las personas que consideran que el ser humano es responsable de la contaminación, los que son consciente de la problemática ambiental y, los que tienen un desprendimiento emocional en favor del cuidado del ambiente, tienden a presentar mayores prácticas de consumo sostenible.

Tabla 8

Análisis comparativo entre las actitudes ambientales, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María. (n=396)

Variable	Categorías	N	Normalidad		Rango promedio	Prueba estadística
			KS	Sig.		
Sexo	Hombre	154	.086	.018	204.14	U de Mann-Whitney U=17766; Sig.=.434
	Mujer	242	.208	.037	194.91	
Edad	Hasta 24 años	149	.996	.938	210.27	H de Kruskal Wallis X ² =2.93; gl=2; Sig.=.232
	25 a 34 años	118	.932	<.001	186.60	
	35 a más años	129	.906	<.001	195.80	

Las valoraciones de probabilidad muestran que las puntuaciones de las actitudes ambientales no se diferencian de manera estadísticamente significativa según el sexo y la edad de los evaluados ($p > .05$). Es decir, las actitudes ambientales se dan de manera indistinta al sexo y a la edad de las personas.

Tabla 9

Análisis comparativo entre el consumo verde, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María. (n=396)

Variable	Categorías	N	Normalidad		Rango promedio	Prueba estadística
			KS	Sig.		
Sexo	Hombre	154	.981	.032	183.39	U de Mann-Whitney U=16307; Sig.=.036
	Mujer	242	.979	.001	208.12	
Edad	Hasta 24 años	149	.963	<.001	230.67	H de Kruskal Wallis X ² =19.70; gl=2; Sig.=.000
	25 a 34 años	118	.979	.059	185.87	
	35 a más años	129	.982	.076	172.89	

Las valoraciones de probabilidad indican que, las puntuaciones de consumo sostenible sí se diferencian de manera estadísticamente significativa según el sexo y la edad de los evaluados ($p < .05$). Así, son las mujeres quienes muestran mayores evidencias de estar practicando un consumo sostenible, comparadas con los hombres; y son los más jóvenes (hasta 24 años) quienes muestran mayores evidencias de esta práctica, comparados con los de más edad.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

La investigación se desarrolló, siguiendo el objetivo que permitirá dar respuesta el problema de investigación, el cual estuvo orientado a determinar la relación entre las *actitudes ambientales* y el *consumo sostenible* en el distrito de Jesús María, 2020. Los resultados que atendieron al objetivo general, confirmaron la existencia de una relación significativa entre las dos variables ($Rho=.311^{**}$; $p<.05$), denotando una asociación directa, lo cual da paso a aceptar la hipótesis general de trabajo. Esto significa que, mientras más favorables al bienestar del ambiente sean las actitudes de las personas, estas van ejecutar mayores prácticas de consumo sostenible. Es impórtate detallar que la presencia de estas prácticas de consumo, se explica en un 10% por las actitudes ambientales de las personas, es decir, ambas variables comparten este porcentaje de varianza explicada, y el resto se debe a cuestiones del azar u otras variables que no son parte de esta investigación siendo este un punto incierto a determinar y tener mayor certeza al momento de inferir o generalizar a la población.

Estos resultados con respaldados por el postulado teórico de Whittaker (2006), quien hace referencia a las actitudes ambientales, como un fenómeno orientado a predisponer una acción en favor de la conservación del ambiente; siendo coherente con la teoría propuesta por Abd'Razack. (2017), la cual estuvo centrada en la conciencia ambiental que impulsa a la persona a ejercer una acción de *consumo sostenible*; término también conocido en la literatura como *consumo verde*, *consumo responsable*, *consumo ecológico*

Dentro de los antecedentes internacionales, la investigación, cuyos resultados son coherentes con los hallazgos del presente estudio, fue el de Iurkevych (2011), llevada a cabo en Ucrania, quien encontró que las personas que efectúan un consumo responsable, son aquellas que tienden a presentar altas puntuaciones de actitud ambiental; si bien, la interpretación a los resultados generales de este autor es semejante al que se da en el presente estudio, cabe señalar que el grado de asociación de la correlación fue mayor en Ucrania que en Perú. Es decir, la ejecución de un consumo responsable en ucrania, se debe en mayor porcentaje de las actitudes que tengan las personas respecto al bienestar del ambiente. No esta demás mencionar que Ucrania es un país que lleva un mayor crecimiento y desarrollo ambiental.

Otro estudio que forma parte de los antecedentes de investigación, fue desarrollado en Brasil, por Abreu y Da Silva (2018); cuyos hallazgos fueron semejantes a los encontrados en el presente estudio; cabe señalar que ellos estudiaron una predisposición a una acción de compra “intención de ...”, en este caso, la de compra; lo cual es congruente al concepto de actitudes ambientales; con el objetivo de conocer la relación con el consumo ecológico, encontró que estos fenómenos se correlacionaron de manera muy significativa y de forma directa. Resultados que acompañan nuestro hallazgo.

Los hallazgos del presente estudio, también son coherentes con los resultados de un antecedente de investigación, llevado a cabo en Grecia, desarrollado por Theodoropoulou y Zavali (2017), si bien estuvo enfocada desde un alcance explicativo, buscó estudiar el consumo verde, en función a las actitudes de las personas en relación con el cuidado del ambiente. confirmó la existencia de una relación significativa entre los niveles de las actitudes ambientales y el consumo verde, asociando los a las personas con un nivel alto de actitudes ambientales, con los que presentaban niveles altos de consumo

verde, lo mismo con el nivel bajo. Por lo tanto, señala que cuantas mayores sean los niveles de actitudes ambientales en las personas, mayores también serán los niveles de consumo verde.

Una investigación desarrollada en Australia, por Schubert et al. (2010), reportó hallazgos muy importantes para discutir nuestros resultados. Antes de entrar en detalle, es importante recordar en este punto, que uno de los componentes de las actitudes es la *cognitiva*. Dicho esto, los autores antes mencionados, destinaron esfuerzos para determinar la relación entre el conocimiento que tiene la gente sobre los factores que contribuye a la contaminación del ambiente, y la preferencia del consumo de alimentos naturales. Su investigación determinó la existencia de una correlación directa y significativa. Por lo tanto; las personas que tienen mayores conocimientos sobre los agentes contaminantes, especialmente vinculados con los alimentos, tienden a consumir, de preferencia, alimentos naturales. Por lo tanto, en coherente con los hallazgos al mencionar que el componente cognitivo de las actitudes, se correlaciona de forma positiva con el consumo sostenible.

En el ámbito nacional, las investigaciones que se ejecutaron con el objetivo de determinar la relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible, coincidieron sus hallazgos con los nuestros, al demostrar una correlación directa y positiva, es decir, cuanto mayores son las evidencias de las actitudes de las personas en favor del bienestar del ambiente, mayor también será la práctica de un consumo sostenible; los autores cuyas investigaciones se realizaron en un contexto limeño, fueron Rivera y Rodríguez (2009), Palomino (2018) y Benites et al. (2019); asimismo, las que fueron llevadas a cabo en otro contexto, como Huacho y Huánuco, por Ramos (2019) y Malpartida (2018), respectivamente.

El primer objetivo específico de la investigación, estuvo orientado a determinar la relación entre las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María. Los resultados que se obtuvieron en atención a este objetivo, muestran que la existencia de una relación significativa entre las actitudes ambientales las dimensiones de consumo sostenible ($Rho +$; $p < .05$); esta relación se dio de manera directa y significativa. La dimensión que muestra mayor porcentaje de varianza explicada es Disminución de energía eléctrica, ya que las variaciones que ocurre con respecto a las actitudes ambientales, explican en un 10.2% los cambios en esta dimensión. La varianza explicada en los demás casos, a pesar de correlacionar de manera significativa, están por debajo del 6%. El resto de varianza se debe a cuestiones del azar, representando esto una limitación para precisar con certeza una inferencia o generalización a la población de estudio ya que se requeriría más evidencia científica que brinde un soporte estadístico.

Así, estos resultados dan a entender que las personas que, por lo general, tienden a mostrar actitudes favorables para el bienestar del ambiente, tienden a optar por consumir productos no dañinos para el mismo; regulan el uso de energía eléctrica sólo lo necesario; destinan esfuerzos a ahorrar el agua, no solo consumiendo lo necesario, sino a reusarlas; de manera similar con los papeles. Considerado estos hallazgos, se acepta la primera hipótesis específica de trabajo.

Como segundo objetivo específico, se planteó determinar la relación entre el consumo sostenible y las dimensiones de actitudes ambientales, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María. Los resultados que atendieron a este objetivo, mostraron que, el consumo sostenible se correlacionó de manera directa y significativa con todas las dimensiones de Actitudes ambientales ($Rho +$; $p < .05$), a excepción de *Apatía ambiental* ($Rho = .068$; $p < .05$). Por lo tanto, sobre la base de estos hallazgos, se

acepta la segunda hipótesis específica de trabajo, para las dimensiones en las que sí se encontraron correlaciones significativas; no obstante, se rechaza esta hipótesis para la dimensión en la que no se hallaron correlaciones significativas.

La dimensión cuyas variaciones explica en mayor porcentaje las variaciones de del consumo sostenible, es *conectividad*, ya que explica el 18.1% de estos cambios; en segundo lugar, la dimensión que muestra mayor porcentaje de varianza explicada es la *afinidad emocional*, siendo este del 12.%. En el caso de la dimensión *antropocentrismo*, la varianza explicada está por debajo del 5%, siendo este el resultado con mayor incertidumbre. Los hallazgos correspondientes a las dos primeras dimensiones pueden ser generalizadas a la población, pero considerando que, al tener un tamaño del efecto mediano, haría falta más evidencia en el entorno para minimizar los errores en la precisión; mientras la última dimensión mencionada en este párrafo, muestra mayor incertidumbre lo que hace que no sea posible su generalización ya que hay altas probabilidades de cometer errores.

Los hallazgos correspondientes al primer y segundo objetivo específico de la investigación, fueron coherentes con los postulados teóricos de Whittaker (2006) y Abd'Razack. (2017); el primero, como ya se mencionó en los primeros párrafos de este capítulo, hace referencia a una predisposición de una acción en favor de la conservación del ambiente; el segundo autor, habla acerca del consumo sostenible; lo cual es, conceptualmente consistente con los resultados procedentes de los dos primeros objetivos específicos de la presente investigación.

Además, las investigaciones internacionales, como las de Iurkevych (2011) en Ucrania, Abreu y Da Silva (2018) en Brasil, Liao (2017), en China, Theodoropoulou y Zavali (2017) en Grecia y Schubert et al. (2010) en Austria; obtuvieron resultados que

son semejantes a nuestros hallazgos que atienden a los dos primeros objetivos específicos, dado que, sus hallazgos, denotan una clara relación entre los componentes de las actitudes ambientales con los del consumo sostenible, y los hallazgos del presente estudio, también reportaron correlaciones estadísticamente significativas y directas. Del mismo modo, nuestros resultados son respaldados por investigaciones que se realizaron en el Perú, tales como Rivera y Rodríguez (2009), Palomino (2018), Benites et al. (2019), en Lima y, Ramos (2019) en Huacho y Malpartida (2018) en Huánuco; todas, demostraron la existencia de una relación significativa y directa entre las variables medulares del estudio.

El tercer objetivo específico de la investigación, estuvo orientado a comparar las actitudes ambientales, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María. Los resultados mostraron que las puntuaciones de las actitudes ambientales se dan, tanto en hombres (rango promedio: 204.14) como en mujeres (rango promedio: 194.91) por igual (no diferencias; Sig.>.05); es decir, la preocupación y conciencia sobre el cuidado del ambiente, es general e indistinto al sexo de las personas. Lo mismo sucede con respecto a la evaluación de los grupos de edad; para el presente estudio, la edad de los participantes se recodificó en tres grupos iguales (Sig.>.05; rangos promedio: Hasta 24 años=210.27; De 25 a 34=186.60; de 35 a más=195.80); no encontrándose diferencias, estadísticamente notables de las actitudes ambientales, según estos grupos de edad.

Se puede observar que las actitudes ambientales en el distrito de Jesús María, es generalizado, sin distinción de sexo o edad. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis general de trabajo, la cual señalaba: las mujeres y los que tienen más de 25 años, presentan mayores niveles de actitudes ambientales y consumo sostenible.

Es preciso hacer mención que, nuestros resultados, se contradicen con los resultados de una investigación realizada en los Estados Unidos por Czap y Czap (2010),

ya que señaló: las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de participar en actividades ambientales. Es decir, las mujeres muestran mayores evidencias de actitudes ambientales, a comparación de los hombres, en una población estadounidense, mientras los resultados obtenidos en la presente investigación señala que son los hombres quienes evidencia mayores actitudes ambientales respecto de las mujeres..

El cuarto y último objetivo específico de investigación, estuvo orientado a comparar el consumo verde, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María. Los resultados evidenciaron que las puntuaciones de consumo sostenible, se diferencian de manera significativa según el sexo (Sig.=.036) y la edad (Sig.=000) de los habitantes. En este caso, las mujeres (rango promedio=208.12, respecto de los hombres con rango promedio =183.39) y los habitantes más jóvenes (menos de 25 años; rango promedio=230.67), son los que evidencian mayores comportamientos orientados a ejercer un consumo sostenible, seguidos por los que tienen de 25 a 34 años de edad (rango promedio=185.87), quienes presentaron menores evidencias de esta conducta proambientales; y con menor énfasis, en el grupo de personas que tuvieron de 35 a más años de edad (rango promedio=172.89).

Considerando los hallazgos que atendieron a estos dos últimos obtenidos específicos; se tiene que, por un lado, las actitudes ambientales, no tienen distinciones ni por sexo ni por edad, es decir, esta predisposición por el cuidado del ambiente, es común en los habitantes de Jesús María; el problema viene en el momento de ejercer la acción, que, para fines del presente estudio es el consumo sostenible; haciéndose evidente que hay mayor consistencia en la postura de las ciudadanas mujeres, entre las actitudes que tienen con respecto al bienestar ambiental y en la conducta de compra; Asimismo, en el caso de la edad, son los ciudadanos más jóvenes quienes muestran estas consistencia, siendo ellos los que tienden a consumir productos que no dañen el ambiente.

Sobre la base de estos resultados, se acepta la cuarta hipótesis específica de investigación, la cual señala: Las mujeres y los habitantes que tienen menos de 25 años, presentan mayores evidencias de consumo sostenible.

4.2. Conclusiones

Los habitantes del distrito de Jesús María, que se muestran más predispuestos por salvaguardar el bienestar ambiental, tienden a evidenciar mayores prácticas de consumo sostenible.

Los habitantes del distrito de Jesús María, que evidencia actitudes favorables al cuidado del ambiente, tienden a caracterizarse por consumir productos que no son dañinos, dosifican el uso de energía eléctrica, agua y papeles; estos dos últimos, con un añadido de reúso.

Las personas que son conscientes que forman parte de un sistema ecológico y que además, es responsable de la problemática ambiental, y predispone sus acciones no solo en cumplimiento con las normas sino también por una conectividad con la naturaleza; tienden a ejercer un consumo sostenible.

Las actitudes ambientales que tienen los habitantes del distrito de Jesús María, se dan manera indistinta al sexo y la edad; lo cual indica que toda la población tiende a mostrar una preocupación por la problemática ambiental de manera similar.

Las ciudadanas mujeres y los que tienen menos de 25 años, tienden a efectuar consumos sostenibles, comparados con los hombres y los que tienen más edad.

CAPITULO IV: REFERENCIAS

- Abd'Razack, N. T. A., Adeleye, B. M. Medayese, S. O., & Shaibu, S. I. (2017). Habits and benefits of recycling solid waste among households in Kaduna, North West Nigeria. *Sustainable Cities and Society*, 28, 297-306.
- Abreu, C., & Da Silva, E. (2018). Valores materiais e de consumo ecológico: Quais influenciam a intenção de compra? *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(3), 124-142. <https://doi.org/10.12712/rpca.v12i3.13214>
- Alea, A. (2006). Diagnóstico y potenciación de la educación ambiental en jóvenes universitarios.pdf | Percepción | Psicología y ciencia cognitiva. *Scribd*, 6. <https://es.scribd.com/document/352606169/001-Diagnostico-y-potenciacion-de-la-educacion-ambiental-en-jovenes-universitarios-pdf>
- Amérigo, M., García, J. A., & Côrtes, P. L. (2017). Análisis de actitudes y conductas pro-ambientales: un estudio exploratorio con una muestra de estudiantes universitarios brasileños. *Ambiente & Sociedade*, 20(3), 1-20. <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc300r1v2032017>
- ANPE. (2016, agosto 11). *Presentación*. ANPE - PERÚ. <https://www.anpeperu.org/quienes-somos/presentacion>
- Benites Guillena, G., Galindo Mutter, H. K., & Goicochea Paulette, L. (2019). *La influencia de los valores personales y el conocimiento ambiental del consumidor en el comportamiento de compra en los supermercados de Lima Metropolitana* [Tesis de Maestría, ESAN]. <https://repositorio.esan.edu.pe///handle/20.500.12640/1693>

Calderón, A. R., & Soto, J. M. (2016). Escala para la evaluación del consumo verde en la población guanajuatense. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 21(2), 195-201.

Cronbach, L. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (1ra edición). HARPER 81 ROW, PUBLISHERS,.

Czap, N., & Czap, H. (2010). An experimental investigation of revealed environmental concern. *Ecological Economics*, 69(10), 2033-2041.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2010.06.002>

Dangelico, R. M., & Pontrandolfo, P. (2010). From green product definitions and classifications to the Green Option Matrix. *Journal of Cleaner Production*, 18(16), 1608-1628. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2010.07.007>

Gestión, R. (2019, diciembre 15). Minam: Consumo de bolsas de plástico se redujo en mil millones de unidades el 2019. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/minam-consumo-de-bolsas-de-plastico-se-redujo-en-mil-millones-de-unidades-el-2019-noticia/>

INEI. (2018). *REDATAM CENSOS 2017* [Gob]. <https://censos2017.inei.gob.pe/redatam/>

Iurkevych, O. (2011). *College students' attitudes, perceived consumer effectiveness and intention to dine at a green restaurant* [Tesis de Maestría, Kiev National Economic University].
<https://pqdtopen.proquest.com/doc/904137150.html?FMT=AI>

Liao, Z. (2017). Market Orientation and FIRMS' Environmental Innovation: The Moderating Role of Environmental Attitude. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 117-127. <https://doi.org/10.1002/bse.1988>

Lin, S.-T., & Niu, H.-J. (2018). Green consumption: Environmental knowledge, environmental consciousness, social norms, and purchasing behavior. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1679-1688.
<https://doi.org/10.1002/bse.2233>

López, D., & Pelaloza, M. (2016). La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 12 (23), 73-81.

Luyando, J. (2016). Conciencia social y ecológica en el consumo. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 25(47), 302-322.

Malpartida, R. (2018). *Conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica* [Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/3838>

Moreno, H. (2015). La influencia del precio y las estrategias de comunicación visual basadas en simbología cultural sobre la preferencia de marcas ecológicas y consumo sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 77, 168-182. <https://doi.org/10.21158/01208160.n77.2014.822>

Palomino, I. (2018). *Responsabilidad social, ambiental y consumo responsable de teléfonos celulares en los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana entre los 18 y 25 años* [Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú]. <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/4296>

Programa de las Naciones Unidas. (2020). *Objetivo 12: Producción y consumo responsable / El PNUD en Perú*. UNDP.
<https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

Ramos, H. (2019). *Conductas y Actitudes Ambientales para el cuidado del medioambiente en las beneficiarias del programa de Vaso de Leche del distrito de Hualmay-2018*. [Tesis Doctoral, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3026/Haydee%20del%20Rosario%20Ramos%20Pacheco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rivera, M., & Rodriguez Ulloa, C. (2009). Actitudes y comportamientos ambientales en estudiantes de enfermería de una universidad pública del norte del Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 26.

Schubert, F., Solnet, D., Kandampully, J., & Kralj, A. (2010). Exploring Consumer Perceptions of Green Restaurants in the US. *Tourism and Hospitality Research*, 10. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.17>

Suito, J. (2019). *Perú es el país latinoamericano más preocupado por el consumo responsable*. MercadoNegro. <https://www.mercadonegro.pe/marketing/peru-pais-latinoamericano-preocupado-consumo-responsable/>

Theodoropoulou, H., & Zavali, M. (2018). Investigating determinants of green consumption: Evidence from Greece. *Social Responsibility Journal*, 14(4), 719-736.

Verbeke, W., & Vermeir, I. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer “Attitude – Behavioral Intention” Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19, 169-194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>

Whittaker, J. (2006). *La psicología social en el mundo de hoy* (Trillas).

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA					
			Variables	Tipo, diseño y muestra	Instrumento			
¿Cómo se relaciona las actitudes ambientales y el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020?	General	General	Actitudes ambientales <ul style="list-style-type: none"> • Apatía ambiental • Antropocentrismo • Conectividad • Afinidad emocional Consumo sostenible <ul style="list-style-type: none"> • Productos no dañinos al medio ambiente • Ahorro de consumo de agua y reutilización de objeto • Reutilización del agua y el papel 	Tipo y diseño Enfoque cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional, con diseño no experimental de corte transversal.	Técnicas Encuesta mediante cuestionarios estandarizados			
	Determinar la relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible en el distrito de Jesús María, 2020	Se espera encontrar que las actitudes ambientales y el consumo sostenible se correlacionan de manera directa y significativa en el distrito de Jesús María, 2020				Instrumentos Actitudes ambientales [Escala de la preocupación ambiental de Amerigo]		
	Específicos	Específicos					Población Conformada por 51028 personas	
	Determinar la relación entre las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María	Se espera encontrar que las actitudes ambientales y las dimensiones de consumo sostenible, correlacionan de manera directa y significativa.						Muestra Conformada por 382 personas
	Determinar la relación entre el consumo sostenible y las dimensiones de actitudes ambientales, que presentan los habitantes del distrito de Jesús María	Se espera encontrar que el consumo verde y las dimensiones de actitudes ambientales, correlacionan de manera directa y significativa.						
Comparar las actitudes ambientales, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María	Las mujeres, los que tienen más de 25 años y los que alcanzaron estudios superiores, presentan mayores niveles de actitudes ambientales y consumo sostenible.	Consumo sostenible [Escala para la Evaluación del Consumo Verde de Rocha y Martínez]						
Comparar el consumo verde, según el sexo y la edad de los habitantes del distrito de Jesús María	La relación entre consumo sostenible y las dimensiones de actitudes ambientales, se correlacionan de manera directa y significativa							

Anexo 3.2. Cronograma

Actividades	IX Ciclo					X Ciclo			
	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
1. Recopilación de información de actitudes ambientales y consumo sostenible									
Gestión de Antecedentes	x								
Consulta con Asesor	x	x							
Recolección de información	x	x							
2. Ensayos preliminares									
Revisión Sistemática		x	x						
3. Aprobación del plan de tesis				x					
4. Ejecución de la investigación									
Aplicación de los cuestionarios					x	x			
Recolección de datos					x	x			
5. Procesos de información									
Procesamiento de la información						x	x		
Análisis e interpretación de datos								x	
6. Elaboración del documento									
Elaboración de la tesis						x	x		
7. Sustentación de tesis									
Sustentación de tesis y producto final									x

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

INFORMACIÓN SOBRE EL ESTUDIO

ASENTIMIENTO INFORMADO

Reciba un cordial saludo, mi nombre es Daniela CANDELA QUIÑONES, estudiante del último año de la carrera de Ingeniería ambiental en la Universidad Privada del Norte. Actualmente me encuentro elaborando mi tesis orientada a conocer la relación entre las actitudes ambientales y el consumo sostenible. Como parte del proceso, estoy recogiendo información a través de 2 cuestionarios con participación voluntaria y garantizando el anonimato. Le hago saber que, la información persigue fines académicos, nada lucrativo ni comercial. Es preciso decirle que este trabajo está siendo dirigido por el profesor Dr. Víctor CANDELA AYLLÓN, con registro de colegiatura N° 2935 y teléfono 999 64 64 56 (candelavictor24@gmail.com) para cualquier consulta.

Sin otro particular, quedo de usted,

Muy atentamente,

Daniela CANDELA QUIÑONES

TELEF.: 950 044 144

E mail: dcande10@hotmail.es

DATOS DEL PARTICIPANTE

APELLIDOS, Nombres:

Número de celular:

CUESTIONARIO

Por favor, valore sus respuestas seleccionando la alternativa correspondiente. Pero antes, proporcione los siguientes datos

- Sexo: Hombre Mujer
- Edad:

CONTESTA EN FUNCIÓN A LO QUE HABITUALMENTE HACES

		Habitual mente	Alguna veces	Nunca
1	Utilizo los recipientes o papeleras públicas para tirar los papeles			
2	Cuando hay, utilizo los tachos o contenedores públicos para depositar ciertos desechos (vidrio, cartón, papel, pilas)			
3	Me ocupo de darle nuevos usos a las cosas que pueden ser útiles para mí o para otros (ej. muebles, frascos, envases)			
4	Separo la basura según su tipo (vidrios, plásticos, papel, orgánica u otra)			
5	Pongo en práctica medidas domésticas para economizar agua			
6	Uso sistemas de ahorro de energía en el hogar (focos ahorradores, desenchufo artefactos si no se usan)			
7	Me desplazo a pie o en bicicleta dentro de la ciudad			
8	Utilizo el transporte público para desplazarme			
9	Participo en acciones a favor del medio ambiente en lugares públicos (limpieza de playas, parques, plantar árboles)			
10	Si uso productos en aerosol (desodorantes, insecticidas, lacas) prefiero usar otros que dañen menos el ambiente			
11	Evito usar los aparatos eléctricos, más allá de su tiempo de vida, para ahorrar energía			
12	Compro productos marcados como ecológicos, productos no contaminantes para el medio ambiente			
13	Busco productos con envases reciclables o reutilizables			
14	Adquiero y prefiero productos que tengan la menor cantidad de envasados o empaquetados			
15	Llevo mi propia bolsa, canasta o carrito de mercado cuando voy de compras			
16	Evito comprar cosas innecesarias, usualmente sólo compro lo indispensable, aunque tenga el dinero			
17	Prefiero comprar productos locales en lugar de productos importados			
18	Opto por productos locales y típicos de la estación para alimentarme			

SOBRE TU RELACIÓN CON

	MD: Muy en desacuerdo D: En desacuerdo I: Indiferente A: De acuerdo MA: Muy de acuerdo	MD	A	I	D	MD
1	Prefiero depender de mí mismo que de otros					
2	Me valgo de mí mismo la mayor parte del tiempo, casi nunca dependo de otros					
3	Casi siempre hago lo que quiero					
4	Sin importar los demás, mi identidad personal es muy importante para mí					
5	Es importante para mí hacer el trabajo mejor que el de los demás					
6	Ganar es todo para mí.					
7	Competir es la ley de la naturaleza					
8	Cuando otra persona hace las cosas mejor que yo, me pongo tenso					
9	Si un compañero ganara un premio, yo me sentiría orgulloso					
10	El bienestar de mis compañeros es importante para mí					
11	Para mí, placer es pasar tiempo con otros					
12	Me siento bien cuando coopero con los demás					
13	Padres e hijos deberían estar juntos lo más posible					
14	Es mi obligación cuidar a mi familia, incluso si tengo que sacrificar lo que quiero					
15	Las familias deben estar unidas sin importar los sacrificios					
16	Es importante para mí respetar las decisiones que se toman en los grupos a los que pertenezco					

Anexo 4. Resultados del estudio piloto – confiabilidad

Actitudes ambientales

Tabla 10

Análisis de consistencia interna para demostrar la confiabilidad del instrumento que mide Actitudes ambientales.

Dimension	Coefficient McDonald's
Apatía ambiental (APA)	.838
Antropocentrismo (ANT)	.764
Conectividad (CON)	.877
Afinidad emocional (EMO)	.887

Consumo verde

Tabla 11

Análisis de consistencia interna para demostrar la confiabilidad del instrumento que mide Consumo verde.

Dimension	Coefficient McDonald's
F1; Productos no dañinos al medio ambiente	.811
F2: Disminución de energía eléctrica	.860
F3: Ahorro de consumo de agua y reutilización de objetos	.783
F4: Reutilización del agua y el papel	.797

Anexo 5. Base de datos

ID	Edad	Sexo	VAR00001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANTI1	ANTI2	ANTI3	ANTI4	ANTI5	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR00002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE	
1	22	2		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17
2	18	2		5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	3	4	3	3	5	4	5	4	5	5		2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	25	9	18	23	75	4	6	6	5	21	
3	19	2		3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	2		2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	17	16	12	11	56	6	4	6	5	21			
4	30	2		3	2	3	2	2	2	3	1	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5		2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	12	13	22	22	69	5	5	7	4	21		
5	23	2		2	1	2	2	2	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4		3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	2	2	9	21	20	16	66	9	12	6	5	32		
6	23	2		3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	5		1	3	3	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	11	16	18	19	64	7	4	9	6	26		
7	43	1		3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4		2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14	14	21	17	66	7	8	8	6	29		
8	20	2		1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3		2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	5	6	20	16	47	6	8	9	6	29	
9	28	2		3	2	2	4	2	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	13	18	24	25	80	12	15	15	12	54		
10	22	2		3	2	2	3	2	4	3	1	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	12	13	13	17	55	6	9	8	6	29		
11	25	1		2	1	1	1	1	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4		3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	6	20	25	20	71	7	8	9	7	31	
12	32	2		4	2	4	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	23	25	24	87	12	16	16	12	56		
13	21	2		1	1	4	3	1	1	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4		2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	10	14	15	16	55	7	8	11	6	32		
14	41	2		1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	21	25	25	76	10	15	15	12	52			
15	20	2		2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	11	18	20	20	69	7	8	8	6	29			
16	21	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	10	19	20	59	8	8	8	6	30			
17	30	2		1	1	1	1	1	4	1	2	2	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5		4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	5	12	25	24	66	10	13	8	9	40		
18	24	1		2	2	4	3	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	13	21	25	25	84	12	16	16	12	56			
19	30	2		2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5		2	3	3	3	2	2	3	4	4	2	2	4	4	10	13	25	24	72	8	10	12	12	42		
20	33	1		4	1	1	1	1	1	1	1	3	4	5	4	3	4	5	3	3	2	3	3		2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	8	10	21	14	53	8	9	10	9	36		
21	22	2		1	1	1	2	1	4	3	2	3	1	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3		2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	6	13	18	16	53	6	10	10	9	35		
22	35	2		1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	6	9	23	23	61	6	8	8	9	31		
23	26	1		3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	13	17	17	15	62	9	11	11	9	40			
24	27	1		1	2	1	1	2	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5		3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	7	19	25	20	71	8	11	11	6	36		
25	29	1		2	1	1	2	3	2	3	2	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5		3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	9	14	22	24	69	9	11	11	6	37			
26	27	2		2	1	1	1	1	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4		3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	6	13	19	20	58	8	8	8	6	30			
27	25	2		4	1	4	3	1	5	4	5	5	4	4	3	5	3	4	4	5	5	5	4		3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	13	23	19	23	78	8	12	12	8	40				
28	20	2		1	1	3	1	1	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5		3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	7	23	23	25	78	8	12	12	8	40				

ID	Edad	Sexo	VAR0001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANT1	ANT2	ANT3	ANT4	ANT5	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR0002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID.AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE	
1	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17
29	19	2	2	2	4	2	2	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	3	2	4	4		3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	12	20	23	16	71	8	12	12	8	40	
30	34	2	2	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4		2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	9	19	21	20	69	7	10	8	6	31
31	19	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	5	1	5	5	5	5	4	4	4	4		2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	6	8	21	21	56	7	10	8	8	33
32	51	2	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5		2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	5	21	25	22	73	7	10	12	8	37		
33	23	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5		2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	6	8	25	24	63	7	10	12	6	35	
34	27	2	2	1	1	1	1	2	2	2	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	2	2	6	14	24	25	69	12	15	7	6	40	
35	30	1	2	2	2	2	1	1	5	1	4	3	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	9	14	23	19	65	6	8	8	6	28	
36	25	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	13	18	19	66	6	8	8	6	28	
37	21	1	3	1	5	3	2	4	5	5	5	5	5	3	3	2	3	5	3	5	4	5	5		2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	14	24	16	22	76	6	11	10	9	36		
38	22	2	3	1	2	1	1	1	2	1	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5		4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	8	11	20	24	63	12	15	14	9	50		
39	23	2	3	2	1	3	2	1	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3		2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	11	14	13	12	50	6	11	12	9	38		
40	43	1	2	1	2	2	1	2	5	2	5	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4		2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	16	22	20	66	6	6	4	5	21		
41	20	2	1	1	2	2	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	2	4	3	5		2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	9	20	25	16	70	6	9	8	6	29		
42	20	2	1	1	1	2	1	3	2	1	3	4	4	1	1	3	5	5	1	4	5	5		2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	6	13	14	20	53	6	9	9	6	30		
43	25	2	2	2	1	2	1	2	4	1	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4		2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	8	16	21	19	64	6	9	9	6	30	
44	39	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	16	25	25	71	11	12	12	9	44		
45	25	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4		3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	10	9	21	20	60	9	10	9	9	37	
46	31	2	1	1	3	2	2	2	3	1	3	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	9	11	23	25	68	9	9	8	9	35		
47	33	2	1	1	2	1	1	2	5	1	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5		2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	6	16	24	22	68	6	11	11	9	37		
48	35	2	3	1	2	1	1	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	8	22	24	23	77	6	8	8	8	30		
49	24	2	4	2	4	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	12	23	25	25	85	11	15	16	12	54			
50	39	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4		2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	10	16	20	18	64	6	8	9	8	31	
51	21	2	3	2	2	2	2	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4		2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	11	22	20	22	75	6	9	9	8	32		
52	61	2	2	1	1	1	1	2	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	6	17	25	24	72	12	16	14	9	51		
53	59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	10	10	20	20	60	6	9	9	8	32	
54	36	2	1	1	1	1	1	2	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	18	25	25	73	12	16	16	9	53		
55	25	2	1	1	1	1	1	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	20	25	25	75	12	16	16	11	55		
56	26	2	1	1	1	1	1	1	5	1	5	1	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5		2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	5	13	22	23	63	6	9	11	9	35		
57	24	1	5	1	2	2	5	1	5	5	2	2	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5		4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	15	15	22	22	74	12	14	16	11	53		

ID	Edad	Sexo	VAR0001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANT1	ANT2	ANT3	ANT4	ANT5	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR0002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID.AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE	
1	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17
87	27	2	1	1	1	1	3	4	3	2	5	3	3	4	3	5	5	5	3	2	2	3	4		2	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	1	7	17	20	14	58	9	14	12	7	42	
88	32	2	1	1	1	1	1	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	1	5	19	25	25	74	9	12	10	8	39	
89	25	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5		2	2	2	4	3	3	1	2	2	2	4	3	3	1	11	15	20	22	68	6	11	10	7	34	
90	20	2	4	1	4	3	3	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5		2	3	2	4	3	3	2	2	1	2	2	1	1	1	15	19	25	22	81	7	12	7	3	29	
91	20	2	4	1	4	3	3	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5		2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	15	19	25	22	81	8	16	14	9	47	
92	24	2	2	1	2	3	2	1	5	1	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3		2	3	2	4	4	3	2	4	3	2	4	2	1	2	10	13	18	15	56	7	13	13	5	38	
93	20	2	1	1	2	1	2	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5		3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	7	21	24	22	74	10	15	15	10	50	
94	22	2	2	1	1	2	1	5	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5		4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	7	20	22	24	73	12	14	13	10	49	
95	34	1	1	1	2	1	1	1	2	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5		3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	6	15	24	21	66	10	14	16	10	50	
96	21	2	1	1	1	1	1	1	3	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5		3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	16	19	25	65	9	12	14	10	45		
97	43	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	15	15	15	15	60	10	16	14	11	51	
98	35	2	1	1	1	4	5	3	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	12	19	24	25	80	12	14	14	12	52	
99	22	2	1	1	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	10	25	25	25	85	12	16	13	12	53	
100	29	2	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	17	25	25	72	12	16	16	12	56	
101	29	1	5	5	4	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4		4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	20	21	24	23	88	12	14	12	12	50	
102	19	2	2	1	1	1	1	5	3	1	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5		2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	6	17	24	23	70	10	16	14	12	52	
103	25	2	5	5	5	3	3	5	3	1	3	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5		2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21	15	17	25	78	10	16	16	12	54	
104	27	1	5	1	5	5	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	4	4	4	4	4	4	2	1	2	2	1	1	1	17	21	25	25	88	10	16	7	3	36	
105	59	2	5	5	3	1	1	3	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	15	9	25	25	74	8	16	14	6	44	
106	23	1	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4		2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	15	17	20	21	73	8	16	16	7	47		
107	55	1	3	2	1	2	1	1	5	3	5	1	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9	15	22	17	63	12	16	16	12	56		
108	28	2	1	2	2	3	2	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5		2	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	1	1	1	10	24	23	25	82	10	14	13	3	40	
109	26	1	4	3	3	2	3	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4		3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	3	2	1	1	15	21	24	24	84	9	14	11	4	38	
110	27	2	1	1	1	1	1	3	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5		2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	1	5	19	25	24	73	6	10	10	4	30	
111	26	2	3	1	3	1	1	1	5	1	1	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5		3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	9	12	20	23	64	7	8	9	3	27	
112	34	1	1	2	1	5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	4	10	21	22	25	78	12	13	15	11	51	
113	18	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	16	17	15	16	64	9	12	11	9	41		
114	23	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	17	20	20	20	77	7	8	9	7	31		
115	28	1	1	1	1	1	1	1	5	1	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	5	15	25	24	69	3	4	6	4	17	

ID	Edad	Sexo	VAR0001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANT1	ANT2	ANT3	ANT4	ANT5	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR0002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID.AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE	
1	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17
174	19	2	2	2	5	2	1	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5		2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	12	21	20	25	78	5	9	11	4	29	
175	27	1	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4		2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	13	12	14	17	56	5	9	11	4	29	
176	62	1	2	1	2	1	1	2	5	2	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4		2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2	7	16	22	20	65	7	12	13	6	38		
177	28	1	2	2	2	1	1	1	4	1	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4		2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	1	2	8	12	18	19	57	6	16	14	5	41	
178	22	2	2	2	3	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4		2	4	3	4	2	2	1	4	4	1	4	1	1	12	22	20	20	74	9	9	13	3	34		
179	22	1	3	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4		2	3	2	4	4	4	4	4	2	2	3	2	1	1	12	18	18	21	69	7	16	11	4	38	
180	30	1	1	1	3	2	4	3	1	1	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5		2	2	3	4	4	4	1	4	4	3	4	2	1	4	11	12	25	23	71	7	13	15	7	42	
181	20	1	1	1	5	5	5	1	5	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3		4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	17	16	25	21	79	10	15	15	6	46		
182	41	1	3	4	4	4	2	1	2	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5		2	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	17	6	25	21	69	8	14	15	7	44				
183	22	1	3	2	2	2	2	3	1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5		3	2	2	4	1	4	3	3	2	2	4	2	1	1	11	19	20	25	75	7	12	11	4	34	
184	21	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		2	3	2	3	3	2	1	3	1	3	4	3	2	4	5	5	5	5	20	7	9	11	9	36	
185	18	2	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	1	2	2	10	5	5	5	25	8	10	11	5	34	
186	19	2	3	1	2	1	3	3	4	4	1	2	3	4	4	3	5	2	4	5	3	4		2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	10	14	19	18	61	6	15	16	6	43		
187	19	2	3	2	4	3	3	2	3	1	2	2	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4		4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	2	4	15	10	21	17	63	10	10	16	10	46	
188	20	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4		2	3	1	3	3	4	2	3	2	2	3	2	1	1	20	20	21	22	83	6	12	10	4	32	
189	22	1	3	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4		3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	3	12	18	18	21	69	10	15	16	6	47	
190	19	2	2	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	8	20	23	25	76	7	11	9	3	30	
191	25	1	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	18	23	15	76	12	16	16	12	56		
192	26	2	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4	1	1	1	21	23	25	25	94	7	12	11	3	33	
193	24	1	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3		2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	13	16	19	15	63	6	10	12	5	33		
194	27	2	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4		4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	2	2	7	8	25	22	62	12	15	13	6	46	
195	21	1	3	1	3	3	3	5	3	3	3	3	5	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4		2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	1	2	13	19	19	18	69	8	16	14	6	44		
196	42	2	3	1	1	1	4	3	5	3	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5		3	3	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	2	10	19	22	24	75	10	13	10	6	39	
197	76	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	1	25	25	25	25	##	12	15	15	8	50	
198	42	1	1	1	3	1	2	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7	17	24	18	66	6	8	8	6	28		
199	75	2	1	1	2	1	2	3	4	2	3	3	5	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4		2	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	2	1	1	7	15	23	17	62	9	15	11	4	39	
200	24	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5		2	2	2	4	4	4	3	4	4	2	4	1	1	15	15	15	17	62	6	15	14	3	38		
201	53	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3		2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	15	14	17	17	63	7	11	11	4	33		
202	72	1	1	1	3	1	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5		3	3	2	4	4	2	1	2	4	2	2	1	1	10	16	19	23	68	8	11	10	3	32		

ID	Edad	Sexo	VAR0001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANT1	ANT2	ANT3	ANT4	ANT5	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR0002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID.AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE		
1	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17
232	23	2	2	2	2	1	1	2	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4		2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	6	37		
233	38	1	2	2	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	11	25	25	25	86	5	9	11	4	29		
234	65	2	2	1	2	2	1	3	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4		2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	8	19	21	18	66	5	9	11	4	29		
235	22	2	2	2	2	2	2	1	1	1	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4		2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2	10	10	21	20	61	7	12	13	6	38		
236	23	2	1	1	5	1	1	5	5	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5		2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	1	2	9	15	25	23	72	6	16	14	5	41		
237	33	1	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4		2	4	3	4	2	2	1	4	4	1	4	1	1	1	16	19	18	17	70	9	9	13	3	34		
238	62	1	2	1	2	1	1	3	3	2	3	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5		2	3	2	4	4	4	4	4	2	2	3	2	1	1	7	12	20	24	63	7	16	11	4	38		
239	18	2	2	1	4	1	1	2	5	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5		2	2	3	4	4	4	1	4	4	3	4	2	1	4	9	17	22	24	72	7	13	15	7	42		
240	21	1	4	1	2	2	1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4		4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	10	16	16	20	62	10	15	15	6	46		
241	30	1	2	1	1	1	2	3	3	1	2	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4		2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	2	7	10	17	20	54	8	14	15	7	44		
242	19	1	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4		3	2	2	4	1	4	3	3	2	2	4	2	1	1	22	22	20	21	85	7	12	11	4	34		
243	50	1	4	1	1	1	1	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4		2	3	2	3	3	2	1	3	1	3	4	3	2	4	8	15	21	20	64	7	9	11	9	36		
244	25	2	2	2	3	1	2	2	1	2	1	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4		2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	10	9	19	18	56	8	10	11	5	34			
245	53	2	3	2	4	4	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4		2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	14	5	15	19	53	6	15	16	6	43		
246	51	1	1	1	1	3	2	1	3	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	2	4	8	15	24	25	72	10	10	16	10	46		
247	52	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		2	3	1	3	3	4	2	3	2	2	3	2	1	1	10	12	20	20	62	6	12	10	4	32		
248	18	2	1	1	1	1	1	3	3	3	5	3	3	4	1	5	5	4	5	5	5	5	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	5	17	18	22	62	9	12	12	6	39		
249	18	2	3	3	4	4	4	5	3	4	3	5	2	4	4	2	4	5	4	4	3	3		2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	18	20	16	19	73	7	11	9	3	30			
250	25	2	1	1	3	3	2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4		4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	10	23	22	18	73	10	12	12	12	46			
251	21	2	2	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	1	1	1	6	25	25	25	81	8	16	12	3	39		
252	25	2	1	1	1	1	2	1	2	1	3	1	4	3	2	2	3	5	5	5	5	5	5		2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	2	6	8	14	25	53	6	10	12	5	33		
253	56	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	5	13	25	25	68	10	12	11	6	39			
254	33	2	3	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	10	5	25	25	65	7	12	12	6	37			
255	43	2	5	5	5	4	4	4	5	2	5	5	3	3	5	3	5	4	4	3	3	3		3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	23	21	19	17	80	9	11	10	6	36			
256	67	2	5	5	5	5	1	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5		4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	21	19	20	22	82	10	12	12	8	42			
257	23	1	1	1	2	1	1	1	5	1	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	6	10	12	13	41	6	8	8	6	28			
258	21	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	5		2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	1	1	8	7	19	23	57	8	12	10	4	34		
259	41	2	2	5	1	1	1	1	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	10	14	25	25	74	6	12	11	3	32		
260	26	2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5		2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	24	22	22	24	92	7	11	11	4	33		

ID	Edad	Sexo	VAR0001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANT11	ANT12	ANT13	ANT14	ANT15	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR0002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID.AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE		
1	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17
290	25	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	15	15	15	15	60	9	11	11	9	40	
291	26	2	3	1	3	1	2	3	4	2	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5		2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	10	17	21	25	73	8	16	16	7	47		
292	24	1	4	1	5	1	1	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5		2	1	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	1	1	12	21	24	23	80	5	10	14	4	33		
293	53	2	1	1	1	1	1	1	5	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	1	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	1	1	5	14	25	25	69	5	10	14	4	33		
294	64	1	3	2	3	3	2	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	13	22	24	25	84	8	16	16	7	47			
295	60	2	3	1	2	2	2	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	1	2	10	21	24	25	80	6	16	14	5	41		
296	19	2	5	1	1	1	3	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	4	4	4	2	2	1	4	4	1	4	1	1	1	11	19	25	25	80	10	9	13	3	35		
297	24	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3		2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	10	10	14	15	49	7	12	10	4	33		
298	25	2	2	2	3	1	1	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	1	4	9	16	15	15	55	7	10	12	7	36		
299	29	2	1	1	1	3	1	5	5	1	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	7	19	21	21	68	12	16	16	6	50			
300	20	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	2	7	7	5	5	24	3	6	6	4	19		
301	42	2	1	2	1	1	1	1	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	1	3		3	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	1	1	6	15	25	15	61	7	10	10	4	31		
302	20	2	3	2	3	2	2	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3		2	4	2	4	4	2	1	4	1	4	4	4	2	4	12	22	16	20	70	8	11	13	10	42			
303	24	2	1	1	2	1	1	5	4	2	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4		2	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	1	2	2	6	18	25	20	69	10	12	14	5	41		
304	45	1	2	2	2	2	2	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4		2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	10	18	21	18	67	6	16	16	6	44		
305	19	2	3	2	4	3	2	2	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4		4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	14	20	22	19	75	12	12	16	10	50		
306	20	2	1	1	1	2	1	3	1	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	4	1	4	4	4	2	4	2	2	4	2	1	1	6	14	25	25	70	7	14	12	4	37		
307	38	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	5	25	25	25	80	12	16	16	7	51		
308	39	2	4	1	4	1	1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5		2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	11	25	21	24	81	8	14	10	3	35		
309	22	2	1	2	1	1	1	4	3	4	4	1	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	16	25	19	66	12	16	16	12	56			
310	26	1	3	3	4	3	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5		2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	1	1	1	15	23	25	23	86	8	16	12	3	39		
311	50	1	1	1	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	2	3	2	4	4		2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	2	1	2	13	23	20	15	71	6	12	16	5	39			
312	24	1	5	1	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	13	21	25	25	84	12	16	14	6	48		
313	19	2	3	2	4	3	2	2	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4		2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	14	20	22	19	75	8	16	16	7	47			
314	49	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	5	9	25	25	64	12	14	12	6	44		
315	23	2	2	2	2	1	1	2	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	8	19	23	19	69	12	16	16	9	53			
316	26	1	5	1	1	1	1	2	3	2	1	2	4	1	4	5	5	5	5	5	3	5	5		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	9	10	19	23	61	6	8	8	6	28			
317	27	1	2	2	2	2	1	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5		2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	1	1	9	20	21	23	73	10	16	13	4	43		
318	40	2	2	2	2	2	2	4	4	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5		2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	1	1	1	10	19	20	21	70	6	16	14	3	39			

ID	Edad	Sexo	VAR0001	APA1	APA2	APA3	APA4	APA5	ANT1	ANT2	ANT3	ANT4	ANT5	CON1	CON2	CON3	CON4	CON5	EMO1	EMO2	EMO3	EMO4	EMO5	VAR0002	F1.1	F1.2	F1.3	F1.4	F1.5	F1.6	F1.7	F1.8	F1.9	F1.10	F1.11	F1.12	F1.13	F1.14	APA	ANT	CON	EMO	ACTID.AMBIENT	F1.CV	F2.CV	F3.CV	F4.CV	CONS.VERDE		
1	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	15	15	15	15	60	3	4	4	6	17	
319	38	2	2	1	2	2	2	3	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4		2	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	9	16	22	22	69	8	14	14	4	40
320	20	1	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3		3	3	2	3	3	2	1	2	3	2	2	1	1	1	14	19	18	17	68	8	9	9	3	29		
321	67	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1		1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	8	5	6	6	25	4	5	5	4	18		
322	22	2	2	2	2	2	1	4	5	2	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	9	18	24	24	75	12	16	16	4	48		
323	22	2	2	2	2	2	1	4	5	2	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5		2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	1	1	9	18	24	24	75	8	14	14	6	42		
324	27	1	3	1	3	3	2	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5		4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	4	4	2	1	12	16	20	22	70	12	16	13	7	48		
325	58	2	2	2	4	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	2	4	4	4	1	2	2	2	4	4	1	1	13	21	24	25	83	6	13	10	6	35		
326	68	1	2	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5		2	4	2	4	4	4	2	2	1	2	2	1	1	10	13	20	20	63	8	14	7	3	32			
327	26	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4		2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	11	12	19	16	58	10	16	14	9	49			
328	18	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3		2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	1	2	18	17	18	19	72	8	14	14	5	41		
329	28	2	1	4	5	3	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	14	23	25	25	87	12	16	16	10	54			
330	20	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3		2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	1	15	15	20	17	67	6	10	11	4	31		
331	30	1	3	1	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4		3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	13	18	21	20	72	8	11	12	6	37			
332	30	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	6	6	14	19	45	9	12	12	4	37			
333	46	1	3	1	1	1	1	3	1	3	3	2	3	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5		3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	7	12	23	17	59	8	11	12	7	38			
334	41	1	3	4	4	4	2	1	2	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5		2	1	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	1	1	17	6	25	21	69	5	10	14	4	33		
335	33	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	3	3	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5		4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	1	4	6	8	21	22	57	12	14	13	9	48			
336	23	2	2	2	1	1	2	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4		4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	8	19	23	19	69	8	16	14	6	44			
337	46	1	2	1	1	1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4		4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	1	6	18	20	17	61	8	8	10	3	29			
338	47	2	2	2	1	2	2	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4	9	17	24	25	75	6	16	12	8	42			
339	47	2	2	2	1	2	2	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9	17	24	25	75	6	16	16	12	50			
340	22	2	1	2	1	1	1	4	3	4	4	1	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	16	25	19	66	12	16	16	12	56			
341	26	1	3	3	4	3	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5		2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	1	1	1	15	23	25	23	86	8	16	12	3	39			
342	50	1	1	1	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	2	3	2	4	4		2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	2	1	2	13	23	20	15	71	6	12	16	5	39			
343	24	1	5	1	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	13	21	25	25	84	12	16	14	6	48			
344	19	2	3	2	4	3	2	2	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4		2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	14	20	22	19	75	8	16	16	7	47			
345	49	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	5	9	25	25	64	12	14	12	6	44			
346	23	2	2	2	2	1	1	2	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	8	19	23	19	69	12	16	16	9	53				
347	26	1	5	1	1	1	1	2	3	2	1	2	4	1	4	5	5	5	5	5	3	5	5		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	9	10	19	23	61	6	8	8	6	28				

