

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



**Calidad del servicio, satisfacción y lealtad en los clientes de  
11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y  
Negocios Internacionales

**Autor:**

Ruvaly Taco Medina  
Claudia Virginia Oxa Jorge  
Luciano Ticona Quea

**Asesor:**

Dr. Alexander David De La Cruz Vargas

Lima, febrero de 2023

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Yo Alexander David De La Cruz Vargas, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“CALIDAD DEL SERVICIO, SATISFACCIÓN Y LEALTAD EN LOS CLIENTES DE 11 HOSPEDAJES DE CUSCO Y AREQUIPA, 2022”** de los autores Ruvaly Taco Medina, Claudia Virginia Oxa Jorge y Luciano Ticona Quea tiene un índice de similitud de 16% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del o los autores, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 09 días del mes de febrero del año 2022.



---

Dr. Alexander David De La Cruz Vargas

Asesor

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 09 días del mes de febrero del año 2023 siendo las 16:30 horas., se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor presidente del Jurado: Mg. Lizardo Vásquez Villanueva el secretario: Mg. Alcides Alberto Flores Sáenz y como miembros Mg. David Junior Elías Aguilar Panduro y el asesor Dr. Alexander David De La Cruz Vargas, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: *“Calidad del Servicio, Satisfacción y Lealtad en los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa 2022”* de los Bachilleres:

- a. Ruvaly Taco Medina
- b. Claudia Virginia Oxa Jorge
- c. Luciano Ticona Quea

Conducente a la obtención del Título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado. Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Ruvaly Taco Medina

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<b>APROBADO</b>	<b>17</b>	<b>B+</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>SOBRESALIENTE</b>

Candidato (b): Claudia Virginia Oxa Jorge

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<b>APROBADO</b>	<b>17</b>	<b>B+</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>SOBRESALIENTE</b>

Candidato (c): Luciano Ticona Quea

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<b>APROBADO</b>	<b>17</b>	<b>B+</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>SOBRESALIENTE</b>

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el Presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

\_\_\_\_\_  
Presidente

  
\_\_\_\_\_  
Secretario

\_\_\_\_\_  
Asesor

\_\_\_\_\_  
Miembro

\_\_\_\_\_  
Miembro

\_\_\_\_\_  
Candidato/a (a)

\_\_\_\_\_  
Candidato/a (b)

\_\_\_\_\_  
Candidato/a (c)

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mi madre y hermanos por el gran apoyo me dieron para llegar a este punto de mi vida y que nunca es tarde para estudiar, gracias.

(Ruvaly Taco Medina)

La presente Tesis se la dedico a mi madre, a mi esposo y a mis hijos por darme la bendición, el apoyo, la paciencia y creer en mi capacidad para así seguir adelante en los momentos más difíciles.

(Claudia Virginia Oxa Jorge)

Agradezco a Dios, por darme la oportunidad, a mi hermana Juana, mi hija Evelyn y su esposo Wilbert mis queridas gemelas Lucia y Camila y les quede como ejemplo para su futuro; quienes me levantaron en cada caída, a mi compañera de tesis Ruvaly, mis familiares, les agradezco infinitamente.

(Luciano Ticona Quea)

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, en primer lugar, porque nos permite ser resilientes y nos brinda la fortaleza necesaria para conseguir y/o lograr nuestras metas a corto, mediano y largo plazo. A nuestros profesores por todo el apoyo brindado, en especial al Dr. Alexander De La Cruz por el tiempo invertido. A nuestros padres por todo el apoyo moral que nos han brindado. A la Universidad Peruana Unión, por darnos las herramientas necesarias para ser mejores cada día y ser grandes profesionales con valores cristianos y enfrentarnos al mundo con valor y confianza en Dios.

## INDICE

<b>Dedicatoria</b> .....	<b>4</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>4</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>7</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>8</b>
1.1. Estado del Arte.....	8
1.2. Objetivos .....	9
1.3. Hipótesis .....	9
<b>2. Materiales y métodos</b> .....	<b>10</b>
2.1. Diseño muestral.....	10
2.2. Técnica de recolección de datos.....	10
2.3. Técnicas estadísticas para el procesamiento de información .....	10
<b>3. Resultados y discusión</b> .....	<b>11</b>
3.1. Resultado 1 .....	11
3.3. Resultado 3 .....	12
3.4. Resultado 4 .....	13
3.5. Resultado 5 .....	13
3.6. Resultado 6 .....	14
3.7. Resultado 7 .....	15
3.8. Resultado 8 .....	16
3.9. Discusión.....	17
<b>4. Conclusiones</b> .....	<b>17</b>
<b>5. Recomendaciones</b> .....	<b>18</b>
<b>Referencias</b> .....	<b>19</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>20</b>

# Calidad del servicio, Satisfacción y Lealtad en los clientes de 11 Hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022

## Quality of service, Satisfaction and Loyalty in customers of 11 Accommodations in Cusco and Arequipa, 2022

Ruvaly Taco Medina<sup>1</sup>, Claudia Virginia Oxa<sup>2</sup>, Jorge Luciano Ticona<sup>3</sup>

<sup>a</sup> *Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Carretera Central Km 19.3, Lurigancho, Lima, 15464 Perú*

### Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación fue determinar la relación entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022. La metodología es de diseño no experimental, de tipo correlacional, en correspondencia al tipo de corte transversal debido a que se busca determinar la relación entre las variables y no se manipula durante la investigación. Se tomó una muestra de 570 clientes de los hospedajes de Cusco y Arequipa. El procesamiento de los datos se realizó a través del software SPSS. El instrumento utilizado para la determinar la relación entre las variables calidad de servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente fue el instrumento creado por Silva et al. (2021), el cual consta de 31 indicadores. Como resultado, se obtuvo que las variables calidad de servicio, satisfacción y lealtad del cliente tienen una correlación positiva y significativa alta con un coeficiente de 0,824 entre la calidad de servicio y la satisfacción, de 0,895 entre la calidad de servicio y la lealtad, de 0,665 entre la satisfacción y la lealtad del cliente. Finalmente, se recomienda mantener el lugar limpio y ordenado, con el fin de que se tenga una buena presentación de las instalaciones de los hospedajes.

*Palabras clave: Calidad de servicio, Satisfacción del cliente, Lealtad del cliente*

---

### Abstract

The objective of this research work is to determine the relationship between the quality of the Service, the Satisfaction and the Loyalty of the clients of 11 lodgings in Cusco and Arequipa, 2022. The methodology is of a non-experimental design, of a correlational type, in correspondence to the type of cross-section because it seeks to determine the relationship between the variables and is not manipulated during the investigation. A sample of 570 clients from the lodgings in Cusco and Arequipa was taken. Data processing was performed using SPSS software. The instrument used to determine the relationship between the variables quality of service, customer satisfaction and customer loyalty was the instrument created by Silva et al. (2021), which consists of 31 indicators. As a result, it was obtained that the variables quality of service, satisfaction and customer loyalty have a high positive and significant correlation with a coefficient of 0.824 between quality of service and satisfaction, of 0.895 between quality of service and loyalty, of 0.665. between customer satisfaction and loyalty. Finally, it is recommended to keep the place clean and tidy, in order to have a good presentation of the lodging facilities.

*Keywords: Quality of service, Customer satisfaction, Customer loyalty*

## 1. Introducción

Uno de los destinos más importantes de turismo, en el Perú, es Cusco, por lo que el sector hotelero es imprescindible en dicha localidad (Alfageme et al., 2016). Asimismo, el turista busca obtener un mejor servicio con respecto a otros hospedajes, lo que repercute en la necesidad de aplicar nuevos métodos de evaluación y mejorar la calidad del servicio para que un hospedaje pueda distinguirse (Amarilla et al., 2021).

Esto sucede debido al incremento de servicios hoteleros y de la oferta (Vidrio et al., 2020), y a la necesidad de diferenciarse debido a la disputa por ser el mejor en su rubro (Parameswaran & Glowacka, 1995). Asimismo, Santiago et al. (2017) mencionan que el sector hotelero aporta a la economía, por lo que los empresarios están buscando establecer vínculos, y un mayor valor percibido por sus clientes (Alfageme et al., 2016).

Según Vidrio et al. (2020), el impacto que tiene la calidad del servicio sobre la satisfacción y la lealtad del cliente ha generado resultados favorables, como recomendación por parte del cliente a amigos y familiares, y ha aumentado la rentabilidad de las empresas, lo que demuestra la calidad del servicio aporta una ventaja competitiva a la empresa, y le ayuda a conseguir una mejor posición frente a sus rivales (Arellano, 2017).

Los sectores con gran competencia son los que más se enfrentan a problemas para retener a sus clientes (García & Fabero, 2016), y para conseguir clientes que mantengan relaciones con la empresa por un largo tiempo, es decir lograr su lealtad (Vidrio et al., 2020).

Según Cucho (2021), el 68% de la insatisfacción de los clientes del sector hotelero se debe a la indiferencia de la empresa y al mal servicio que brinda. Por otra parte, en una investigación realizada por Sandada & Matibiri (2016), se demuestra que incrementar el 5% de lealtad del cliente puede generar que las utilidades aumenten entre el 25% al 45%.

El propósito del presente perfil del proyecto es proponer la investigación que verifique si la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente y lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa. Esta investigación es de tipo correlacional-no experimental, transversal. Los instrumentos de ambas variables serán aplicados a los clientes de 11 hospedajes.

### 1.1. Estado del Arte

En la investigación realizada por Gomez & Gutierrez (2019), aplicado a 360 clientes de un banco de la Molina, se encontró que la calidad del servicio tiene una relación significativa con la satisfacción ( $r=0,652$ ) y la lealtad de los clientes ( $0,657$ ) del banco. Además, se encontró que los elementos tangibles tienen una correlación alta con la satisfacción ( $r.0332$ ) y lealtad de los clientes ( $r.0369$ ).

En el estudio de Silva et al. (2021), aplicado a 512 clientes de una empresa comercial en México, se encontró que existe una correlación alta y significativa de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente y la lealtad del cliente de 0.820 y 0.803 respectivamente. Asimismo, se encontró una correlación altamente significativa entre los aspectos tangibles con la satisfacción del cliente y la lealtad de 0.910 y 0.919

respectivamente. Además, se concluye que por medio de la calidad del servicio se logrará la satisfacción del cliente y consecuentemente su lealtad lo que generará rentabilidad en la empresa.

## 1.2.Objetivos

El objetivo general del presente artículo es determinar la relación entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

Los objetivos específicos son:

- Determinar la relación entre los aspectos Tangibles, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Determinar la relación entre la Confiabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Determinar la relación entre la Responsabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Determinar la relación entre la Confianza, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Determinar la relación entre la Empatía, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

## 1.3.Hipótesis

La hipótesis general del presente artículo es: existe correlación significativa entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

Las hipótesis específicas son:

- Existe relación significativa entre los aspectos Tangibles, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Existe relación significativa entre la Confiabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Existe relación significativa entre la Responsabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Existe relación significativa entre la Confianza, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.
- Existe relación significativa entre la Empatía, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.



## 2. Materiales y métodos

La presente investigación será de tipo correlacional, puesto que se establecerá una relación entre la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022. Según Hernández et al. (2014), los estudios correlacionales tienen la finalidad de examinar la relación entre variables bajo contexto particular. Asimismo, la investigación será de diseño no experimental y de corte transversal simple porque la investigación se realizará en su ambiente natural, y se recolectarán los datos sin manipulación alguna de la variable.

### 2.1. Diseño muestral

El diseño muestral de la investigación se determina mediante un muestreo no probabilístico y no aleatorio, por conveniencia a 570 clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa.

### 2.2. Técnica de recolección de datos

Para medir la variable calidad de servicio, se utilizará el instrumento creado por Silva et al. (2021), basado en el modelo Servqual de Parasuraman et al. (1993), el cual está conformado por la siguiente estructura: elementos tangibles (4 ítems), confiabilidad (5 ítems), responsabilidad (4 ítems), confianza (4 ítems), empatía (5 ítems). Asimismo, se utiliza la siguiente escala de Likert para valorar las respuestas: 1= Muy en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni en desacuerdo ni acuerdo, 4= De acuerdo, 5= Muy de acuerdo. En el trabajo de Silva et al. (2021), aplicado a 516 clientes de una empresa comercial en México, donde se obtuvo una confiabilidad de 0.906 para la variable y para las dimensiones se obtuvo la confiabilidad de 0.918 para tangibles, 0.913 para confiabilidad, 0.919 para responsabilidad, 0.917 para confianza y 0.922 para empatía.

Para medir la variable de satisfacción del cliente, se utilizó el instrumento elaborado por Silva et al. (2021), basado en el modelo de ACSI (2018), el cual consta de 3 ítems. En el trabajo realizado por Silva et al. (2021), se aplicó a 516 clientes de una empresa comercial en México; asimismo, la confiabilidad de la escala con el coeficiente de Alpha de Cronbach reporta un valor de 0.908.

Para medir la variable Lealtad del cliente, se utilizó el instrumento elaborado por Silva et al. (2021), basado en la investigación realizada por Shi y col. (2014), el cual está conformado por 4 ítems. En el trabajo realizado por Silva et al. (2021), se aplicó a 516 clientes de una empresa comercial en México; asimismo, la confiabilidad de la escala con el coeficiente de Alpha de Cronbach reporta un valor de 0.886.

### 2.3. Técnicas estadísticas para el procesamiento de información

El procesamiento de los datos se realizará en el software estadístico SPSS versión 24; asimismo, para el análisis de los datos se utilizarán estadísticos descriptivos y correlacionales, para así poder determinar la relación entre las variables de estudio.

## 2.4. Aspectos éticos

Para la construcción de este perfil del proyecto que será materializado en un artículo científico, se utilizarán los principios de honestidad, integridad y beneficencia. Asimismo, la información brindada por parte de los encuestados se utilizará solo con fines de investigación; no será adulterada y serán recogidos de forma anónima, y se respetará la confidencialidad de la información brindada. Por su parte, los clientes de los 11 hospedajes firmarán un consentimiento informado al momento de realizar el instrumento.

## 3. Resultados y discusión

### 3.1. Resultado 1

En la tabla 1, se describen los datos de los encuestados. Se encuestaron a 5 hospedajes del departamento de Arequipa y a 5 hospedajes del departamento de Cusco: el 8.42% de los encuestados son del hospedaje Los Cristales de Cusco, el 9.12% son del hospedaje Star de Arequipa, el 8.77% son del hospedaje Star 2 de Arequipa, el 9.47% son del hospedaje Posada de Belén de Arequipa, el 8.77% son del hospedaje Medina de Cusco, el 9.12% son del hospedaje Don Bartolo de Cusco, el 8.95% son del hospedaje Yaureñita de Cusco, el 9.66% son del hospedaje Robert de Cusco, el 9.12% son del hospedaje La Joya de Arequipa, el 9,30% son del hospedaje América de Arequipa, y el 9,30% son del hospedaje Centurión de Arequipa.

Tabla 1: Tabla de los encuestados

Hospedaje	Departamento	Cientes encuestados	Porcentaje
Los Cristales	Cusco	48	8,42%
Star	Arequipa	52	9,12%
Star 2	Arequipa	50	8,77%
Posada de Belén	Arequipa	54	9,47%
Medina	Cusco	50	8,77%
Don Bartolo	Cusco	52	9,12%
Yaureñita	Cusco	51	8,95%
Robert	Cusco	55	9,66%
La Joya	Arequipa	52	9,12%
America	Arequipa	53	9,30%
Centurion	Arequipa	53	9,30%
Total	11	570	100,00%

### 3.2. Resultado 2

En la tabla N°2, se presenta la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk. Para la presente investigación se usará la prueba Kolmogorov-Smirnov, ya que la muestra es mayor a 50. Los resultados de esta prueba de normalidad determinan que se debe elegir usar la correlación Rho de Spearman.

Tabla 2: Prueba de normalidad de las variables

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,109	570	,000	,887	570	,000
Satisfacción del cliente	,208	570	,000	,923	570	,000
Lealtad del cliente	,132	570	,000	,955	570	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

### 3.3. Resultado 3

La hipótesis nula del presente artículo es que no existe una relación significativa y directa entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022; la hipótesis alterna es que existe una relación significativa y directa entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

Se puede observar en la tabla N°3 que el p valor es= ,000; por lo que existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, la cual sostiene que existe correlación directa entre las 3 variables. Además, el coeficiente de correlación Rho de Spearman, entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente es de 0,824, el cual demuestra que existe una correlación positiva alta. Por su parte, el coeficiente de correlación Rho de Spearman, entre la calidad de servicio y la lealtad del cliente, es de 0,895 el cual demuestra que existe una correlación positiva alta. Mientras que el coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la satisfacción y la lealtad del cliente es de 0,665 el cual refleja que existe una correlación positiva baja entre ambas variables.

Tabla 3 Relación entre la Calidad de Servicio, Satisfacción del cliente y Lealtad del cliente

Correlaciones					
			Calidad de servicio	Satisfacción del cliente	Lealtad del cliente
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,824**	,895**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	570	570	570
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,824**	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	570	570	570
Lealtad del cliente	Lealtad del cliente	Coefficiente de correlación	,895**	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	570	570	570

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

### 3.4. Resultado 4

Para la hipótesis específica N° 1: La hipótesis nula es que no existe correlación significativa entre los aspectos Tangibles, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022 y la hipótesis alterna es que existe correlación significativa entre los aspectos Tangibles, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

En la tabla 4, se presenta los aspectos Tangibles, la Satisfacción y la Lealtad del cliente, donde se puede observar que el p valor es igual a 0.000 ( $p < 0.05$ ); por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la cual sostiene que existe una correlación significativa entre la dimensión aspectos tangibles y las variables satisfacción del cliente y lealtad del cliente.

Asimismo, se puede apreciar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,452, el cual indica que existe una correlación positiva moderada entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente. Además, la correlación entre los aspectos tangibles y la lealtad del cliente es positiva moderada, con un valor de 0,502.

Tabla 4: Relación entre los aspectos tangibles, la satisfacción y la lealtad del cliente

Correlaciones					
			Aspectos Tangibles	Satisfacción del cliente	Lealtad del cliente
Rho de Spearman	Aspectos Tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,452**	,502*
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	570	570	570
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,452**	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	570	570	570
	Lealtad del cliente	Coeficiente de correlación	,502*	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	570	570	570

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

### 3.5. Resultado 5

Para la hipótesis específica N°2: La hipótesis nula es no existe correlación significativa entre la Confiabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022. La hipótesis alterna es que existe correlación significativa entre la Confiabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

En la tabla 5, se presenta la relación entre la Confiabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes. Los resultados de la relación según el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.780 entre la dimensión confiabilidad y la variable satisfacción del cliente, y de 0.850 entre la dimensión confiabilidad y la variable lealtad del cliente, con un p valor igual a 0.000 ( $p < 0.05$ ), por lo que se acepta la hipótesis alterna, lo cual indica que la relación es directa, con una correlación positiva alta para ambas correlaciones.

Tabla 5: Relación entre la confiabilidad, la satisfacción y la lealtad del cliente

Correlaciones					
			Confiabilidad	Satisfacción del cliente	Lealtad del cliente
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,780**	,850**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	570	570	570
Satisfacción del cliente		Coefficiente de correlación	,780**	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	570	570	570
Lealtad del cliente		Coefficiente de correlación	,850**	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	570	570	570

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

### 3.6. Resultado 6

Para la hipótesis específica N° 3: La hipótesis nula es no existe relación significativa entre la Responsabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022, y la hipótesis alterna es existe relación significativa entre la Responsabilidad, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

En la tabla 6, se presenta la relación entre la responsabilidad, la satisfacción y la lealtad del cliente. Los resultados de la relación según el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.637 entre la dimensión responsabilidad y la variable satisfacción del cliente, y de 0.430 entre la dimensión responsabilidad y la variable lealtad del cliente con un p valor igual a 0.000 ( $p < 0.05$ ), por lo que se acepta la hipótesis alterna, lo cual indica que la relación es directa, con una correlación positiva alta y moderada respectivamente.

Tabla 6: Relación entre la responsabilidad, la satisfacción y la lealtad del cliente

		<b>Correlaciones</b>			
			Responsabilidad	Satisfacción del cliente	Lealtad del cliente
Rho de Spearman	Responsabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,637**	,430**
		Sig. (bilateral)	.	,001	,002
		N	570	570	570
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,637**	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	,001	.	,000
		N	570	570	570
Lealtad del cliente	Lealtad del cliente	Coefficiente de correlación	,430**	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	,000	.
		N	570	570	570

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

### 3.7. Resultado 7

Para la hipótesis específica N° 4: La hipótesis nula es que no existe correlación significativa la Confianza, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022 y la hipótesis alterna es que existe correlación significativa entre la Confianza, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

En la tabla 7, se presenta la relación entre la a Confianza, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes, donde se puede observar que el p valor es igual a 0.000 ( $p < 0.05$ ); por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la cual sostiene que existe una correlación significativa entre la dimensión y ambas variables. Asimismo, se puede apreciar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,760 entre la confianza y la satisfacción del cliente, el cual indica que existe una correlación positiva alta, y una correlación de 0,927 entre la confianza y la lealtad del cliente, lo que indica que existe una correlación positiva muy alta.

Tabla 7: Relación entre la intención de renovación de la relación y la fidelización del cliente

<b>Correlaciones</b>					
			Confianza	Satisfacción del cliente	Lealtad del cliente
Rho de Spearman	Confianza	Coeficiente de correlación	1,000	,760**	,927**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,002
		N	570	570	570
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,760**	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	570	570	570
	Lealtad del cliente	Coeficiente de correlación	,927**	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	,000	.
		N	570	570	570

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

### 3.8. Resultado 8

Para la hipótesis específica N°5: La hipótesis nula es que no existe correlación significativa entre la Empatía, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022, y la hipótesis alterna es que existe correlación significativa entre la Empatía, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022.

En la tabla 8, se presenta la relación entre la empatía, la satisfacción y la lealtad del cliente, donde se puede observar que el p valor es igual a 0.000 ( $p < 0.05$ ); por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, se puede apreciar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,840, lo cual indica que existe una correlación positiva alta entre la empatía y la satisfacción, y de 0,781 entre la empatía y la lealtad, lo cual, de la misma manera indica una correlación positiva altamente significativa.

Tabla 8: Relación entre la empatía, la satisfacción y la lealtad del cliente

Correlaciones					
			Empatía	Satisfacción del cliente	Lealtad del cliente
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,840**	,781**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	570	570	570
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,840**	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	570	570	570
	Lealtad del cliente	Coefficiente de correlación	,781**	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	570	570	570

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

### 3.9. Discusión

El resultado del presente trabajo de investigación, mediante el análisis realizado (Rho de Spearman), demuestra que existe una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, ya que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,824; este resultado coincide en el resultado obtenido por Silva (2021), quien en su investigación encontró que existe una correlación positiva alta de 0,820. Por su parte, Gomez & Gutierrez (2019) también obtuvieron una correlación positiva con un coeficiente Rho de Spearman de 0,657. Asimismo, en la presente investigación se obtuvo como resultado que existe una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y la lealtad del cliente, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,895. Este resultado coincide con los resultados obtenidos por los autores Gomez & Gutierrez (2019) y Silva (2021), quienes en sus investigaciones también encontraron que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la lealtad, y obtuvieron un coeficiente Rho de Spearman de 0,657 y 0,803 respectivamente.

## 4. Conclusiones

Esta investigación, tuvo como propósito principal determinar si existe relación directa entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad de los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, a partir de los datos obtenidos se aceptó la hipótesis alterna y se concluye que existe una relación directa debido a que el p valor es = 0 ( $p < 0.05$ ); asimismo, es una correlación alta debido a que se obtuvo un coeficiente de 0,824 entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente y de 0,895 entre la calidad de servicio y la lealtad del cliente. Con respecto a las hipótesis específicas, también se aceptaron las hipótesis alternas debido a que el p valor es = 0 ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, se concluye: (1) Existe una correlación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente y entre los aspectos tangibles y la lealtad del cliente y es positiva y moderada en ambos casos debido a que los coeficiente son de 0,452 y 0,502 respectivamente; (2) Existe correlación significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente y entre la confiabilidad y la lealtad del cliente y es alta en ambos casos debido a que los coeficiente son de 0,780 y 0,850 respectivamente; (3) Existe correlación significativa entre la responsabilidad y la satisfacción del cliente y entre la responsabilidad y la lealtad del cliente, los coeficiente



son de 0,637 y 0,430, por lo que las correlaciones es alta y moderada respectivamente; (4) Existe correlación significativa entre la confianza y la satisfacción del cliente y entre la confianza y la lealtad del cliente y es altamente significativa en ambos casos debido a que los coeficiente son de 0,760 y 0,927 respectivamente; y (5) Existe correlación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente y entre la empatía y la lealtad del cliente y es alta en ambos casos debido a que los coeficiente son de 0,840 y 0,781 respectivamente.

## **5. Recomendaciones**

En función a los resultados, se observa que los clientes encuestados no se encuentran del todo conformes con la dimensión de aspectos tangibles, ya que, a pesar de existir una correlación positiva, esta correlación fue baja, lo cual refleja que a los hospedajes les falta implementar equipos modernos, y lograr que la presentación del lugar sea atractiva visualmente por lo que se recomienda mejorar la instalaciones de los hospedajes, así como mantener el lugar limpio y ordenado, con el fin de que se tenga una buena presentación de las instalaciones de los hospedajes.

## Referencias

- Alfageme, D., Budd, P., Chacón, C., Marocho, F., & Rivadeneira, J. C. (2016). Plan estratégico de Marketing para el turismo receptivo de naturaleza en la Región Cusco.
- Alvarez, P. (2019). Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis SRL de la ciudad de Cajamarca. In Tesis de postgrado. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24303/Alvarez Cabrera%2C Paola Consuelo.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24303/Alvarez%20Cabrera%20Paola%20Consuelo.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Amarilla, R., & Merlos, R. (2021). Calidad de servicio en hotel Ysapy de la ciudad de Pilar, desde la perspectiva del cliente, 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 8704-8717.
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de Las Ciencias*, 3(2), 72–83.
- Cucho, F. (2021). La calidad del servicio y la satisfacción del cliente del restaurant turístico Tulipans-Puno, periodo 2020.
- García, C., & Fabero, M. (2016). Desarrollo y validación inicial de una escala para evaluar la fidelidad de los consumidores hacia las tiendas. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 94–100. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.005>
- Gomez, R., & Gutierrez, L. (2019). Relacion entre calidad de servicio, satisfaccion y lealtad de clientes de banca exclusiva de un banco del distrito de la Molina, 2018.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.).
- Murali, S., Pugazhendhi, S., & Muralidharan, C. (2016). Modelling and Investigating the relationship of after sales service quality with customer satisfaction, retention and loyalty - A case study of home appliances business. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 67–83. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.001>
- Parameswaran, R., & Glowacka, A. (1995). University image: An information processing perspective. *Journal of Marketing for Higher Education*, 6(2), 41–56. [https://doi.org/10.1300/J050v06n02\\_04](https://doi.org/10.1300/J050v06n02_04)
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1993). More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69(1), 140–147. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(05\)80007-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(05)80007-7)
- Quispe, D. (2019). Calidad de servicio y fidelización de los clientes del club campestre y complejo recreacional Villa Barboza distrito de Luricocha, 2019.
- Sandada, M., & Matibiri, B. (2016). An Investigation into the impact of service quality, frequent flier programs and safety perception on satisfaction and customer loyalty in the airline industry in Southern Africa. *South East European Journal of Economics and Business*, 11(1), 41–53. <https://doi.org/10.1515/jeb-2016-0006>
- Santiago, N., Romero, A., & Álvarez, G. (2017). Current and projected developments of the international tourism in Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 276–287. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756273>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85–101.
- Vidrio, S., Rebolledo, A., & Galindo, S. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación Administrativa*, 49–1(125), 1–20. <https://doi.org/10.35426/iav49n125.02>.

# **Anexos**

## Anexo A

### Instrumento de Recolección de Datos

#### Instrumento

Lea detenidamente las siguientes preguntas y seleccione la opción que mejor se acomode a su experiencia

1=Muy en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni en desacuerdo ni de acuerdo  
4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>		1	2	3	4	5
<b>Tangibles</b>						
1	Los equipos que se utilizan dentro del hospedaje son modernos					
2	Las instalaciones del hospedaje son visualmente atractivas					
3	Los empleados del hospedaje tienen buena presentación					
4	El hospedaje está ordenado y limpio					
<b>Confiabilidad</b>						
5	Se cumplen con los tiempos de espera cuando solicita algún servicio dentro del hospedaje					
6	Cuando usted tiene un problema el personal muestra interés genuino en resolverlo					
7	Los trabajadores proporcionan un buen servicio a la primera					
8	La atención al cliente dentro del hospedaje se realiza en un tiempo razonable					
9	Se esfuerzan para no cometer errores en el servicio					
<b>Responsabilidad</b>						
10	El cliente sabe exactamente el tiempo en que tardarán en proporcionar el servicio					
11	El servicio en el hospedaje con relación al número de					

	clientes es relativamente rápido					
12	Los trabajadores del hospedaje siempre están dispuestos a proporcionar ayuda					
13	Los trabajadores del hospedaje atienden las solicitudes de los clientes rápidamente					
<b>Confianza</b>						
14	Los trabajadores inspiran confianza a los clientes					
15	Te sientes seguro y tranquilo cuando interaccionas con los trabajadores del hospedaje					
16	Los empleados son educados y corteses					
17	Los empleados del hospedaje están capacitados					
<b>Empatía</b>						
18	El hospedaje brinda atención personalizada					
19	Los trabajadores del hospedaje brindan atención personal					
20	Los trabajadores del hospedaje atienden sus necesidades específicas					
21	Los trabajadores muestran interés genuino para atender					
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>						
1	En general me encuentro satisfecho con el servicio que el hospedaje brinda					
2	La atención que brinda el hospedaje excede mis expectativas					
3	El servicio en el hospedaje excede mis expectativas					
<b>LEALTAD DEL CLIENTE</b>						
1	Tengo la intención de continuar asistiendo al hospedaje en los próximos años					
2	Voy a recomendar el hospedaje a aquellas personas que me pregunten mi opinión					
3	Voy a decir cosas positivas del hospedaje					
4	Prefiero acudir a este hospedaje aun si otro hospedaje ofreciera el mismo trato o servicio					

## Anexo B

### Consentimiento Informado

#### CONSENTIMIENTO ABREVIADO PARA TAMAÑO DE MUESTRAS MAYORES

#### Calidad del servicio, Satisfacción y Lealtad en los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022. / cuestionario

Yo Ruvaly Taco Medina, estudiante de Administración y Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Empresariales. Este cuestionario tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad del Servicio, la Satisfacción y la Lealtad en los clientes de 11 hospedajes de Cusco y Arequipa, 2022. Su participación es totalmente voluntario y no será obligatorio llenar dicha encuesta si es que no lo desea. Si decide participar en este estudio, por favor responda el cuestionario, así mismo, puede dejar de llenar el cuestionario en cualquier momento, si así lo decide.

Cualquier duda o consulta que usted tenga posteriormente puede escribirme a [ruvaly.taco@upeu.edu.pe](mailto:ruvaly.taco@upeu.edu.pe).

***He leído los párrafos anteriores y reconozco que al llenar y entregar este cuestionario estoy dando mi consentimiento para participar en este estudio***

\_\_\_\_\_  
Firma del participante

Fecha:

## Anexo C

### Matriz de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Definición instrumental	Definición operacional	Técnica (Instrumento)	Fuente
<b>Calidad de Servicio</b>	Tangibles	1	Los equipos que se utilizan dentro del hospedaje son modernos	Las respuestas a estas preguntas se validarán de acuerdo a la escala de Likert: 1= muy en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo	Para medir la variable calidad de servicio se utilizará el instrumento creado por Silva et al. (2021),
		2	Las instalaciones del hospedaje son visualmente atractivas		
		3	Los empleados del hospedaje tienen buena presentación		
		4	El hospedaje está ordenado y limpio		
	Confiabilidad	5	Se cumplen con los tiempos de espera cuando solicita algún servicio dentro del hospedaje		
		6	Cuando usted tiene un problema el personal muestra interés genuino en resolverlo		
		7	Los trabajadores proporcionan un buen servicio a la primera		
		8	La atención al cliente dentro del hospedaje se realiza en un tiempo razonable		
		9	Se esfuerzan para no cometer errores en el servicio		
	Responsabilidad	10	El cliente sabe exactamente el tiempo en que tardarán en proporcionar el servicio		
		11	El servicio en el hospedaje con relación al número de clientes es relativamente rápido		
					570 clientes de 11 hospedajes de Arequipa y Cuzco.

		12	Los trabajadores del hospedaje siempre están dispuestos a proporcionar ayuda			
		13	Los trabajadores del hospedaje atienden las solicitudes de los clientes rápidamente			
	Confianza	14	Los trabajadores inspiran confianza a los clientes			
		15	Te sientes seguro y tranquilo cuando interactúas con los trabajadores del hospedaje			
		16	Los empleados son educados y corteses			
		17	Los empleados del hospedaje están capacitados			
	Empatía	18	El hospedaje brinda atención personalizada			
		19	Los trabajadores del hospedaje brindan atención personal			
		20	Los trabajadores del hospedaje atienden sus necesidades específicas			
		21	Los trabajadores muestran interés genuino para atender			
		22	Las horas de servicio que el hospedaje ofrece son adecuadas			
<b>Satisfacción</b>	Satisfacción	1	En general me encuentro satisfecho con el servicio que el hospedaje brinda			
		2	La atención que brinda el hospedaje excede mis expectativas			
		3	El servicio en el hospedaje excede mis expectativas			



<b>Lealtad</b>	Lealtad	1	Tengo la intención de continuar asistiendo al hospedaje en los próximos años			
		2	Voy a recomendar el hospedaje a aquellas personas que me pregunten mi opinión			
		3	Voy a decir cosas positivas del hospedaje			
		4	Prefiero acudir a este hospedaje aun si otro hospedaje ofreciera el mismo trato o servicio			

## Anexo C

### Autorizaciones de hospedajes

## CARTA DE AUTORIZACION

Camaná, 10 de Abril del 2022.

Yo ROXANA ESMEREGILDA PALMA HUAMACHUCO, Administrador del HOSPEDAJE AMERA, identificado con DNI N° 29641008, con RUC N°10296410085, Domiciliado en CALLE GARCI CARBAJAAL 300 CAMANA, del Distrito de Camaná, Provincia de Camaná, Departamento de Arequipa, **AUTORIZO** a Claudia Virginia Oxa Jorge a que pueda realizar su trabajo de encuestas en el establecimiento del Hostal Hospedaje America.

Se expide el presente documento para fines consiguientes.

Atentamente.



ROXANA E. PALMA HUAMACHUCO

DNI N° 29641008

Celular: 974778386

## CARTA DE AUTORIZACION

Arequipa, 24 de Abril del 2022.

Yo FLORA TOSA ROCA DE BELLOTA, Administradora del HOTEL CENTURION, identificado con DNI N° 29668290, con RUC N° 10296682905, Domiciliado en CALLE JAVIER PERES CUELLAR URB. TERMINAL TERRESTRE MZA. A. LOTE 16, del Distrito de Jacobo Hunter , Provincia de Arequipa, Departamento de Arequipa, **AUTORIZO** a Claudia Virginia Oxa Jorge a que pueda realizar su trabajo de encuestas en el establecimiento del Hostal Hospedaje Hotel Centurion.

Se expide el presente documento para fines consiguientes.

Atentamente.



---

FLORA T. ROCA DE BELLOTA

DNI N° 29668290

Celular: 993175213

## CARTA DE AUTORIZACION

Secocha, 16 de Abril del 2022.

Yo NICOLAS LUCHO MAYTA HALANOCCA, Administrador del HOSTAL LA LLAVE, identificado con DNI N° 44640062, con RUC N°10446400628, Domiciliado en MZA. M LOTE.04 C.P. SECOCHA, a media cuadra del terminal de Secocha, del Distrito de Mariano Nicolas Valcárcel – Urasqui, Provincia de Camaná, Departamento de Arequipa, **AUTORIZO** a Claudia Virginia Oxa Jorge a que pueda realizar su trabajo de encuestas en el establecimiento del Hostal La Llave.

Se expide el presente documento para fines consiguientes.

Atentamente.



---

NICOLAS L. MAYTA HALANOCCA

DNI N° 44640062

Celular: 984462864

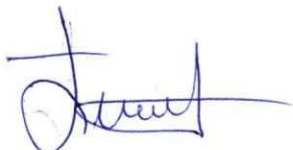
## CARTA DE AUTORIZACION

Arequipa, 23 de Abril del 2022.

Yo JEAN POOL OCHOA CARBAJAL, Administrador del HOTEL LA JOYA, identificado con DNI N°48838707, con RUC N° 20488387074, Domiciliado en el Cruce La Joya. del Distrito de La Joya, Provincia de Arequipa, Departamento de Arequipa, **AUTORIZO** a Claudia Virginia Oxa Jorge a que pueda realizar su trabajo de encuestas en el establecimiento del Hostal Hospedaje Hotel La Joya.

Se expide el presente documento para fines consiguientes.

Atentamente.



---

JEAN P. OCHOA CARBAJAL

DNI N° 48838707

Celular: 995420090

# HOSTAL STAR

Principal Av. Mariscal Castilla N° 260 Camaná.

Urb. Campiña Dorada G-10 Arequipa

## CARTA DE AUTORIZACION

Camaná 20 de abril del 2022.

Yo Nelly Rosa Pachari Mamani administradora del hospedaje STAR identificado con DNI 40713245 Con domicilio en Mz 20 Lote 09 Fondo Jr. Vallecito Canana, de la provincia de Camaná de la Región de Arequipa; AUTORIZO al Bachiller Luciano Ticona Quea para que puedan obtener información y para el análisis científico que requiere para obtener su licenciatura, dicho trabajo de investigación lo realizara en los establecimientos.

A. Hospedaje STAR la principal de la ciudad de Camaná cito en la avenida Mariscal Castilla N° 260.denominado también Mz: I, Lote 9 A Camaná Cercado.

B. Hospedaje STAR de la urbanización Campiña Dorada G 10 Arequipa.

Se le brinda facilidades para que pueda realizar su trabajo de investigación científica los dos hospedajes.

Se le expide el presente documento para los fines de trámite de su institución.



*Nelly Rosa Pachari Mamani*

Nelly Rosa Pachari Mamani

DNI: 40713245

RUC: 10407132454

ADMINISTRADORA

---

**Administración: Cel 976035479**



## HOSTAL "POSADA DE BELEN"

LES BRINDAMOS HABITACIONES CON BAÑO  
PRIVADO, SIMPLES, DOBLES, MATRIMONIALES,  
AGUA CALIENTE, TV, CABLE, WÍ FE.

CALLE YAPURA N° 205 PT ZAMACOLA

CERRO COLORADO- AREQUIPA, TELÉFONO 054-344595.

### CARTA DE AUTORIZACION

Walter Alejo Escalante Ccahuata

[Administrador del HOSTAL "POSADA DE BELEN"]

Arequipa 10 de abril 2022

La organización "HOSTAL POSADA DE BELEN" se complace en brindarle su respuesta a su solicitud presentado a esta como una oportunidad de poder graduarse como (licenciado en administración y negocios internacionales) como parte de cumplir por un tiempo determinado 20 días y señalando como máximo, entrevistas a los clientes que ud entrego un formato que comprende 2 hojas con 28 interrogantes para cada cliente y también ud envió una copia de Luciano Ticona Quea de bachiller de la Universidad Peruana UNION (UPeU) recibido el 22 de febrero del año en curso, se le brindara las facilidades para dicho estudio por el tiempo solicitado y no se le dará ningún pago alguno por la actividad académica (señalando fecha de inicio y fecha de finalización) por el estudiante y se le confirma la aceptación hoy 10 de abril del presente.

¡Felicidades y bienvenido al HOSTAL "POSADA DE BELEN" ¡

Atentamente:

Walter Alejo Escalante Ccahuata

Administrador

RUC 10296563981



# HOSPEDAJE

## *Medina*

### CARTA DE AUTORIZACION

Espinar, 21 de octubre del 2021

Yo, **YAKELI TACO MEDINA**, Administradora del hospedaje Medina, identificado con, DNI 43654993, con domicilio en la Calle Anta N° 301 de la provincia de Espinar del Departamento de Cusco, **AUTORIZA** a Ruvaly Taco Medina, Claudia Oxa Jorge y Luciano Ticona Quea para que puedan hacer su trabajo de Investigación en el establecimiento Hospedaje "Medina" dicho lugar está ubicado en la Calle Anta N° 301 – Espinar Cusco.

Se expide el presente documento para fines consiguientes.

Atentamente.



Yakeli Taco Medina  
DNI: 43654993



## CARTA DE AUTORIZACION

Arequipa, 29 de abril del 2022.

Yo, Florez Zarate Luis Duberly, Representar del Hostal FLORES, identificado con DNI 43038198, Con RUC 10430381984, Domiciliado prolongación colon S/N en la provincia de Espinar, departamento de Cusco, AUTORIZO al Bachiller RUVALY TACO MEDINA para que pueda obtener información y para el análisis científico que requiere para obtener su licenciatura, dicho trabajo de investigación lo realizara mediante encuestas en el establecimiento del hospedaje Hostal FLORES.

Se le brinda facilidades para que pueda realizar su trabajo de investigación científica.

Se le expide el presente documento para los fines de trámite de su institución.

Atentamente.



**HOTEL DON BARTOLO**

*L. Duberly Florez Zarate*  
GERENTE

Florez Zarate Luis Duberly  
Representante  
DNI: 43038198  
Cel.: 958333105

## CARTA DE AUTORIZACION

Arequipa, 29 de abril del 2022.

Yo, Kana Ccapa Rodolfo, Representar del Hotel Robert, identificado con DNI 40376151, Con RUC 10403761511, Domiciliado Calle Arequipa en la provincia de Espinar, departamento de Cusco, AUTORIZO al Bachiller RUVALY TACO MEDINA para que pueda obtener información y para el análisis científico que requiere para obtener su licenciatura, dicho trabajo de investigación lo realizara mediante encuestas en el establecimiento del hospedaje HOSTAL ROBERT.

Se le brinda facilidades para que pueda realizar su trabajo de investigación científica.

Se le expide el presente documento para los fines de trámite de su institución.

Atentamente.



---

Kana Ccapa Rodolfo  
Representante  
DNI: 40376151  
Cel.: 973658080

## **CARTA DE AUTORIZACION**

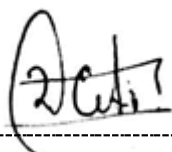
Arequipa, 29 de abril del 2022.

Yo, Cuti Chuctaya Wilbert, Representar del Hotel YAUREÑITA, identificado con DNI 42944170, Con RUC 10429441701, Domiciliado en la provincia de Espinar, departamento de Cusco, AUTORIZO al Bachiller RUVALY TACO MEDINA para que pueda obtener información para el análisis científico que requiere para obtener su licenciatura, dicho trabajo de investigación lo realizara mediante encuestas en el establecimiento del hospedaje Hotel YAUREÑITA.

Se le brinda facilidades para que pueda realizar su trabajo de investigación científica.

Se le expide el presente documento para los fines de trámite de su institución.

Atentamente.



-----  
Cuti Chuctaya Wilbert  
Representante

DNI: 42944170

Cel.: 959164789

## Anexo E

### Evidencias de la recolección de datos

