

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



Contaminación auditiva y su influencia en la experiencia emocional
turística de los turistas del destino Chiclayo 2023

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS

AUTOR

Susana Nicole Miranda Vega

ASESOR

Shirley Ysabel Mantilla Gallardo

<https://orcid.org/0000-0002-9854-4596>

Chiclayo, 2024

**Contaminación auditiva y su influencia en la experiencia emocional
turística de los turistas del destino Chiclayo 2023**

PRESENTADA POR
Susana Nicole Miranda Vega

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE
SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADA POR

Franklin Cordova Buiza
PRESIDENTE

Fanny Mabel Manay Guadalupe
SECRETARIO

Shirley Ysabel Mantilla Gallardo
VOCAL

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, en especial a mi hermana Leslie, quien me ha acompañado siempre en las buenas, las malas y las peores. Gracias por estresarte conmigo cuando se acercaban los trabajos finales y cuando tocaba elegir horario. Te quiero a pesar de lo rabiosa que eres.

A Male (sí, también la menciono acá) por no solo estar presente durante la etapa universitaria, es mi mejor amiga, el aguay de mi fress (chiste interno), que me ha acompañado desde secundaria. A veces me hace enojar pero más me hace reír.

Agradecimientos

A mis “ratones”: Male, Dani, Josué y Rafa, por acompañarme durante esta etapa universitaria, con quienes he compartido chismes, estrés y risas.

A Lourdes y a Miriam por estar siempre en contacto, por comprender mis ausencias y alegrarse por mis logros a pesar de estar en carreras distintas.

A mi asesora de tesis por su apoyo y orientación. No solo ha sido una mentora importante si no también una persona a la que le puedo compartir anécdotas.

Y a cierta profesora ARMY (Shirley), por ser esencial en el aprendizaje que he obtenido. Aprecio nuestras conversaciones y su disposición a escuchar

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%	2%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	perso.univ-lyon2.fr Fuente de Internet	<1%
2	theibfr.com Fuente de Internet	<1%
3	www.es-asi.com.ar Fuente de Internet	<1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
5	mecanica.uniandes.edu.co Fuente de Internet	<1%
6	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
7	zegary-dzwony.pl Fuente de Internet	<1%
8	www.lareferencia.info Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
10	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1%
11	ciat-library.ciat.cgiar.org Fuente de Internet	<1%
12	www.etxebide.info Fuente de Internet	<1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de literatura	9
Materiales y métodos	11
Resultados y discusión	18
Conclusiones	33
Recomendaciones	33
Referencias	34
Anexos	37

Resumen

La contaminación auditiva afecta a la salud y el estado de ánimo de las personas, asimismo, también puede llegar a afectar la percepción sobre un destino, por los mismos efectos que puede tener en el ser humano.

Esta investigación tiene como principal objetivo establecer como influye la contaminación auditiva, evidenciada en distintos puntos de la ciudad, en la experiencia emocional del turista del destino Chiclayo. La investigación sigue un enfoque cuantitativo, con un nivel explicativo-descriptivo de tipo básico y un diseño no experimental transversal. La población de estudio consistió en los turistas que visitaron la ciudad de Chiclayo. Se compiló información de un total de 385 personas. El método de muestreo empleado fue probabilístico aleatorio simple.

Mediante encuestas se obtuvieron los datos necesarios para la investigación usando un cuestionario como instrumento.

Entre los resultados más resaltantes del estudio se obtuvo que los turistas perciben un nivel moderado de contaminación auditiva en Chiclayo. Asimismo, experimentan emociones positivas con intensidad mediana durante su estancia en el destino turístico.

Palabras clave: Contaminación Auditiva, Ruidos, Turistas, Experiencia Emocional.

Código JEL: Q53, L83, I31

Abstract

Noise pollution impacts both people's health and mood, and it can also affect their perception of a destination due to its effects.

The main objective of this research is to establish how noise pollution, evident in various parts of the city, influences the emotional experience of tourists in the destination of Chiclayo. The research follows a quantitative approach, with an explanatory-descriptive level of a basic and non-experimental cross-sectional design. The study population consisted of tourists who visited the city of Chiclayo. Information was collected from a total of 385 individuals. The sampling method employed was simple random probabilistic sampling.

Necessary data for the research were obtained through surveys using a questionnaire as the instrument.

Among the main results of the study, it was found that tourists perceive a moderate level of noise pollution in Chiclayo. Furthermore, they experience positive emotions with moderate intensity during their stay at the tourist destination.

Keywords: Noise pollution, Noises, Tourists, Emotional Experience

Introducción

La contaminación ambiental es un tema que en las últimas décadas ha tenido considerable relevancia, debido a los impactos que esta tiene. Yang, Zhang, & Fu. (2022) mencionan que, la contaminación, especialmente la del aire, implica peligros en la salud de los turistas y que ello puede poner en peligro la imagen positiva del destino, así mismo también tiene grandes alcances en la experiencia turística. De la misma forma, el ruido afecta tanto a los residentes como al turista extranjero durante su permanencia en un destino, puesto que, si bien algunos hoteles cuentan con protección para los sonidos fuertes, fuera del hotel se encuentran expuestos a ruidos que no permiten disfrutar correctamente del destino (Llado, 2022). La Asamblea Médica Mundial (2022) señala que, la contaminación auditiva no solo produce efectos negativos en la audición, sino que también en el ámbito psicológico, puesto que “el ruido es un factor estresante, una carga mayor para el cuerpo que produce un mayor consumo de energía y más desgaste”. Asimismo, menciona que este “puede llegar a afectar a la comunicación oral, el sueño y el rendimiento”. El principal efecto que tiene el ruido en el ámbito psicológico es el estrés, y que el ruido puede incluso llegar a tener relación con enfermedades en las que el estrés es un factor importante.

Wang et al. (2021) y Yu et al. (2021) mencionan que, la contaminación, específicamente la calidad del aire y el clima, tiene repercusiones en la experiencia emocional turística y en su respuesta emocional, puesto que se encuentra relacionada con la percepción del turista y sus emociones, afectándoles negativamente. Sin embargo, poco se habla acerca que, la contaminación auditiva puede llegar a tener este mismo impacto

En el contexto nacional, en un informe denominado “Lineamientos para la elaboración de planes de acción para la prevención y control de la contaminación auditiva” identifica entre los orígenes del ruido en el Perú a “los medios de transporte, bares, discotecas, talleres menores, centros de espectáculo y esparcimiento, entre otros” (Ministerio de Ambiente [Minan], 2021).

Por otro lado, durante la pandemia ocurrida el 2020, la Municipalidad de Lima publicó un informe donde evidenciaba que los niveles de ruido ambiental se redujeron durante la emergencia sanitaria, debido a que sus principales fuentes de contaminación auditiva fueron interrumpidas por la inmovilización social, ocasionando con esto que por primera vez en varios años se cumplan los estándares de calidad ambiental para el ruido.

Adicionalmente, la pandemia no solo permitió una disminución de ruido en la cuarentena, ya que, como menciona Velázquez en el informe “La nueva era del turismo: de la experiencia a las emociones” publicado en 2022, esta pandemia nos ha enfrentado a nuevos paradigmas, cambiando la forma en la que viajan los turistas, ya que si bien es cierto, el COVID 19 no les impedirá que realicen un viaje, se encontrarán más enfocados en sus emociones en lugar de la experiencia en el momento de tomar una decisión sobre donde van a hospedarse, en donde se transportarán, lugares que visitarán, etc.

En la presente investigación, se ha tomado en cuenta a Chiclayo, donde se presentan varias fuentes de contaminación ambiental, entre las cuales se encuentra la contaminación auditiva. De acuerdo con una noticia publicada por RPP en 2016, se identificaron 15 puntos críticos con ruidos molestos, entre los cuales se encontraban calles como Sáenz Peña y Bolognesi, así como también puntos cercanos a lugares concurridos como el Banco de la Nación y el terminal Epsel. Como se aprecia, este es un problema que está presente en el día a día de los residentes de Chiclayo y también afectaría a los turistas que visitan esta ciudad, perjudicando no solo su salud física, sino también emocional, con lo cual haría que acorde a sus emociones, no consideren a Chiclayo como una ciudad a la cual tengan intención de recomendar como destino.

Por todo lo anterior mencionado, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo influye la contaminación auditiva en la experiencia emocional turística del turista del destino Chiclayo 2023?

El propósito de la presente investigación es identificar cómo la contaminación auditiva que se puede evidenciar en distintos puntos de Chiclayo afecta emocionalmente al turista y a su experiencia en el destino. Así mismo, posteriormente a ejecutarse dejará un documento útil buscando incrementar el conocimiento que se tiene sobre este tema, puesto que si bien existen investigaciones sobre cómo la contaminación afecta al turismo (Wang et al. 2021, Yu et al. 2021, Yang, Zhang, & Fu. 2022), son pocas las investigaciones de cómo la contaminación auditiva impacta en la experiencia del turista, menores aún son las que mencionan el aspecto emocional. De este modo, esta información puede servir como herramienta para concientizar a la población de Chiclayo y así evitar ruidos desagradables que le puedan provocar daños emocionales en el turista e incluso en ellos mismos.

Se planteó como objetivo principal establecer cómo influye la contaminación auditiva en la experiencia emocional turística del turista del destino Chiclayo 2023 para ello se propuso analizar el nivel de contaminación auditiva, identificar la experiencia emocional turística desde la perspectiva de los turistas del destino Chiclayo y determinar si las dimensiones del ruido influyen en la experiencia emocional turística.

Revisión de literatura

A pesar de la información que se tiene sobre la influencia del ruido sobre la salud de las personas, hay poca información sobre la percepción del ruido en América Latina (Romo et al., 2010). La contaminación auditiva, si bien puede estar presente en cualquier ambiente, se encuentra principalmente en ambientes urbanos, que pueden llegar a afectar el bienestar de las personas que en ellas viven (Chiarini et al., 2020), estos ruidos son provenientes del tráfico, discusiones y fiestas nocturnas (Martins et al., 2021), generalmente en exterior de las viviendas en el día (Romo et al., 2017) o provenientes de conversaciones, pisadas y máquinas como lo son los elevadores, siendo parte de los ruidos que se pueden encontrar dentro de los edificios (Ay y Gunay., 2019) y deja consecuencias en la salud humana, pero principalmente una larga exposición afecta la concentración, y genera dolores de cabeza y cuello, fatiga, estrés, cansancio y agresividad (Castillo et al., 2020; Infante y Pérez, 2021; Quispe et al., 2021). Así mismo, esta contaminación auditiva puede llegar a causar problemas en la salud mental de las personas, llegando las personas a padecer de depresión y de una mala calidad de sueño (Eze et al., 2020; Sygna et al., 2014). Muchas veces las personas las cuales producen el ruido ignoran los efectos que tiene este sobre la salud de los demás, sin embargo, la población y autoridades que, si tienen conocimiento de estos, no proponen alternativas que solucionen el problema ni ponen de su parte en la protección de la salud de los demás (Sueldo et al., 2019).

Esta contaminación es algo que se toma muy en cuenta al hacer decisiones sobre donde vivir, trabajar o inclusive hacia donde viajar (Florian et al., 2022) o cómo viajar, ya que dentro de los distintos medios de transporte existe contaminación auditiva la cual influirá no solo en su vida si no también la satisfacción de su viaje (Ma et al., 2021). Este impacto de la contaminación en la salud del turista es negativo cuando hay un alto índice de contaminación y cuando el turista llega desde un lugar con menor contaminación. (Yang et al., 2022; Wang et al., 2021). Existen investigaciones que demuestran el impacto que tiene la contaminación auditiva en los destinos turísticos, mayormente teniendo un efecto negativo en el turista el cual tiene que tomar otras rutas para mantenerse alejado de la fuente del ruido, especialmente si este tiene un volumen alto, pudiendo provocar incomodidad (Çakir et al., 2018). Sin embargo, existen también varios estudios que demuestran que el turismo es quien provoca esa misma contaminación auditiva (Latip et al., 2020).

Las emociones son un factor importante para que el turista se sienta satisfecho con el destino visitado y que posteriormente lo puedan recomendar a otras personas, siendo las emociones la Alegría, Amor y Sorpresa Positiva (Hosany y Gilbert, 2009). Estas emociones son importantes al incrementar la competitividad de un destino ya que actualmente los turistas buscan estas experiencias emocionales (Hernández et al., 2015).

Contaminación Auditiva

La contaminación es cualquier agente que sea perjudicial para los seres vivos (Conde., 2013 citado por Palacios y Moreno., 2022). El comportamiento humano causa esta contaminación, afectando irreversiblemente al medio ambiente y que termina afectando nuestra salud (MINAM., 2021). Este ruido proviene de distintas fuentes, tales como lo son el ruido proveniente de aeronaves, del tráfico, ruido dentro de vehículos, en sitios de construcción y ruidos domésticos (Mohamed et al., 2021). A los efectos que tienen los sonidos en un volumen desmedido en la salud de la persona se les denomina contaminación acústica, siendo importante en esta tanto el nivel de ruido como el tiempo de exposición a este. Esta contaminación tiene un impacto muy significativo ya que el ruido es captado por el oído, lo cual puede llegar a afectar al sistema nervioso debido a su participación en la percepción sonora (Pérez., 2021).

Este problema se llega a intensificar en los países en vías de desarrollo y dejan 4 consecuencias principales en la salud: problemas físicos, pérdida de audición, problemas psicológicos y del desempeño (Muñoz et al., 2021). Específicamente dentro del ámbito laboral, una buena audición puede ayudar a evitar accidentes, caso contrario a la presencia de ruidos molestos, los cuales además de poder provocar accidentes, reduce el desempeño de los trabajadores (Hernández et al., 2019).

Experiencia Emocional Turística

La experiencia turística puede ser definida como un “estado mental subjetivo” que es experimentada por los participantes de actividades turísticas o de ocio (Otto y Ritchie, 1996) es captada de distinta forma por los viajeros, esta inicia cuando inician su viaje y termina cuando regresan a su lugar de origen (Rivera., 2013). Una dimensión importante dentro de la experiencia son las emociones (Tung y Ritchie, 2011, como se cita en Rivera, 2013), siendo este un componente que no solo es importante en el turismo, si no para cualquier experiencia de consumo (Del Bosque y San Martín, 2008, citados por Dominguez-Quintero et al., 2019), ya que estas influyen en como procesamos nuestras experiencias en un lugar, afectando la creación de recuerdos duraderos, en nuestro comportamiento y decisiones futuras de viaje (Volo, 2017, citados por Dominguez-Quintero et al., 2019). La experiencia emocional juega un papel importante ya que estas se encuentran relacionadas con la intención que se tiene de recomendar y volver a visitar un lugar (Yang et al., 2020)

Wang et al. (2021), mencionado con anterioridad, en su investigación realizó un estudio de los efectos de la contaminación (o mala calidad del aire) en la experiencia emocional de los turistas en China, demostrando que este tipo de contaminación afecta de manera negativa al estado emocional de los turistas. Del mismo modo la contaminación auditiva podría influir en la experiencia emocional del turista que visita Chiclayo.

Por lo anterior expuesto, se propuso la hipótesis:

H1: La contaminación auditiva en Chiclayo influye de manera negativa en la experiencia emocional turística.

Materiales y métodos

Se trabajó bajo un enfoque cuantitativo con el fin de medir la influencia de la contaminación auditiva en la experiencia emocional de los turistas nacionales e internacionales que visitaron Chiclayo, el tipo de investigación fue básica ya que se quiere aumentar el conocimiento de este tema y conocer la influencia de la variable independiente en la dependiente. De igual manera, el nivel de investigación fue explicativa descriptiva. En relación con su diseño, este fue no experimental de corte transversal.

La población de estudio para esta investigación estuvo conformada por los turistas que visitan la ciudad de Chiclayo, siendo estos tanto turistas nacionales e internacionales. No existe una cifra exacta de turistas nacionales y extranjeros que visiten Chiclayo por lo que, la población fue infinita. La muestra, aplicando la fórmula para la población infinita fue de un total de 385 personas y el muestreo utilizado fue probabilístico aleatorio simple. Para hallar la muestra se hizo uso de la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Donde:

- n= Muestra
- Z= Nivel de confianza
- p= Probabilidad= 0.5
- q= Proporción que no cumple con el criterio de la población= 0.5
- e= Margen de error= 0.05

Con el fin de tener una mejor comprensión de las variables y sus dimensiones, se elaboró un cuadro de operacionalización de las variables. La primera variable de Contaminación Acústica es definida por Ay y Gunay (2019) como todo aquel sonido mayor a 75 dB, en los lugares turísticos esta contaminación es originada mayormente por los vehículos, lugares de entretenimiento, obras de construcción y también debido a la concentración turística en esas zonas (Çakir et al.,2018), cuenta con 3 dimensiones, siendo estos los ruidos externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte; los ruidos externos provenientes de actividades humanas y como ultima dimensión se tiene a los ruidos en espacios internos que se perciben. La segunda variable de Experiencia Emocional es descrita por Hosany y Gilbert (2019) como aquella que es de un alto valor para el turista, ya que las emociones cumplen un rol importante en la motivación y toma de decisiones del turista (Yang et al, 2020) y tiene un significado importante para su satisfacción. (Wang et al., 2021). Divide las emociones en 3 dimensiones, las emociones de amor, las emociones de alegría y las emociones de sorpresa positiva.

Tabla 1

Operacionalización de las variable contaminación auditiva y experiencia emocional turística

<i>Variable</i>	<i>Definición de la variable</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Técnica e instrumentos</i>
<i>Contaminación auditiva</i>		<i>Ruidos externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte</i>		<i>Encuesta con un cuestionario de 26 reactivos, de los cuales se eliminaron 4 luego del análisis factorial exploratorio</i>
		<i>Ruidos externos provenientes de actividades humanas</i>		
		<i>Ruidos en espacios internos</i>		
<i>Experiencia emocional turística</i>		<i>Amor</i>		<i>Encuesta con un cuestionario de 16 reactivos para medir la variable experiencia emocional turística</i>
		<i>Sorpresa</i>		
		<i>Alegría positiva</i>		

La técnica utilizada en la investigación fue la encuesta, la cual estuvo compuesta por 42 preguntas, de las cuales 26 pertenecen a la variable de Contaminación Auditiva y 16 son parte de la variable de Experiencia Emocional. Este cuestionario se basó en 2 artículos base para ser creado, siendo Ay y Gunay (2019) los autores para el artículo base de Contaminación Auditiva, y Hosany y Gilbert (2009) quienes plantearon el modelo para las preguntas sobre Experiencia Emocional. En las preguntas planteadas para ambas variables se utilizó una escala de Likert del 1 al 5. Con respecto a la variable de Contaminación Auditiva se plantearon 26 preguntas acerca de la frecuencia con la que los turistas perciben los ruidos de acuerdo a sus diferentes fuentes. Para el caso de la variable Experiencia Emocional, las dos primeras preguntas tratan sobre los sentimientos percibidos hacia el destino y su experiencia en él, mientras que las otras 14 indagan acerca de las emociones percibidas en el destino. El cuestionario fue presentado tanto en español como en inglés. Este cuestionario ha cumplido con los procesos de validez y confianza, pasando por un proceso de validez del contenido por 3 expertos, los cuales tras haber revisado los items del cuestionario consideraron este como aplicable y posteriormente se aplicó a la muestra de 385 personas a través de un cuestionario, utilizando el formulario de Google Drive.

Procedimiento

La presente investigación tiene al cuestionario como instrumento de medición, al cual para su elaboración se ha operativizado las variables de contaminación ambiental, que cuenta con las dimensiones de ruidos externos y ruidos internos, y experiencia emocional turística, con las dimensiones de Amor, Alegría y Sorpresa Positiva. Sin embargo, antes de ser aplicado el cuestionario, se tuvo que aprobar los criterios de validez y confianza, con respecto al criterio

de validez por juicio de expertos se obtuvo que el instrumento mide las variables de estudio según las teorías y consideraron que las preguntas se encontraban relacionadas a lo que se quiere medir. Para la confiabilidad se ha dividido en 3 etapas, en la primera etapa se realizó

Items	Escala original	Escala Depurada
Dimensión Ruidos externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte		
Ruidos en la ruta	✓	
Ruido de aviones	✓	
Ruido cerca al aeropuerto	✓	✓
Ruidos producidos por vehículos de carga industrial	✓	✓
Ruidos producidos por maquinaria	✓	✓
Ruidos en sitios de construcción	✓	✓
Ruidos por maquinaria de construcción	✓	✓
Ruidos de trabajos de construcción	✓	✓
Dimensión Ruidos externos provenientes de actividades humanas		

una prueba cuyos resultados evidenciaron que hay una consistencia interna en las variables, obteniendo en el alfa de cronbach un coeficiente de 0,943. Una vez obtenido estos resultados se procedió a aplicar el cuestionario a la muestra manteniendo los coeficientes de confiabilidad altos, obteniendo en la variable de contaminación auditiva un coeficiente de 0,930 y en la variable de experiencia emocional un coeficiente de 0,949.

Análisis de confiabilidad del cuestionario inicial

Tabla 2

Análisis de confiabilidad del cuestionario inicial

	Alfa de Cronbach	n° de elementos
General	931	43
Variable Contaminación Auditiva	930	26
Variable Experiencia Emocional	951	14

En la segunda etapa se realizó un análisis factorial exploratorio el cual agrupó nuevamente en distintas dimensiones los ítems del cuestionario

Análisis de confiabilidad del cuestionario ajustado

Tabla 3

Análisis de confiabilidad

	Alfa de Cronbach	n° de elementos
General	931	43
Variable Contaminación Auditiva	930	22
Variable Experiencia Emocional	951	14

Relación de ítems en las escalas

Ruidos de conversaciones en la vía pública	✓	✓
Ruidos producidos por niños jugando	✓	✓
Ruidos provenientes de zonas deportivas	✓	✓
Ruidos como música en alto volumen	✓	
Ruidos provenientes de radio o TV	✓	✓
Ruidos provenientes de lugares de entretenimiento	✓	✓
Ruidos provenientes de vendedores	✓	✓
Ruidos de música provenientes de tiendas	✓	✓
Ruidos provenientes de conversaciones	✓	
Dimensión Ruidos en espacios internos		
Ruidos provenientes de pisadas	✓	✓
Ruidos provenientes de electrodomésticos	✓	✓
Ruidos provenientes de música en alto volumen	✓	✓
Ruidos producidos por impactos o golpes de objetos	✓	✓
Ruidos de portazos	✓	✓
Ruidos en las oficinas	✓	✓
Ruidos en los garajes	✓	✓
Ruidos en ascensores, plomería u otra maquinaria o equipamiento	✓	✓
Ruidos de lugares de trabajo de cualquier tipo	✓	✓

Tabla 4: Relación de ítems en las escalas original y depurada

Análisis Factorial Exploratorio

Análisis Factorial de Variable Contaminación acústica

Tabla 5: Prueba de KMO de Contaminación acústica

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,912
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	6340,960
	gl	325
	Sig.	,000

Tabla 6: Varianza Total Explicada de Contaminación Auditiva

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	9,542	36,700	36,700	9,542	36,700	36,700	5,280	20,307	20,307
2	3,279	12,611	49,311	3,279	12,611	49,311	3,997	15,375	35,682
3	2,429	9,341	58,652	2,429	9,341	58,652	3,986	15,330	51,011
4	1,109	4,266	62,918	1,109	4,266	62,918	2,268	8,724	59,735
5	1,067	4,103	67,021	1,067	4,103	67,021	1,894	7,286	67,021
6	,896	3,447	70,468						
7	,772	2,969	73,438						
8	,663	2,549	75,987						
9	,618	2,377	78,364						
10	,580	2,230	80,594						
11	,522	2,009	82,602						
12	,479	1,841	84,443						
13	,460	1,769	86,213						
14	,399	1,533	87,746						
15	,374	1,438	89,184						
16	,366	1,409	90,593						
17	,351	1,350	91,943						
18	,329	1,264	93,207						
19	,313	1,205	94,413						
20	,295	1,135	95,548						
21	,253	,972	96,520						
22	,221	,851	97,370						
23	,215	,827	98,197						
24	,200	,771	98,968						
25	,149	,575	99,543						
26	,119	,457	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Análisis Factorial de Variable Experiencia Emocional

Tabla 8: Prueba KMO de Experiencia Emocional

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,951
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	4014,014
	gl	91
	Sig.	,000

Tabla 9: Varianza Total explicada de Experiencia Emocional

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	8,587	61,336	61,336	8,587	61,336	61,336
2	,941	6,720	68,056			
3	,685	4,893	72,950			
4	,588	4,197	77,147			
5	,487	3,481	80,628			
6	,425	3,033	83,661			
7	,391	2,789	86,450			
8	,377	2,695	89,146			
9	,322	2,302	91,447			
10	,293	2,095	93,542			
11	,255	1,820	95,362			
12	,232	1,658	97,020			
13	,213	1,523	98,543			
14	,204	1,457	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Finalmente la tercera etapa consistió en realizar el alfa de Cronbach a la nueva reagrupación obteniendo los siguientes resultados:

Análisis de Confiabilidad por dimensión (según análisis factorial exploratorio)

Tabla 10

Análisis de confiabilidad de las dimensiones de la Variable Contaminación Auditiva

	Alfa de Cronbach	n° de elementos
Dimensión Ruidos externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte	905	6
Dimensión Ruidos externos provenientes de actividades humanas	883	8
Dimensión Ruidos en espacios internos	892	8

Tabla 11

Análisis de confiabilidad de las dimensiones de la Variable Experiencia Emocional

	Alfa de Cronbach	n° de elementos
Dimensión Alegría	902	5
Dimensión Amor	886	4
Dimensión Sorpresa positiva	891	5

Agrupación de las dimensiones de Contaminación Acústica según análisis factorial exploratorio

Tabla 12

Agrupación de las dimensiones de Contaminación Auditiva según el Análisis Factorial Exploratorio

1	Ruido cerca al aeropuerto	Ruidos externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte
	Ruidos producidos por vehículos de carga industrial	
	Ruidos producidos por maquinaria	
	Ruidos en sitios de construcción	
	Ruidos por maquinaria de construcción	
2	Ruidos de trabajos de construcción	Ruidos externos provenientes de actividades humanas
	Ruidos de conversaciones en la vía pública	
	Ruidos producidos por niños jugando	
	Ruidos provenientes de zonas deportivas	
	Ruidos provenientes de radio o TV	
3	Ruidos provenientes de lugares de entretenimiento	Ruidos en espacios internos
	Ruidos de vendedores	
	Ruidos de música provenientes de tiendas	
	Ruidos provenientes de pisadas	
	Ruidos provenientes de electrodomésticos	
	Ruidos producidos por impactos o golpes de objetos	
	Ruidos de portazos	
Ruidos en las oficinas		
Ruidos en los garajes		
	Ruidos en ascensores, plomería u otra maquinaria o equipamiento	
	Ruidos de lugares de trabajo de cualquier tipo	

Las dimensiones en las que originalmente estaba dividida la variable de contaminación auditiva son Ruidos en el Exterior y Ruidos en el Interior de los edificios. Al realizarse el análisis factorial, se agruparon en 3 grupos, quedando las dimensiones de Contaminación auditiva como Ruidos Externos provenientes de Maquinaria pesada, construcción y transporte; Ruidos externos provenientes de actividades humanas y por último Ruidos en espacios internos. También debido a este análisis se eliminaron algunos ítems que originalmente estaban considerados pero que no fueron incluidos en ninguna agrupación.

Agrupación de las dimensiones de Experiencia Emocional según análisis factorial exploratorio

Tabla 13

Agrupación de las dimensiones de Experiencia Emocional según el Análisis Factorial Exploratorio

1	Sintió emociones de alegría	Alegría
	Sintió emociones placenteras	
	Sintió emociones de júbilo	
	Sintió emociones de entusiasmo	
2	Sintió emociones de deleite	Amor
	Sintió emociones de ternura	
	Sintió emociones de amor	
	Sintió emociones de cuidado	
3	Sintió emociones de afecto	Sorpresa positiva
	Sintió emociones calidas	
	Sintió emociones de asombro	
	Sintió emociones de fascinación	
	Sintió emociones de inspiración	
	Sintió emociones de sorpresa	

La variable de Experiencia emocional originalmente tenía 3 dimensiones, siendo estas las de amor, alegría y sorpresa positiva; y realizarse el análisis factorial exploratorio, se agruparon como se planteó desde un inicio.

Plan de procesamiento y análisis de datos

Como se mencionó con anterioridad, el software a utilizar fue el SPSS versión 25, el cual se usa especialmente para investigaciones cuantitativas, esto con la previa confiabilidad del instrumento a utilizar.

Además, que con el fin de explicar la relación entre las variables se realizará una regresión lineal simple

Consideraciones éticas

Se considerará como condiciones éticas (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica, 2012):

Consentimiento informado por parte de los participantes de los individuos que participen de la investigación

Confidencialidad, protegiendo la identidad de los participantes en la investigación, de tal forma que puedan permanecer en el anonimato, por ello mismo no se hará uso de medios de grabación, además de no ser relevantes para esta investigación

Resultados y discusión

Perfil demográfico de los participantes

Tabla 14:

Datos sociodemográficos de los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sexo		
Femenino	253	65,7%
Masculino	132	34,3%
Edad		
18-24	156	40,5%
25-34	91	23,6%
35-44	78	20,3%
45-54	40	10,4%
55-64	19	4,9%
Más de 64	1	0,3%
Visitas		
Sin visitas Previas	86	22,3%
1-2 visitas	139	36,1%
3-4 visitas	59	15,3%
Más de 4 visitas	101	26,2%
Viaja		
Solo	74	19,2%
En Familia	187	48,6%
Pareja	71	18,4%
Amigos	44	11,4%
Otros	9	2,3%
¿Vive en Perú?		
Si	341	88,6%
No	44	11,4%

Las personas encuestadas fueron en su mayoría mujeres (65,7%), siendo el 34,3% restante varones.

En cuanto a sus edades el 40,5% de las personas tiene de 18 a 24 años, seguido de un 23,6% quienes tienen un rango de edad de 25 a 34 años, asimismo el 20,3% tiene una edad de 35 a 44 años, el 10,4% tiene de 45 a 54 años, el 4,9% se ubica en el rango de edades entre 55 y 64 años y solamente un 0,3% tiene más de 64 años.

El 22,3% de los turistas indicó que no habían visitado Chiclayo con anterioridad, mientras que la mayoría (36,1%) indicó que había visitado con anterioridad 1 o 2 veces el destino. Un

15,3% de los encuestados dijo haber visitado la ciudad 3 o 4 veces, por último, el 26,2% de las personas que participaron en la encuesta indicaron haber visitado más de 4 veces Chiclayo.

Con respecto a las personas con las que viajaban, un 19,2% expresó que viajaban solos, un significativo 48,6% indicó que viajan en compañía de familia, 18,4% realizaron su viaje en pareja, 11,4% de los encuestados señalaron que viajan con amigos y un 2,3% indicó que viajaban acompañados de otras personas

En relación con los turistas que visitaron Chiclayo, la gran mayoría, un 88,6% indicó que vivía en Perú y por otro lado el 11,4% restante estaba conformado por turistas internacionales.

Tabla 15
Respuestas sobre su percepción del ruido

Variable	Frecuencia	Porcentaje
¿Hay ruido donde se aloja o en el exterior?		
Si	172	44,7%
No	213	55,3%
Intensidad del Ruido		
Muy bajo	17	4,4%
Bajo	68	17,7%
Moderado	167	43,4%
Alto	113	29,4%
Muy Alto	20	5,2%

Una significativa mayoría de los encuestados manifestó no haber percibido ruido en su lugar de alojamiento o los exteriores cercanos a este (55,3%), a comparación de los encuestados restantes que sí expresaron haber sentido ruido, siendo 44,7% del total.

Con respecto a la intensidad de este ruido durante el traslado a los diferentes atractivos turísticos, un 4,4% expresó que era de un nivel muy bajo, 17,7% consideraron el nivel de ruido como bajo, en gran medida se percibió el ruido presente como moderado (43,4%), el 29,4% del total percibió el ruido como alto y, por último, el 5,2% de los turistas señaló que el ruido presente en Chiclayo era Muy Alto.

Tabla 16
Respuestas sobre su percepción de su experiencia emocional

	Me disgustó mucho	No me gustó	No me gustó ni me disgustó	Me gustó	Me gustó mucho
Sentimientos generales hacia el destino					
<i>Frecuencia</i>	10	15	99	220	41
<i>Porcentaje</i>	2,6%	3,9%	25,7%	57,1%	10,6%
Sentimientos con respecto a la experiencia turística					
<i>Frecuencia</i>	6	30	123	197	29
<i>Porcentaje</i>	1,6%	7,8%	31,9%	51,2%	7,5%

Se realizaron preguntas para conocer cuáles son los sentimientos tanto hacia el destino como sobre su experiencia turística

De la pregunta con respecto a sentimientos generales hacia el destino que visitaron, es decir, Chiclayo, se obtuvo que un menor porcentaje de turistas se sintió muy disgustado con respecto al destino, representando el 2,6% del total. Seguido a esto, 3,9% de los encuestados mencionó que el destino en general no le gustó. Un porcentaje del 25,7% indicó que le fue indiferente, es decir, no le gustó ni le disgustó. Una significativa mayoría expresó que el destino si le gustó y, por último, el 10,6% de personas encuestadas manifestó que el destino le gustó mucho.

De los resultados a la pregunta acerca de sus sentimientos con respecto a la experiencia turística, se obtuvo que un porcentaje minoritario del 2,6% manifestó sentirse muy disgustado

con respecto a la experiencia turística. Asimismo, un 7,7% de los turistas expresó que su experiencia turística no le gustó. Un porcentaje del 31,9% indicó que su experiencia no le gustó ni le disgustó. La mayoría del 51,2% de encuestados por otro lado, expresó que su experiencia en el lugar si les gustó, teniendo por último un 7,5% de personas señaló que la experiencia les gustó mucho.

Nivel de contaminación auditiva desde la perspectiva de los turistas del destino Chiclayo

Contaminación Acústica
 Mín.: $22 \times 1 = 22$
 Máx.: $22 \times 5 = 110$
 Rango: Máx.-Mín.= $110 - 22 = 88$

 $88 / 3 = 29$
 Baja= 22 - 51
 Moderada= 52 - 81
 Alta= 82 - 110

Tabla 17: Nivel de contaminación auditiva percibido

Contaminación Auditiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	79	20,5	20,5	20,5
	Moderada	271	70,4	70,4	90,9
	Alta	35	9,1	9,1	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Figura 1: Nivel de contaminación auditiva

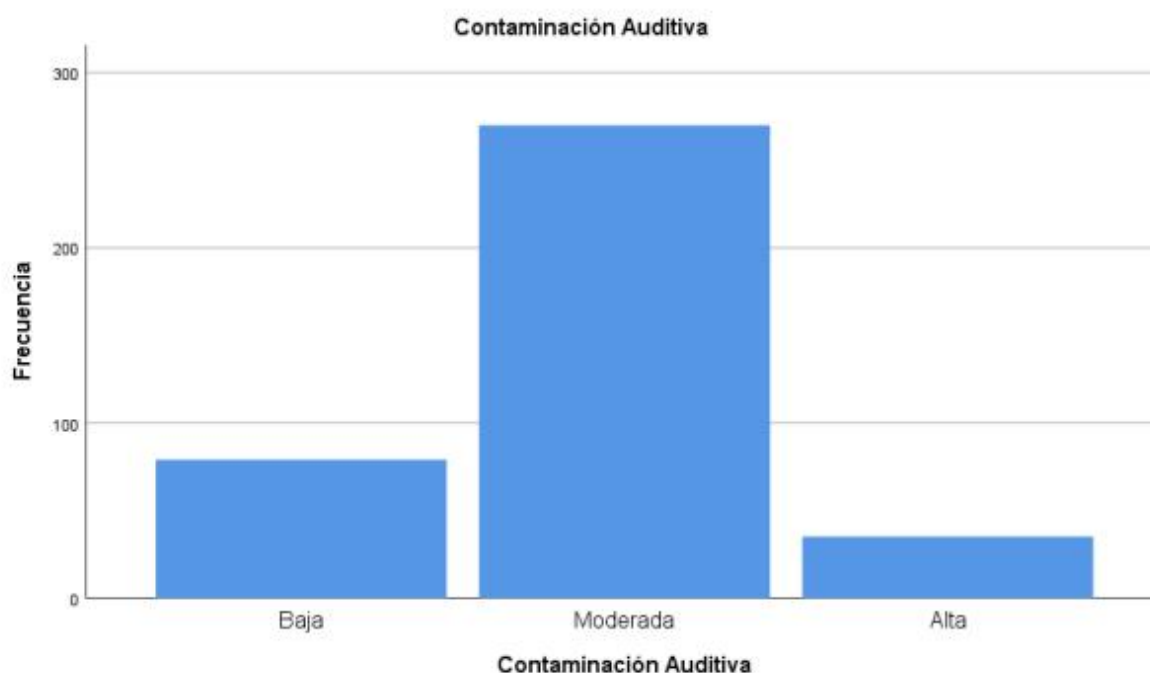


Tabla 18

Respuestas sobre su percepción del ruido

	Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre
Ruido cerca al aeropuerto					
Frecuencia	46	104	133	72	30
Porcentaje	11,9%	27,0%	34,5%	18,7%	7,8%
Ruidos producidos por vehículos de carga industrial					
Frecuencia	76	115	118	54	22
Porcentaje	19,7%	29,9%	30,6%	14,0%	5,7%
Ruidos producidos por maquinaria					
Frecuencia	81	127	105	52	20
Porcentaje	21,0%	33,0%	27,3%	13,5%	5,2%
Ruidos en sitios de construcción					
Frecuencia	47	129	124	61	24
Porcentaje	12,2%	33,5%	32,2%	15,8%	6,2%
Ruidos por maquinaria de construcción					
Frecuencia	44	129	119	68	25
Porcentaje	11,4%	33,5%	30,9%	17,7%	6,5%
Ruidos de trabajos de construcción					
Frecuencia	39	110	144	70	22
Porcentaje	10,1%	28,6%	37,4%	18,2%	5,7%

Con respecto a la primera Dimensión de Ruidos Externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte, esta cuenta con 6 preguntas.

Dentro del grupo de turistas encuestados, un 11,9% manifestó no haber escuchado nunca ruidos cercanos al aeropuerto, mientras que un 27,0% señaló que rara vez los percibe. Una considerable mayoría, representando un 34,5%, indicó que a veces experimenta este tipo de ruidos. Un 18,7% de las personas de la muestra mencionaron que estos ruidos son casi siempre percibidos por ellos, y un 7,8% afirmó que los escuchan siempre.

Con relación a los ruidos producidos por vehículos de carga, un 19,7% de los encuestados indicó nunca haberlos percibido. Por otro lado, un 29,9% expresó haberlos percibido rara vez, mientras que un gran porcentaje, un 30,6%, percibió el ruido a veces. El 14,0% de los participantes indicó percibir casi siempre este tipo de ruidos y, por último, un 5,7% de los turistas mencionó que los escuchaba siempre.

En cuanto a los ruidos generados por maquinaria, un 21,0% de los encuestados afirmó que nunca los había percibido. Del mismo modo, un considerable porcentaje del 33% indicó haberlos escuchado rara vez, mientras que un 27,3% los percibía ocasionalmente. El 13,5% de los participantes mencionó que casi siempre percibían este tipo de ruidos y, finalmente, un 5,2% de los turistas declaró que los escuchaba siempre.

Acerca de los ruidos provenientes de sitios de construcción, un 12,2% de los encuestados manifestó que nunca los había percibido. Por otro lado, un significativo porcentaje del 33,5% mencionó haberlos escuchado rara vez, mientras que el 32,2%, experimentó estos ruidos ocasionalmente. El 15,8% de los participantes informó que los percibía casi siempre y, finalmente, un 6,2% de los turistas afirmó escucharlos siempre.

Entre los turistas encuestados, un 11,4% afirmó no haber escuchado nunca ruidos provenientes de maquinaria de construcción, una mayoría considerable, aproximadamente 33,5% mencionó percibirlos rara vez. Mientras que el 30,2%, informó que a veces experimenta este tipo de ruidos. Un 17,7% de los participantes indicó que los percibe casi siempre, y un 6,5% afirmó escucharlos siempre.

Dentro del grupo de turistas que completaron la pregunta acerca de ruidos provenientes de construcción, se registró un 10,1% de los encuestados manifestó no haber escuchado en ningún momento ruidos provenientes de esta fuente. Por otro lado, un 28,6% de los turistas encuestados señaló que rara vez percibe dichos ruidos. Es importante destacar que una considerable mayoría, representando un 37,4% de las personas encuestadas, indicó que experimenta la presencia de estos ruidos en ciertos momentos de su estancia en la zona.

Además, un 18,2% de los participantes en la muestra expresaron que estos ruidos son casi siempre percibidos por ellos. Por último, un 5,7% de los turistas mencionó que los escuchan siempre

Tabla 19
Respuestas sobre su percepción del ruido

	<i>Nunca</i>	<i>Rara vez</i>	<i>A veces</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Siempre</i>
Ruidos de conversaciones en la vía pública (exterior)					
<i>Frecuencia</i>	9	62	127	117	70
<i>Porcentaje</i>	2,3%	16,1%	33,0%	30,4%	18,2%
Ruidos producidos por niños jugando					
<i>Frecuencia</i>	11	81	138	117	38
<i>Porcentaje</i>	2,9%	21,0%	35,8%	30,4%	9,9%
Ruidos provenientes de zonas deportivas					
<i>Frecuencia</i>	26	86	149	109	15
<i>Porcentaje</i>	6,8%	22,3%	38,7%	28,3%	3,9%
Ruidos provenientes de radio o TV					
<i>Frecuencia</i>	29	110	155	62	29
<i>Porcentaje</i>	7,5%	28,6%	40,3%	16,1%	7,5%
Ruidos provenientes de lugares de entretenimiento					
<i>Frecuencia</i>	6	66	139	96	78
<i>Porcentaje</i>	1,6%	17,1%	36,1%	24,9%	20,3%
Ruidos provenientes de vendedores					
<i>Frecuencia</i>	12	59	108	131	75
<i>Porcentaje</i>	3,1%	15,3%	28,1%	34,0%	19,5%
Ruidos de música provenientes de tiendas					
<i>Frecuencia</i>	18	64	130	96	77
<i>Porcentaje</i>	4,7%	16,6%	33,8%	24,9%	20,0

La segunda dimensión está conformada por los Ruidos externos producidos por actividades humanas.

Dentro de la pregunta acerca de las conversaciones en vía pública, es decir, en el exterior, se obtuvo que la menor parte del total, un porcentaje del 2,3%, nunca ha percibido este tipo de ruidos, mientras que un porcentaje del 16,1% de la muestra señaló que los percibe rara vez. Una considerable mayoría indicó que los percibe a veces, por otro lado, el 30,4% de los turistas encuestados expresó haberlos percibido casi siempre. Por último, 18,2% mencionó escuchar siempre este tipo de ruidos

En relación a la pregunta sobre ruidos producidos por niños jugando, se pudo apreciar variadas respuestas. Una minoría representada por un 2,9% del total manifestó no haber percibido nunca este tipo de ruidos. Del mismo modo, un porcentaje del 21,0% de la muestra indicó haberlos percibido rara vez. Una significativa mayoría, el 35,8% del total de los encuestados reportó haber percibido este tipo de ruidos en diferentes momentos de su estancia en el destino turístico. El 30,4% expresó haberlos percibido casi siempre y finalmente un 9,9% de los turistas mencionó escuchar siempre este tipo de ruidos

Dentro de las respuestas referentes a ruidos provenientes de zonas deportivas, se encontró que el 6,8% del total de participantes, afirmó no haber percibido nunca este tipo de ruidos en su experiencia turística. Por otro lado, un porcentaje del 22,3% de la muestra indicó haberlos percibido rara vez. La mayor parte del porcentaje de turistas encuestados, el 38,7%, expresaron haber percibido ruidos provenientes de estos lugares a veces. El 28,3% de los participantes afirmó haberlos percibido casi siempre y un 3,9% de los encuestados mencionó escuchar siempre este tipo de ruidos.

En relación a los resultados obtenidos en la pregunta acerca de los ruidos producidos por radio o TV, se observó que un porcentaje del 7,5% del total de participantes, manifestó no haber percibido nunca este tipo de ruidos durante su experiencia turística. Por otro lado, un porcentaje del 28,6% de la muestra indicó que dichos ruidos se escuchaban rara vez. Sin embargo, una gran mayoría del 40,3% de los encuestados, afirmó escuchar estos ruidos a veces. Además, se observó que un 16,1% de los participantes mencionó que estos ruidos se escuchaban casi siempre, y un porcentaje similar al primero, un 7,5%, de las personas encuestadas señaló que escuchaban ruidos como música en alto volumen siempre.

De las respuestas a la pregunta acerca de los ruidos provenientes de lugares de entretenimiento se obtuvo que una importante minoría de 1,6% no ha percibido nunca este tipo de ruidos, un porcentaje del 17,1% de la muestra señaló que escuchaba ruidos de este tipo rara vez. Cabe destacar que la mayoría de turistas encuestados indicó que estos ruidos solían escucharse a veces, mientras que un porcentaje del 24,9% manifestó escucharlos casi siempre. Por último, un 20,3% de personas encuestadas expresó percibir siempre este tipo de ruidos.

De acuerdo con las respuestas a la pregunta sobre los ruidos provenientes de vendedores, se obtuvo que una importante minoría, el 3,1% de la muestra, indicó no haber percibido nunca este tipo de ruidos durante su experiencia turística. Asimismo, un porcentaje del 15,3% señaló que escuchaba ruidos de este tipo rara vez. De los turistas encuestados, el 28,1% mencionó escuchar este tipo de ruidos a veces. Se observó que un porcentaje importante del 34% manifestó escuchar estos ruidos casi siempre y finalmente, un 19,5% de las personas encuestadas expresó percibir siempre este tipo de ruidos.

Entre los resultados de la pregunta acerca de los ruidos de música en las tiendas, se pudo apreciar que el 4,7% de las personas que participaron de la encuesta manifestó no haber percibido nunca este tipo de sonidos durante su experiencia turística, del mismo modo un 16,6% de personas expresó sentir ruidos de este tipo rara vez. La mayoría de respuestas (33,8%) indicó que estos ruidos podían escucharse a veces en la ciudad, asimismo, el 24,9% de encuestados mencionó que ruidos de este tipo solían escucharse casi siempre, y, por último, el 20% de los turistas informaron escucharlos siempre.

Tabla 20
Respuestas sobre su percepción del ruido

	<i>Nunca</i>	<i>Rara vez</i>	<i>A veces</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Siempre</i>
Ruidos producidos por impactos o golpes de objetos					
<i>Frecuencia</i>	36	164	116	56	13
<i>Porcentaje</i>	9,4%	42,6%	30,1%	14,5%	3,4%
Ruidos de portazos					
<i>Frecuencia</i>	59	172	98	44	12
<i>Porcentaje</i>	15,3%	44,7%	25,5%	11,4%	3,1%
Ruidos en las oficinas					
<i>Frecuencia</i>	63	170	105	38	9
<i>Porcentaje</i>	16,4%	44,2%	27,3%	9,9%	2,3%
Ruidos en los garajes					
<i>Frecuencia</i>	42	149	128	51	15
<i>Porcentaje</i>	10,9%	38,7%	33,2%	13,2%	3,9%
Ruidos en ascensores, plomería u otra maquinaria o equipamiento					
<i>Frecuencia</i>	58	131	131	54	11
<i>Porcentaje</i>	15,1%	34,0	34,0	14,0%	2,9%
Ruidos de lugares de trabajo de cualquier tipo					
<i>Frecuencia</i>	51	134	134	49	17
<i>Porcentaje</i>	13,2%	34,8%	34,8%	12,9%	4,4%
Ruidos provenientes de pisadas					
<i>Frecuencia</i>	33	143	101	83	25
<i>Porcentaje</i>	8,6%	37,1%	26,2%	21,6%	6,5%
Ruidos provenientes de electrodomésticos					
<i>Frecuencia</i>	32	146	127	63	17
<i>Porcentaje</i>	8,3%	37,9%	33,0%	16,4%	4,4%

La tercera dimensión está integrada por los ruidos producidos en espacios internos.

De las respuestas obtenidas a la pregunta sobre ruidos producidos por impactos o golpes de objetos, se obtuvo que 9,4% de los encuestados nunca percibió ruidos de este tipo, una significativa mayoría del 42,6% señaló percibirlos rara vez, seguido a esto, un porcentaje del 30,1% de los turistas indicó escuchar ruidos de este tipo a veces. Asimismo, el 14,5% de personas que respondieron la encuesta manifestaron escucharlos casi siempre, finalizando con una minoría del 3,4% que expresaron percibirlos siempre.

Con relación a los ruidos producidos por portazos, un porcentaje de 15,3% de los encuestados nunca percibió ruidos de este tipo, una gran mayoría del 44,7% expresó escucharlos rara vez, de las personas de la muestra, un 25,5% expresó haber percibido estos ruidos a veces, asimismo 11,4% de los turistas indicaron escuchar este tipo de ruidos casi siempre y finalmente el menor porcentaje fue de aquellas personas que señalaron siempre escuchar portazos, un 3,1% de la muestra.

Dentro de los resultados a la pregunta de ruidos en las oficinas se identificó que el 16,4% de turistas encuestados nunca percibió ruidos de este tipo, también se dio a conocer que una mayoría del 44,2% de las personas de la muestra escuchaba rara vez este tipo de ruidos. En cuanto a aquellos que señalaron escuchar estos ruidos a veces, fue un 27,3% del total. Un 9,9% de los encuestados mencionó escuchar este tipo de ruidos casi siempre, finalmente una minoría del 2,3% indicó que siempre los escuchaba.

Analizando las diferentes percepciones obtenidas de la pregunta acerca de ruidos en los garajes, se identificó que 10,9% no percibió nunca ruidos en los garajes, un porcentaje significativo del 38,7% de encuestados percibe estos ruidos rara vez. Por otro lado, un 33,2% de la muestra experimentaron a veces ruidos provenientes de esa fuente, un 13,2% de los turistas indicó percibir estos ruidos casi siempre y por último aquellos que manifestaron escuchar estos ruidos siempre representan un 3,9% del total

Entre los resultados de la pregunta acerca de los ruidos en ascensores, plomería u otra maquinaria o equipamiento, se pudo apreciar que el 15,1% de las personas que participaron de

la encuesta manifestó no haber percibido nunca este tipo de sonidos durante su experiencia turística, mientras que un 34% de personas expresó sentir ruidos de este tipo rara vez. La misma cantidad de encuestados (34,0%) indicó que estos ruidos podían escucharse a veces en la ciudad, asimismo, el 14,0% de encuestados mencionó que ruidos de este tipo solían escucharse casi siempre, y, por último, el 2,9% de los turistas informaron escucharlos siempre.

De los turistas encuestados, 13,2% comentó que nunca escucha ruidos en los lugares de trabajo de cualquier tipo, el 34,8% percibió este tipo de ruidos rara vez, un porcentaje igual de los turistas (34,8%) expresó que percibe ruidos como estos a veces, asimismo, el 12,9% de personas de la muestra señaló que estos ruidos son percibidos casi siempre por ellos y una menor parte de la población encuestada, el 4,4% mencionó que estos ruidos los escuchan siempre.

Con relación a los resultados obtenidos por la pregunta acerca de ruidos provenientes de pisadas, se observó que un porcentaje del 8,6% de los encuestados nunca escuchó ruidos de este tipo durante su estancia en el destino, un gran porcentaje del 37,1% de los turistas señaló haberlos percibido rara vez, asimismo 26,2% de las personas manifestó escucharlos a veces. De los encuestados el 21,6% indicó escucharlos casi siempre y finalmente un porcentaje menor a los anteriores, del 6,5% señaló que estos tipos de ruidos se escuchaban casi siempre.

Al analizar los resultados acerca de las respuestas de la pregunta de ruidos provenientes de electrodomésticos se obtuvo que el 8,3% de los encuestados nunca percibió ruidos de este tipo, mientras que la gran mayoría expresó haberlos escuchado rara vez. El porcentaje de personas que manifestó percibirlos a veces es del 33%, asimismo un 16,4% de los turistas indicó que estos se lograban percibir casi siempre. Para finalizar, una minoría de 4,4% señaló que se escuchaban siempre.

Experiencia Emocional Turística desde la perspectiva de los turistas del destino Chiclayo

EE

Mín: $14 \times 1 = 14$

Máx: $14 \times 5 = 70$

Rango: Máx-Mín=56

 $56/3 = 19$

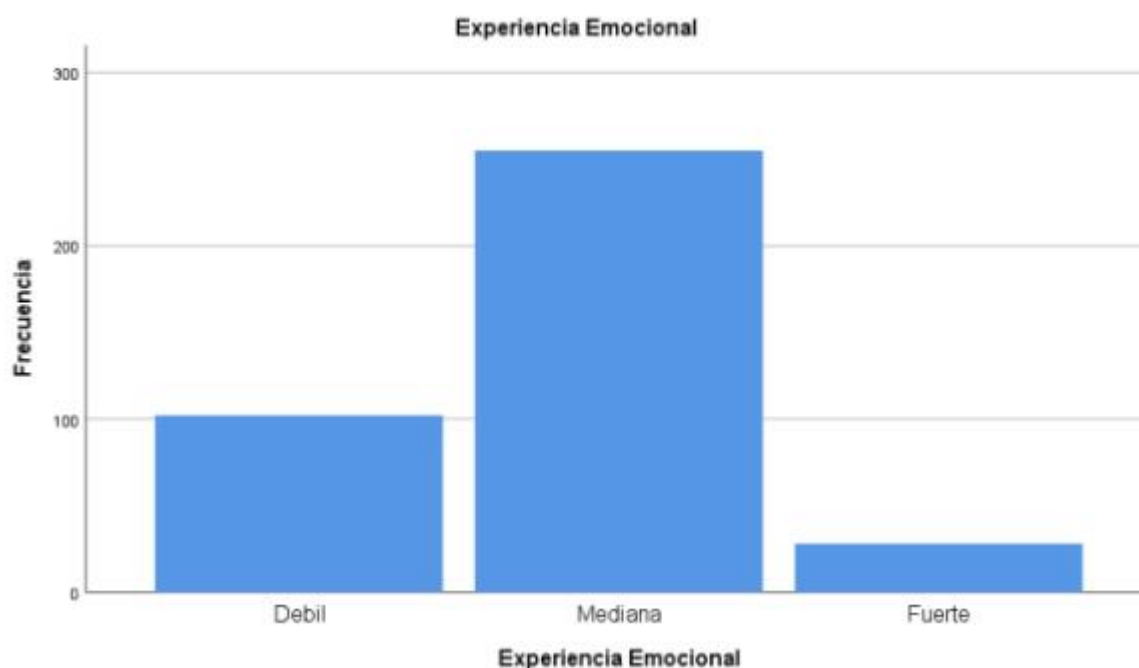
Debil=14 - 33

Mediano= 34 - 52

Fuerte= 53 - 70

Tabla 21: Nivel de Experiencia Emocional percibido

<i>Experiencia Emocional</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Debil	102	26,5	26,5	26,5
	Mediana	255	66,2	66,2	92,7
	Fuerte	28	7,3	7,3	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Figura 2: Nivel de Experiencia Emocional**Tabla 22**

Respuestas sobre su percepción de su experiencia emocional

	Muy poco	Poco	Medianamente	Mucho	Bastante
Sintió emociones de alegría					
Frecuencia	7	30	113	190	45
Porcentaje	1,8%	7,8%	29,4%	49,4%	11,7%
Sintió emociones placenteras					
Frecuencia	12	61	138	150	24
Porcentaje	3,1%	15,8%	35,8%	39,0%	6,2%
Sintió emociones de júbilo					
Frecuencia	29	72	158	107	19
Porcentaje	7,5%	18,7%	41,0%	27,8%	4,9%
Sintió emociones de entusiasmo					
Frecuencia	11	64	132	138	40
Porcentaje	2,9%	16,6%	34,3%	35,8%	10,4%
Sintió emociones de deleite					
Frecuencia	22	78	145	111	29
Porcentaje	5,7%	20,3%	37,7%	28,8%	7,5%

Con respecto a las emociones que sintieron en su experiencia en el destino, las respuestas frente a las distintas emociones fueron variadas

De las respuestas relacionadas al sentimiento de alegría, un menor porcentaje de turistas, el 1,8% de los encuestados mencionó sentirse muy poco alegre en el destino, seguido de un 7,8% que expresó sentirse poco alegre. Un 29,4% de los turistas indicó que se sentía medianamente alegre, siendo el mayor porcentaje de aquellos que señalaron sentirse muy alegres, representando al 49,4%. Por último, el 11,7% de los turistas mencionó sentirse bastante alegre en su experiencia en el destino.

Entre las respuestas a la pregunta acerca de emociones placenteras en el destino se obtuvo que un porcentaje minoritario del 3,1% de los encuestados mencionó que esta emoción estuvo muy poco presente. Asimismo, un 15,8% de los turistas expresó sentirse poco esta emoción. Un 35,8% de los turistas indicó sentir estas emociones medianamente, sin embargo, el mayor

porcentaje, representando un 39%, mencionó sentir mucho las emociones placenteras durante su experiencia en el destino. Por último, un 6,2% de los turistas manifestó sentir bastante esta emoción en su experiencia en el destino.

Con respecto a respuestas referentes a las emociones de júbilo, un porcentaje del 7,5% indicó haber sentido muy poco esta emoción, seguido de un 18,7% que señaló sentir poco júbilo en su experiencia turística. Una considerable mayoría del 41% percibió medianamente esta emoción, mientras que un porcentaje del 27,8% de la población de la muestra expresó sentir mucho júbilo. Finalmente, el porcentaje de personas que sintieron bastante esta emoción representa a una minoría del 4,9%.

De las respuestas correspondientes a la emoción de entusiasmo, se identificó que una considerable minoría del 2,9% de los turistas experimentó muy poco esta emoción durante su experiencia turística, del mismo modo 16,6% de los encuestados indicó sentir poco entusiasmo. Un porcentaje del 34,3% de turistas encuestados señaló sentirse medianamente entusiasmados y un importante porcentaje del 35,8% manifestó que sintieron mucho esta emoción en su experiencia turística. Por último, un 10,4% de personas de la muestra expresó sentir bastante entusiasmo.

Analizando los distintos resultados de la pregunta relacionadas a las emociones de deleite, se obtuvo que un porcentaje menor al resto, del 5,7%, percibió muy poco de esta emoción durante su experiencia, un porcentaje del 20,3% de la muestra experimentó poco deleite. Por otro lado, una mayoría considerable del 37,7% de los turistas indicó sentir deleite medianamente. Asimismo, un porcentaje del 28,8% mencionó sentir mucho esta emoción, finalizando con un 7,5% de encuestados que expresó sentir bastante esta emoción.

Tabla 23

Respuestas sobre su percepción de su experiencia emocional

	Muy poco	Poco	Medianamente	Mucho	Bastante
Sintió emociones de ternura					
<i>Frecuencia</i>	35	87	160	78	25
<i>Porcentaje</i>	9,1%	22,6%	41,6%	20,3%	6,5%
Sintió emociones de amor					
<i>Frecuencia</i>	27	82	154	100	22
<i>Porcentaje</i>	7,0%	21,3%	40,0%	26,0%	5,7%
Sintió emociones de cuidado					
<i>Frecuencia</i>	31	63	146	119	26
<i>Porcentaje</i>	8,1%	16,4%	37,9%	30,9%	6,8%
Sintió emociones de afecto					
<i>Frecuencia</i>	19	80	146	119	21
<i>Porcentaje</i>	4,9%	20,8%	37,9%	30,9%	5,5%
Sintió emociones calidas					
<i>Frecuencia</i>	18	68	150	118	31
<i>Porcentaje</i>	4,7%	17,7%	40,0%	30,6%	8,1%

Analizando las emociones de ternura experimentadas por los turistas durante su experiencia en el destino, se identificó que 9,1% de los turistas sintió muy poca ternura en el destino turístico, 22,6% experimentó poco esta emoción. Por otro lado, la gran mayoría de encuestados señalaron sentir ternura medianamente, un 20,3% de la muestra señaló que sintieron mucho esta emoción y una minoría representando el 6,5% de la población encuestada indicó sentir bastante la emoción de ternura en su experiencia.

Tras analizar las respuestas sobre las emociones de amor experimentadas por los turistas durante su visita al destino, se pudo observar que un porcentaje del 7% manifestó sentir muy poco amor en el lugar. Además, un 21,3% expresó haber experimentado poco amor. Por otro lado, la mayoría de los encuestados, representando un porcentaje de 40%, señalaron sentir amor medianamente, con un 26% indicando sentir mucho amor. Por último, una importante

minoría del 5,7% de los participantes mostró haber experimentado bastante amor durante su experiencia en el destino.

Después de analizar las respuestas ante las emociones de cuidado experimentadas por turistas durante su estadía en el destino, se demostró que un porcentaje del 8,1% sintió una emoción de cuidado muy baja. Mientras tanto, el 22,7% de los turistas experimentó poco esta emoción. La mayoría de los encuestados indicó que sintieron cuidado medianamente, representado por el 38% del total de turistas encuestados, con un 30,7% de la muestra mencionando que experimentaron esta emoción mucho. Por otro lado, una minoría representando el 6,8% de la población encuestada manifestó sentir bastante cuidado durante su experiencia en el destino.

De las respuestas relacionadas al sentimiento de afecto, una minoría de turistas, el 4,9% de los encuestados mencionó sentir muy poco afecto en el destino, del mismo modo un 20,8% de la población de la muestra expresó sentir poco esta emoción. El mayor porcentaje es de aquellos que señalaron sentir afecto medianamente, representando al 37,9%, un 30,9% de los turistas indicó que se sentía mucho afecto. Por último, el 5,5% de los turistas mencionó sentir bastante afecto en su experiencia en el destino.

Entre las respuestas correspondientes a la pregunta sobre emociones cálidas, se identificó que una considerable minoría del 4,7% de los turistas experimentó muy poco esta emoción durante su experiencia turística, del mismo modo 17,7% de los encuestados indicó sentir pocas emociones cálidas. Un importante porcentaje del 39% de turistas encuestados señaló sentir medianamente emociones cálidas y un porcentaje del 30,6% manifestó que sintieron mucho esta emoción en su experiencia turística. Por último, un 8,1% de personas de la muestra expresó sentir bastante esta emoción.

Tabla 24

Respuestas sobre su percepción de su experiencia emocional

	Muy poco	Poco	Medianamente	Mucho	Bastante
Sintió emociones de asombro					
<i>Frecuencia</i>	19	66	158	103	39
<i>Porcentaje</i>	4,9%	17,1%	41,0%	26,8%	10,1%
Sintió emociones de fascinación					
<i>Frecuencia</i>	26	96	111	109	43
<i>Porcentaje</i>	6,8%	24,9%	28,8%	28,3%	11,2%
Sintió emociones de inspiración					
<i>Frecuencia</i>	48	72	155	81	29
<i>Porcentaje</i>	12,5%	18,7%	40,3%	21,0%	7,5%
Sintió emociones de sorpresa					
<i>Frecuencia</i>	30	57	144	122	32
<i>Porcentaje</i>	7,8%	14,8%	37,4%	31,7%	8,3%

Analizando las respuestas dadas a partir de la pregunta sobre las emociones de asombro, se distinguen diversas percepciones. El menor porcentaje fue de aquellos turistas que sintió muy poco asombro en su experiencia turística, representado por el 4,9%. Un porcentaje del 17,1% de la muestra experimentó poco asombro. Por otro lado, la mayoría de turistas manifestó sentir asombro medianamente, siendo un total de 41,0% de encuestados quienes indicaron esta opción. 26,8% de los turistas sintieron mucho esta emoción durante su experiencia turística y finalmente un 10,1% de la muestra sintió bastante asombro.

Las respuestas obtenidas a partir de la pregunta sobre las emociones de fascinación revelan que un porcentaje mínimo, representando el 6,8%, expresó sentir muy poca fascinación en su experiencia turística. Por otro lado, un 24,9% de la muestra experimentó poco esta emoción. La mayoría de los turistas, un total del 28,8% de los encuestados, manifestó sentir fascinación

medianamente. Además, un 28,3% de los turistas sintió mucha fascinación durante su experiencia turística. Por último, un 10,2% de la muestra experimentó bastante esta emoción.

Correspondiente a la pregunta sobre emociones de inspiración las respuestas dadas son las siguientes: Un 12,5% de los turistas experimentó muy poca inspiración durante su experiencia turística, el 18,7% de encuestados indicó haber sentido poca inspiración. La mayoría de la población, un total del 40,3% de los encuestados, señaló sentir medianamente esta emoción, además un 21% manifestó sentir mucha inspiración y un menor porcentaje de la muestra representando al 7,5% sintió bastante esta emoción durante su experiencia turística

En relación a las respuestas dadas sobre la pregunta acerca de las emociones de sorpresa, hubo un pequeño porcentaje de encuestados, un 7,8% del total, que experimentaron muy poca sorpresa durante su experiencia turística, otro porcentaje del 14,8% indicó que percibió poco de esta emoción. La mayoría de turistas señaló haber sentido asombro medianamente, además un 31,7% de la muestra señaló sentir mucho asombro y finalizando, un 8,3% de los encuestados experimentó bastante asombro en su experiencia turística.

Influencia de la contaminación auditiva en la experiencia emocional turística desde la perspectiva de los turistas del destino Chiclayo

Prueba KMO Variable Contaminación Auditiva

Tabla 25: Prueba KMO de Contaminación Auditiva corregida

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,910
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	5753,146
	gl	276
	Sig.	,000

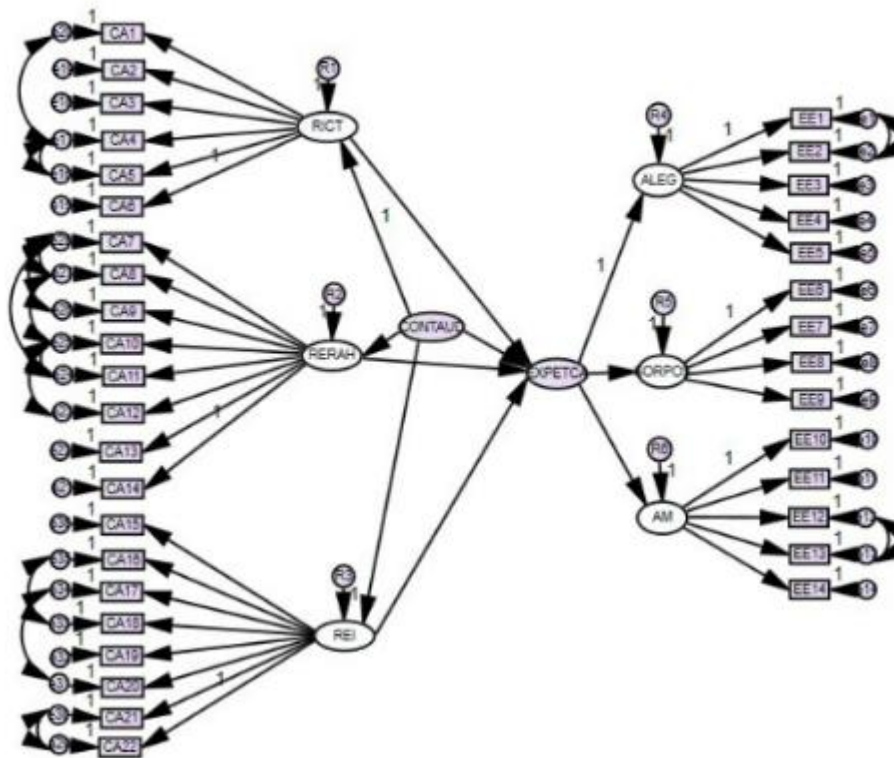
Prueba KMO Variable Experiencia Emocional

Tabla 26: Prueba KMO de Experiencia Emocional

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,951
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	4014,014
	gl	91
	Sig.	,000

Diagrama de Path

Figura 3: Diagrama de Path



Se realizó un diagrama de Path con la finalidad de conocer como la agrupación de los ítems (conocidos como variables observables) miden o conforman las dimensiones (denominadas variables latentes).

Tabla 27: Análisis Factorial Confirmatorio del Modelo

Medidas de ajuste absoluto		
Modelos	Chi-cuadrado	RMSA
Modelo 1	0	0.075
Modelo Modificado	0	0.061

Tabla 28: Análisis Factorial Confirmatorio del Modelo

Medidas de ajuste incremental		
CFI	TLI	NFI
0.865	0.855	0.816
0.915	0.906	0.864

Tabla 29: Análisis Factorial Confirmatorio del Modelo

Medidas de Ajuste de la parsimonia			
PCFI	PNFI	AIC	Chi-cuadrado normado
0.803	0.757	2023.021	3.181
0.831	0.784	1564.827	2.407

Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Experiencia Emocional	,372	385	,000	,721	385	,000
Contaminación Auditiva	,380	385	,000	,708	385	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

De la prueba de normalidad realizada se obtiene que ambas variables tienen un nivel de significancia de .000, siendo menor que el nivel de significancia común, por lo que se rechaza la hipótesis nula de normalidad

Correlación entre las variables

Correlaciones

			Experiencia Emocional	Contaminación Auditiva
Rho de Spearman	Experiencia Emocional	Coefficiente de correlación	1,000	,203**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	Contaminación Auditiva	Coefficiente de correlación	,203**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

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

Al no seguir los datos una distribución normal, se optó por utilizar el Rho de Spearman para conocer la correlación entre las variables, obteniendo un coeficiente de correlación de ,203, indicando una correlación positiva entre las variables siendo esta una correlación baja.

Regresión lineal

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,219 ^a	,048	,045	,537

a. Predictores: (Constante), Contaminación Auditiva

Con la regresión lineal se puede visualizar nuevamente la significancia de ,000 siendo un valor menor a ,05 teniendo significancia estadística.

El coeficiente de correlación es de ,219 indicando nuevamente una correlación que no es muy fuerte.

Así mismo, el R cuadrado es de ,048. Con este resultado se da a entender que solo un pequeño porcentaje del 4,8% de la variable dependiente es explicado por la variable independiente.

Discusión

Mediante las respuestas obtenidas por medio de los turistas se pudo evidenciar las diferentes impresiones existentes acerca de la intensidad del ruido y los elementos generadores de ruido, demostrando que las percepciones sitúan a la contaminación auditiva en un nivel moderado y obteniendo resultados para el primer objetivo específico.

Los ruidos provenientes del exterior de edificaciones tales como el ruido de transporte público y de construcción fueron percibidos en su mayoría algunas veces o rara vez. Muñoz et al. (2021) menciona que la bulla generada por los vehículos se ha convertido en una seria preocupación, ya que el volumen vehicular en todo el mundo ha aumentado, ya que se hace uso de los vehículos en múltiples actividades comerciales y turísticas. Tal como Ma. et al. (2021) menciona en su investigación, la elección del medio de transporte puede llegar a influir en la exposición a la contaminación acústica. Çakir et al.(2018) en su investigación señaló que los turistas percibían como causa de la contaminación acústica al tráfico intenso . En cuanto a los ruidos por construcción, su poca percepción coincide con con Romo (2017), el cual en su artículo demostró que la mayoría personas percibían poco o nada los ruidos de construcción y obras como una fuente fija de ruido. Estos ruidos son más evidentes para los mismos trabajadores de los sitios de construcción y personas que viven en lugares cercanos a ellos, son ocasionados por los equipos y maquinarias usados en las obras de construcción de acuerdo con Mohamed (2021). Entre los ruidos más percibidos se encuentran los ruidos producidos por actividades humanas siendo los ruidos provenientes de vendedores aquellos percibidos con mayor frecuencia, es decir, casi siempre, a comparación de Çakir et al.(2018) en cuyo estudio identificó que aquellos ruidos que más eran percibidos por los turistas eran aquellos provenientes de lugares de ocio o entretenimiento.

Una fuente de ruido que fue percibida tanto en el exterior como en el interior de los edificios fueron los ruidos de conversaciones, algo en lo que coincide Martins et al. (2021) al señalar en su investigación que un poco menos de la mitad de sus encuestados reportó la presencia de conversaciones como una fuente generadora de ruido. Como Mohamed (2021) menciona, los ruidos que son percibidos en el interior de los edificios no solo son provenientes de fuentes internas como electrodomésticos, si no que parte de este ruido

proviene del exterior, un ejemplo de ello son los parques que genera ruido por ser un lugar de socialización, ruido el cual es percibido dentro de las edificaciones cercanas.

En relación al segundo objetivo específico, se pudo obtener a través de las encuestas las impresiones de los turistas sobre las emociones experimentadas durante su estadía en la ciudad de Chiclayo.

La mayoría de los encuestados indicó que en general les gustó el destino y su experiencia en él. También en su mayor parte señalaron sentir medianamente emociones positivas hacia el destino Chiclayo. A diferencia de Hosany et al. (2019) quien identificó 3 dimensiones en la experiencia emocional, el análisis factorial exploratorio de esta investigación agrupó en una sola dimensión a las emociones percibidas por los turistas. La emoción que fue percibida con mayor frecuencia por los turistas fue la alegría, concordando con Hernandez et al. (2015), en cuyo artículo una de las emociones con mayor porcentaje fue la alegría. Como Yang et al. (2020) destaca, estas emociones además de poder cambiar de intensidad durante el viaje, tienden a afectar la lealtad que los turistas sienten hacia el destino, es decir, la intención que ellos tienen de sugerir este destino a otras personas y de volver a presentarse en el destino.

En cuanto al objetivo general de la investigación, se determinó que aunque la contaminación auditiva tiene una influencia en la experiencia emocional turística, la intensidad de esta influencia es baja. Ya que la gran mayoría de turistas encuestados fueron de origen peruano, el resultado se debe ya que en el Perú nos encontramos “con el síndrome de adecuación al ruido” tal y como indica Solís, I. (2013). Yang et al. (2022) hizo mención en su artículo sobre como la contaminación podía afectar la experiencia del turista en el destino ya que podría ser diferente a las expectativas que tendrían del destino. Asimismo Wang et al. (2021) encontró en su investigación que una percepción leve de la contaminación puede ser aceptable para los turistas, teniendo un impacto negativo en la experiencia emocional del visitante cuando el nivel percibido es mayor a moderado.

Conclusiones

En resumen, las respuestas compartidas por los turistas del destino Chiclayo permitieron establecer como la contaminación auditiva influye en la experiencia emocional.

Con respecto al primer objetivo se obtuvo que el nivel de contaminación auditiva percibido en la ciudad de Chiclayo por los turistas es moderado. Así mismo, las dimensiones en las que originalmente se encontraban divididas cambiaron al realizarse el análisis factorial, quedando las nuevas re agrupaciones como: Ruidos Externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte; Ruidos externos producidos por actividades humanas y Ruidos en espacios internos.

En cuanto al segundo objetivo relacionado con la experiencia emocional, el análisis factorial dividió las dimensiones en las mismas agrupaciones planteadas por el autor base de la variable. Entre las emociones percibidas con mayor frecuencia se encuentra la alegría

Por último, se logró obtener que existe cierta influencia de la contaminación auditiva en la experiencia emocional turística.

Recomendaciones

A la municipalidad y autoridades correspondientes: Con el fin de mejorar la percepción del turista del destino Chiclayo, implementar medidas con el fin de controlar los ruidos de diversas fuentes en lugares cercanos a los sitios turísticos, teniendo un especial cuidado en aquellos que son más frecuentados.

Asimismo, las campañas de conscientización a la población son importantes para dar a conocer el impacto que los ruidos producidos por las actividades humanas tienen no solo en la experiencia emocional de la población estudiada en esta investigación, es decir los turistas, si no también en su propia salud y estado anímico.

Con el fin de monitorear continuamente la percepción de los turistas acerca de los niveles de contaminación auditiva en Chiclayo, se aconseja realizar encuestas periódicas con la finalidad de aplicar estrategias dependiendo de los resultados obtenidos en ellas.

Para futuras investigaciones: Realizar además una comparación entre las respuestas dadas por turistas nacionales e internacionales, con el fin de indagar entre las diferencias de las percepciones entre ambos grupos.

Asimismo, realizar una comparación en los distintos puntos de la ciudad más visitados por los turistas, de modo que se pueda conocer si existe una diferencia de la percepción de la contaminación auditiva dependiendo del lugar al que se acude.

Por último, considerar en estudios futuros utilizar un enfoque cualitativo con el fin de recopilar más información sobre el tema.

Referencias

Asociación Médica Mundial. (2022, 19 julio). Declaración de la AMM sobre la contaminación acústica. <https://www.wma.net/es/policias-post/declaracion-de-la-amm-sobre-la-contaminacion-acustica/>

Ay, E. y Gunay, S. (2019, octubre). Sound Pollution and Tourism in the Urban Area. *Globe 2019*, 67-75. doi:10.5038/9781732127555

Çakir, P., Güzel, M. y Barakazi, M. (2018, noviembre). Turistik Destinasyonlarda Ses Kirliliği Üzerine Bir Araştırma: Bodrum Örneği. *Social Sciences Studies Journal*. 10.26449/sss.1006

Castillo, M., Minaya, J. y Castillo, A. (2020, 05 mayo). Percepción de la población respecto al ruido producido por el transporte público en el distrito de Barranca, Lima, Perú. *Apuntes Universitarios*. <https://doi.org/10.17162/au.v10i3.454>

Chiarini, B., D'Agostino, A., Marzano, E. y Regoli, A. (2020). The perception of air pollution and noise in urban environments: A subjective indicator across European countries. *Journal of Environmental Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.110272>

Diaz, F., Caiffa, W., Costa, D., Xavier, C., Prioretti, F. y Friche, A. (2021). Noise annoyance, sociodemographic and health patterns, and neighborhood perceptions in a Brazilian metropolis: A health study. *Revista Brasileira de Epidemiologia*. <https://doi.org/10.1590/1980-549720210038>

Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., & Roldán, J. L. (2019). The role of authenticity, experience quality, emotions, and satisfaction in a cultural heritage destination. *Journal of Heritage Tourism*, 1–15. doi:10.1080/1743873x.2018.1554666

Eze, I., Foraster, M., Schaffner, E., Vienneau, D., Pieren, R., Imboden, M., Wunderli, J., Cajochen, C., Brink, M., RÖösl, M., y Probst-Hensch, N. (2020, noviembre). Incidence of depression in relation to transportation noise exposure and noise annoyance in the SAPALDIA study. *Environment International*. <https://doi.org/10.1016/j.envint.2020.106014>

Floroian, L., Lungu, A. y Badea, M. (2022). Study on the effect of noise pollution on public health. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*. <https://doi.org/10.31926/but.ms.2022.64.15.1.1>

Hernández, F., Vargas, J. y Aguilar, J. (2015). El efecto emocional de una experiencia turística: el mercado de artesanías de Oaxaca, México. *International Journal*. http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0014_turismo_emocional_experiencias_oaxaca.pdf

Hernández, O., Hernández, G. y López, E. (2019). Noise and health. *Revista Cubana de Medicina Militar*. <http://scielo.sld.cu/pdf/mil/v48n4/1561-3046-mil-48-04-e431.pdf>

Hosany, S. y Gilbert, D. (2009, diciembre). Measuring Tourists' Emotional Experiences toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of travel Research*. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287509349267>

Infante, R. y Pérez, J. (2021, 05 mayo). La contaminación acústica generado por el transporte terrestre y su implicancia en el estrés en los habitantes en la zona oeste de ate, Lima-Perú. *Polo del conocimiento*. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i5.2684>

Latip, N., Jaafar, M., Marzuki, A., Roufehaei, K., Umar, M., & Karim, R. (2020). THE IMPACT OF TOURISM ACTIVITIES ON THE ENVIRONMENT OF MOUNT KINABALU, UNESCO WORLD HERITAGE SITE. *PLANNING MALAYSIA*. <https://doi.org/10.21837/pm.v18i14.841>

Llado, J. (2022, 17 enero). Turismo y la contaminación sonora. <https://acento.com.do/opinion/turismo-y-la-contaminacion-sonora-9024080.html>

LLYC. (2022, marzo 22). LA NUEVA ERA DEL TURISMO: DE LA EXPERIENCIA A LAS EMOCIONES. <https://ideas.llorenteycuenca.com/2022/03/la-nueva-era-del-turismo-de-la-experiencia-a-las-emociones/>

López-Roldan, P. y Fachelli, S. (2017). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsoccaa_cap2-4a2017.pdf

Ma, J., Liu, G., Kwan, M. y Chai, Y. (2021, Julio). Does real-time and perceived environmental exposure to air pollution and noise affect travel satisfaction? evidence from Beijing, China. *Travel Behaviour and Society*. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2021.05.004>

Ministerio de Ambiente. (2021). Informe Nacional sobre el Estado del Ambiente 2014-2019. https://sinia.minam.gob.pe/inea/wp-content/uploads/2021/07/INEA-2014-2019_red.pdf

Ministerio de ambiente. (2021). Lineamientos para la elaboración de Planes de acción para la prevención y control de la contaminación sonora. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2143909/ANEXO%20RM.%20161-2021-MINAM%20-%20PROPUESTA%20LINEAMIENTOS%20PARA%20ELABORACION%20PLANES%20DE%20ACCION%20PARA%20LA%20PREVENCION%20Y%20CONTROL%20DE%20LA%20CONTAMINACION%20SONORA.pdf.pdf>

Mohamed, A., Paleologos, E. y Howari, F. (2021). Noise pollution and its impact on human health and the environment. *Pollution Assessment for Sustainable Practices in Applied Sciences and Engineering* (pp. 975-1206). <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809582-9.00019-0>

Municipalidad de Lima. (2020, abril 24). SE REDUJO CONTAMINACIÓN SONORA EN LIMA DURANTE EL ESTADO DE EMERGENCIA SANITARIA. <https://www.munlima.gob.pe/2020/04/24/se-redujo-contaminacion-sonora-en-lima-durante-el-estado-de-emergencia-sanitaria/>

Muñoz, S., Salcedo, J. y SotoMayor, S. (2021). Contaminación ambiental producida por el tránsito vehicular y sus efectos en la salud humana: revisión de literatura. *Inventum*. doi: 10.26620/uniminuto.inventum.16.30.2021.20-30

Otto, J. E., & Ritchie, J. R. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165–174. doi:10.1016/0261-5177(96)00003-9

Palacios, I. y Moreno, D. (2022). Contaminación ambiental. *Recimundo*. doi: 10.26820/recimundo/6.(2).abr.2022.93-103

Pérez, S. (2021). Contaminación acústica. *Saberes y Ciencia*. <https://saberesyciencias.com.mx/2021/09/06/contaminacion-acustica/>

Quispe, J., Roque, C., Rivera, G., Rivera, F. y Romaní, A. (2021). Impacto de la contaminación sonora en la salud de la población de la ciudad de Juliaca, Perú. *Ciencia Latina*. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.228

Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>

Romo, J. y Gómez, A. (2017). La percepción social del ruido como contaminante. https://www.researchgate.net/profile/Jose-Manuel-Orozco/publication/275353120_La_percepcion_social_del_ruido_como_contaminante/links/553a81cb0cf2c415bb08e51d/La-percepcion-social-del-ruido-como-contaminante.pdf

Romo, J., Gómez, D. y Gómez, A. (2010). Adaptación del instrumento para evaluar la percepción del ruido ambiental en la zona urbana de Rioverde San Luis Potosí. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34215492007>

RPP. (2016, 23 septiembre). Realizan campaña contra la contaminación sonora en Chiclayo. <https://rpp.pe/peru/lambayeque/realizan-campana-contra-la-contaminacion-sonora-en-chiclayo-noticia-977071>

Sueldo, J., Romero, L., Bravo, D. y Tufiño, C. (2019, 06 diciembre). Contaminación sonora en el paradero Benavides, en la ciudad de Lima, y el impacto en poblaciones aledañas. *Perfiles de Ingeniería*. https://doi.org/10.31381/perfiles_ingenieria.v15i15.3377

Syigna, K., Aasvang, G., Aamodt, G., Oftedal, B. y Hjertager, N. (2014, mayo). Road traffic noise, sleep and mental health. *Environmental Research*. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2014.02.010>

Solís, I. (2013). Vista de influencia de la contaminación sonora en la salud pública del poblador del Cercado de Lima. *Paideia XXI*. <https://doi.org/10.31381/paideiaxxi.v3i4.926>

Wang, Y., Yang, Y., Huang, S. (Sam), Huang, L. y Sun, W. (2021). Effects of air quality and weather conditions on Chinese tourists' emotional experience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. doi:10.1016/j.jhtm.2021.05.012

Yang, S., Mohd Isa, S. y Ramayah, T. (2020). Un marco teórico para explicar el impacto de la personalidad del destino, la autocongruencia y la experiencia emocional de los turistas en la intención de comportamiento. *SABIO Abierto*, 10 (4). <https://doi.org/10.1177/2158244020983313>

Yang, Y., Zhang, X. y Fu, X. (2022). Foreign tourists' experiences under air pollution: Evidence from big data. *Elseiver*. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104423>

Yu, J., Lee, K., Ariza-Montes, A., Vega-Muñoz y A. Han, H. (2021, 1 octubre). How Do Air Quality Issues Caused by Particulate Matter Affect Consumers' Emotional Response to Tourism Destinations and Willingness to Visit?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. <https://doi.org/10.3390/ijerph181910364>

Anexos*Instrumento de recolección*

Encuesta:

Doble mensaje

1. ¿Desea hacer el formulario en inglés o en español?

- a. Inglés
- b. Español

2. Género

- a. Femenino
- b. Masculino

3. Años

- a. 18-24
- b. 25-34
- c. 35-44
- d. 45-54
- e. 55-64
- f. Más de 64

4. Número de visitas anteriores

- a. Sin visita previa
- b. 1-2 visitas
- c. 3-4 visitas
- d. Más de 4 visitas

5. Viaja

- a. Solo
- b. En Familia
- c. Pareja
- d. Amigos
- e. Otros

6. Vive en Perú

- a. Si
- b. No

7. ¿Tiene demasiado ruido en donde se aloja o en el exterior?

- a. Si
- b. No

8. Durante el traslado a los diferentes atractivos turísticos de Chiclayo, señale la intensidad del ruido en la escala de Likert

- a. 1- moderado
- b. 2- alto
- c. 3- muy alto

Ruidos Externos

9. Durante su experiencia turística, con qué frecuencia percibió usted ruidos de...

Ruidos/Escala	1	2	3	4	5
<i>Ruidos de Transporte</i> <ul style="list-style-type: none"> - En la ruta - De aviones - Cerca al aeropuerto 					
<i>Ruidos industriales</i> <ul style="list-style-type: none"> - Producidos por vehículos de carga industrial - Producidos por maquinaria 					
<i>Construcción</i> <ul style="list-style-type: none"> - Sitios de construcción - Maquinaria de construcción - Trabajos de construcción 					
<i>Ruido relacionado a actividades humanas</i> <ul style="list-style-type: none"> - Provenientes de conversaciones en la vía pública - Producidos por niños jugando - Provenientes de zonas deportivas - Como música en alto volumen - Provenientes de Radio o TV 					
<i>Ruidos específicos de lugares de entretenimiento o comercial</i> <ul style="list-style-type: none"> - Provenientes de lugares de entretenimiento - Provenientes de vendedores - De música proveniente de tiendas 					

Ruidos Internos

10. En los establecimientos que visitó durante su experiencia turística, con qué frecuencia usted percibió ruidos

Ruidos/ Escala	1	2	3	4	5
Provenientes de conversaciones					
Provenientes de pisadas					
Provenientes de electrodomésticos					
Provenientes de música en volumen alto					
Producidos por impactos o golpes de objetos					
Portazos					
En las oficinas					
En los garajes					
En ascensores, plomería u otra maquinaria o equipamiento					
De lugares de trabajo de cualquier tipo					

11. Por favor indique sus sentimientos generales hacia el destino

1	2	3	4	5
Me disgustó mucho	No me gustó	No me gustó ni me disgustó	Me gustó	Me gustó mucho

12. Por favor indique sus sentimientos percibidos con respecto a su experiencia turística en el destino:

1	2	3	4	5
Me disgustó mucho	No me gustó	No me gusto ni me disgustó	Me gusto	Me gustó mucho

13. Indique las emociones que sintió en su experiencia emocional en el destino turístico

	1	2	3	4	5
	Muy poco	poco	Medianamente	Mucho	Bastante
Las emociones que sintió con respecto a su experiencia turística en el destino fueron:					

Alegre					
Placentera					
De júbilo					
De entusiasmo					
De deleite					
De ternura					
De amor					
De cuidado					
De afecto					
Cálida					
De asombro					
Fascinante					
De inspiración					
De sorpresa					

Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivo principal	Hipótesis	Variables	
¿Como influye la contaminación auditiva en la experiencia emocional turística del turista nacional y extranjero del destino Chiclayo 2023?	Establecer cómo influye la contaminación auditiva en la experiencia emocional turística del turista nacional y extranjero del destino Chiclayo 2023	La contaminación auditiva en Chiclayo influye de manera negativa en la experiencia emocional turística	Variable Contaminación Auditiva	
	Objetivos Específicos		Dimensiones	Indicadores
	Analizar el nivel de contaminación auditiva desde la perspectiva de los turistas nacionales y extranjeros de Chiclayo 2023		Ruidos externos provenientes de maquinaria pesada, de construcción y de transporte	Percepción de las personas sobre el área
	Identificar la experiencia emocional turística desde la perspectiva de los turistas nacionales y extranjeros		Ruidos externos provenientes de actividades humanas	
			Ruidos en espacios internos	
	Variable Experiencia Emocional Turística			
	Dimensiones	Indicadores		

	Determinar si el ruido influye en las dimensiones de la experiencia emocional turística.		Amor Alegría Sorpresa positiva	Descripción de las emociones de los turistas al pensar en el destino visitado
Enfoque: Cuantitativo Nivel: Explicativa descriptiva Tipo: Básica Diseño: No experimental		Población: Infinita Muestra: 385 Muestreo: Probabilístico Aleatorio Simple		Técnicas e instrumentos de recolección de datos Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Procedimiento y procesamiento de datos Se hará uso del programa SPSS

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, Isabel García Santana mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos, titulado **Contaminación auditiva y su influencia en la experiencia emocional turística de los turistas del destino Chiclayo 2023**, elaborado por el estudiante, Susana Nicole Miranda Vega; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 25 de mayo de 2023.

Mg. Isabel García Santana

Apellidos y Nombres del experto

Firma

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos, titulado Contaminación auditiva y su influencia en la experiencia emocional turística de los turistas del destino Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, Susana Nicole Miranda Vega; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 23 de mayo de 2023.



Medina Esparza Lorena Trinidad

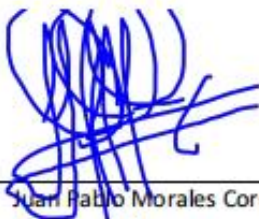
Firma

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos, titulado Contaminación acústica y su influencia en el comportamiento emocional de los visitantes a los destinos turísticos de Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, Susana Nicole Miranda Vega; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 25 de mayo de 2023.



Juan Pablo Morales Corozo

Firma