



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y
DESARROLLO EMPRESARIAL

TESIS

MARKETING HOTELERO Y CALIDAD DE SERVICIO EN
HOSTALES DE DOS Y TRES ESTRELLAS DEL DISTRITO DEL
CUSCO, AÑO 2018

PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO
EMPRESARIAL

AUTOR

Br. GARY WASHINGTON LOAYZA PALOMINO

ASESOR:

Dr. FEDERICO MOSCOSO OJEDA

CODIGO ORCID:

0001-8029-558X

CUSCO – PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, asesor del trabajo de investigación/tesis titulado: MARKETING HOTELERO Y CALIDAD DE SERVICIO EN HOSTALES DE DOS Y TRES ESTRELLAS DEL DISTRITO DEL CUSCO, AÑO 2018 presentado por: GARY WASHINGTON LOAYZA PALOMINO con Nro. de DNI: 73636753, para optar el título profesional/grado académico de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO EMPRESARIAL

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9%

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera hoja del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 24 de OCTUBRE de 2023



Firma

Post firma FEDERICO MOSCOSO OJEDA

Nro. de DNI 23825517

ORCID del Asesor 0000-0001-8029-558X

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: [oid:27259:279987127](https://doi.org/10.27259/779987127)



Identificación de reporte de similitud. oid:27259:279987127

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS Marketin Hotelero y Calidad de Ser
v 2023[002].docx**

AUTOR

GARY LOAYZA

RECUENTO DE PALABRAS

21613 Words

RECUENTO DE CARACTERES

111909 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

119 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.1MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 24, 2023 12:04 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 24, 2023 12:06 PM GMT-5**● 9% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar el grado de relación del marketing hotelero con la calidad del servicio de dos y tres estrellas del distrito del Cusco en el año 2018. Para este estudio se efectuó una investigación de tipo cuantitativa, según el alcance es descriptivo-correlacional, de diseño no experimental; empleando una muestra de 288 turistas, para lo cual se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento utilizado ha sido el cuestionario. Las conclusiones permiten evidenciar que el marketing hotelero que se practican en los hostales de dos y tres estrellas del distrito del Cusco desde la percepción de los huéspedes es bueno para el 56,6% de los casos, en cuanto a la calidad de servicio desde la percepción de los huéspedes es buena para el 52.2% de los casos, por lo tanto el marketing hotelero se relaciona significativamente con la calidad de servicio en hostales de dos y tres estrellas del distrito del Cusco en el año 2018 ($p < 0,05$).

Palabras claves: Marketing hotelero, calidad de servicio, hostales, huéspedes.