

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
Escuela Profesional de Turismo y Hotelería



**Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta
Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online
y reservas directas, Arequipa -2022**

Tesis presentada por las Bachilleres:

Rodrigo Vallenas, Fernanda Sofia

ORCID: 0009-0006-0150-0092

Zambrano Gutierrez, Favia Lucia

ORCID: 0009-0007-6185-7779

para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Asesora:

Wagner Carrillo, Yudy Djanira

ORCID: 0000-0002-9387-158X

Arequipa – Perú

2025

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

TURISMO Y HOTELERIA

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 04 de Diciembre del 2024

Dictamen: 005054-C-EPTYH-2024

Visto el borrador del expediente 005054, presentado por:

2015202052 - RODRIGO VALLENAS FERNANDA SOFIA

2015201972 - ZAMBRANO GUTIERREZ FAVIA LUCIA

Titulado:

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LA MOTIVACIÓN DEL TURISTA DEL HOTEL SONESTA AREQUIPA
ENTRE LAS RESERVAS CONFIRMADAS MEDIANTE AGENCIAS DE VIAJE ONLINE Y RESERVAS
DIRECTAS, AREQUIPA -2022**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERIA

**29519336 - DELGADO DEL CARPIO PEGGY GINA
DICTAMINADOR**



**29707114 - PALZA MONROY AMELY FARIDY
DICTAMINADOR**



**29733042 - FLORES VILCA IVONNE VIRGINIA
DICTAMINADOR**



Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online y reservas directas, Arequipa -2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	1%
3	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	doi.org Fuente de Internet	<1%
6	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
7	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uan.edu.co Fuente de Internet	<1%

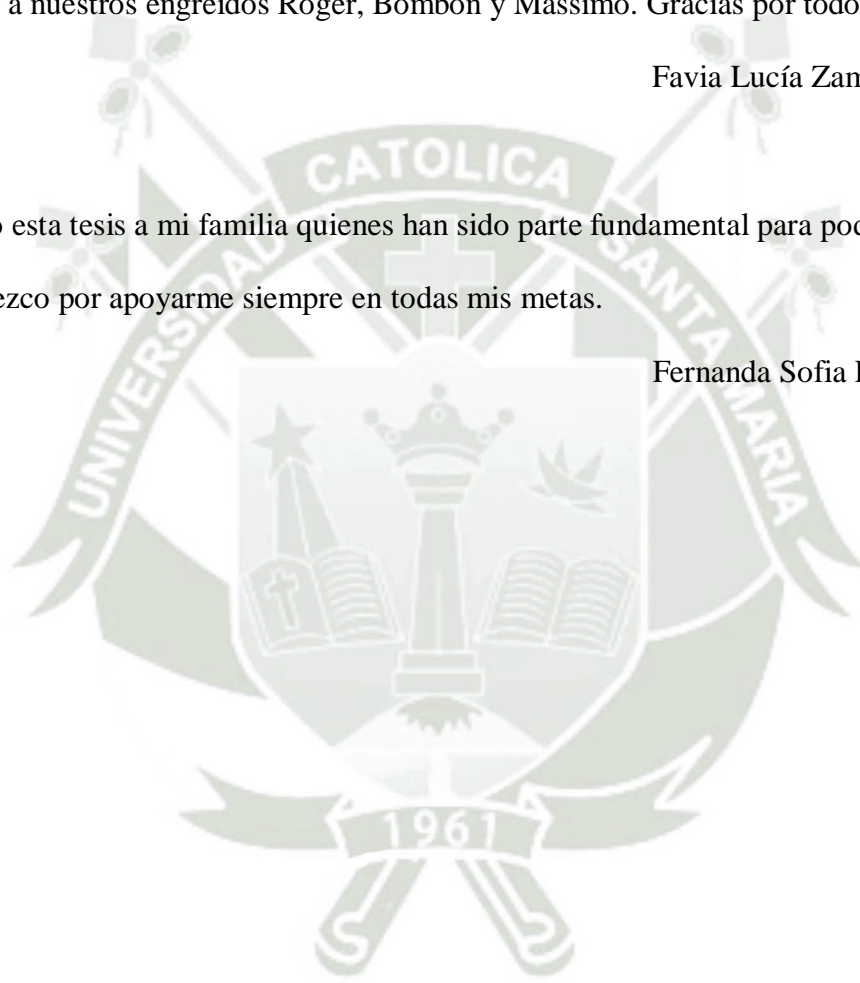
DEDICATORIA

Le dedico esta tesis a Dios, a mis padres Rosio y Ricardo que son el motivo por el cual yo puedo cumplir mis objetivos y mis sueños, que siempre van a estar ahí apoyando en todos los momentos importantes de mi crecimiento personal y profesional, a mis hermanos Laleshka, Vicente y a nuestros engréidos Roger, Bombón y Massimo. Gracias por todo.

Favia Lucía Zambrano Gutiérrez.

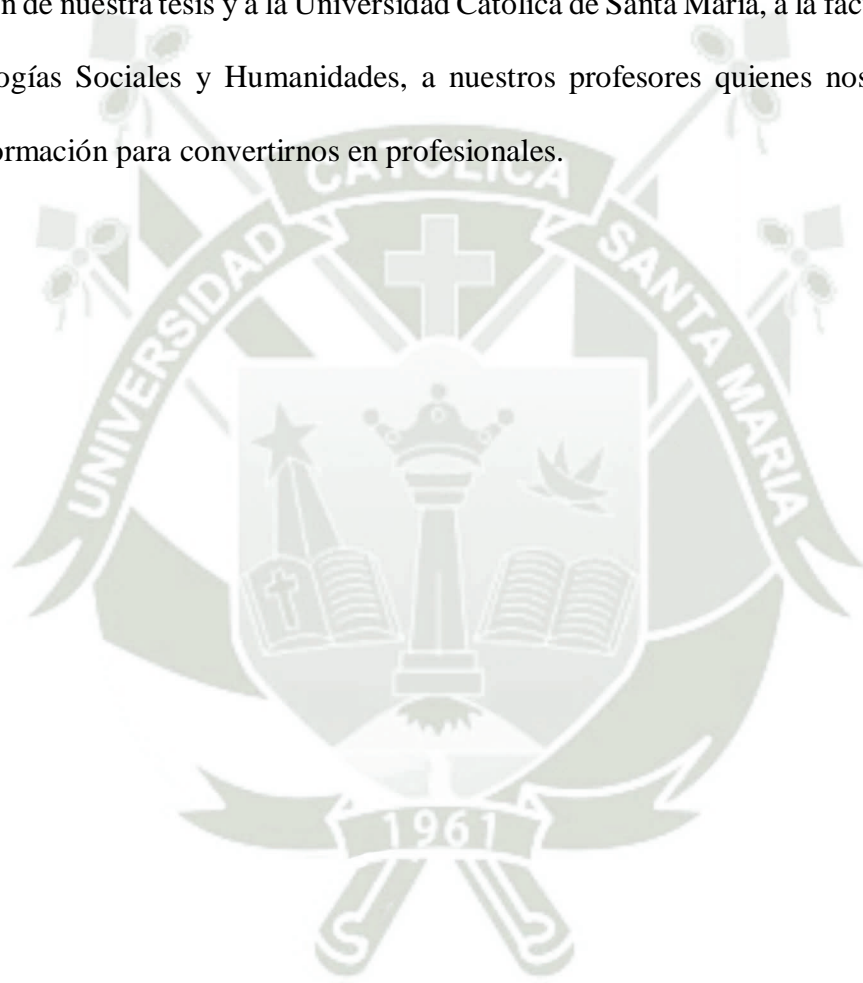
Le dedico esta tesis a mi familia quienes han sido parte fundamental para poder terminarla, les agradezco por apoyarme siempre en todas mis metas.

Fernanda Sofia Rodrigo Vallenas



AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro agradecimiento primero que nada a nuestros padres que siempre nos impulsan a conseguir nuestros objetivos y poder cumplir nuestros sueños; agradecemos al Hotel Sonesta Arequipa por brindarnos su ayuda para la obtención de información para la realización de nuestra tesis y a la Universidad Católica de Santa María, a la facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades, a nuestros profesores quienes nos han ayudado a nuestra formación para convertirnos en profesionales.



RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo comparar la motivación del turista del Hotel Sonesta que confirma su reserva mediante agencias de viajes online y reservas directas, Arequipa 2022. Así mismo, la investigación es del tipo básico y nivel descriptivo - explicativo y nos permitió identificar dos variables: Motivación del turista y reserva hotelera. La técnica utilizada para la primera variable fue un cuestionario compuesto por 9 preguntas de opción múltiple con una muestra de 338 huéspedes del hotel Sonesta Arequipa y para la segunda variable se utilizó una ficha de observación donde se obtuvo una población de las reservas realizadas al hotel en el periodo de Julio a Diciembre del 2022 en el hotel Sonesta Arequipa, siendo un total de 2817 reservas.

Los resultados nos muestra la motivación principal para elegir el Hotel Sonesta Arequipa es extrínseca debido a que en su mayoría los huéspedes que llegan al hotel son corporativos o llegan por motivos de trabajo, la motivación intrínseca también se encuentra presente sin embargo es mucho menor, esto lo podemos apreciar en la cantidad de reservas generadas por búsqueda propia. Basándonos en los cuestionarios recibidos y en la ficha de observación podemos decir que el Hotel recibe un gran número de huéspedes corporativos, los cuales llegan principalmente debido a que sus empresas realizan las reservas directamente con el hotel, esa es la principal motivación.

Palabras clave: Hotelería, reservas, huéspedes, motivación, OTAS, agencias de viaje online.

ABSTRACT

The objective of this study was to compare the motivation of tourists at the Sonesta Hotel who confirm their reservations through online travel agencies and direct reservations, Arequipa 2022.

Likewise, the research is of the basic type and descriptive - explanatory level and allowed us to identify two variables: tourist motivation and hotel reservation. The technique used for the first variable was the survey composed of 9 multiple choice questions with a sample of 338 guests of the Sonesta Arequipa hotel and for the second variable an observation sheet was used where a population of reservations made at the hotel in the period from July to December 2022 in the Sonesta Arequipa hotel was obtained, being a total of 2817 reservations.

The results show that the main motivation for choosing the Hotel Sonesta Arequipa is extrinsic because most of the guests who come to the hotel are corporate or come for work reasons, intrinsic motivation is also present but is much lower, this can be seen in the number of reservations generated by self-seeking. Based on the surveys received and the observation sheet, we can say that the hotel receives a large number of corporate guests, who arrive mainly because their companies make reservations directly with the hotel, which is the main motivation.

Keywords: Hospitality, reservations, guests, motivation, otas, online travel agencies.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I..... 3

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO 4

1.1. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA.....4

1.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA4

1.2.1 CAMPO Y ÁREA4

1.2.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN4

1.2.3 TIPO DE PROBLEMA4

1.3. JUSTIFICACIÓN5

A) RELEVANCIA SOCIAL5

B) RELEVANCIA ACADEMICA.....5

C) RELEVANCIA ETICA5

D) RELEVANCIA ECONOMICO5

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 6

2.1. OBJETIVO GENERAL.....6

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
2.3. VARIABLES.....	6
3. MARCO TEÓRICO.....	7
3.1. MOTIVACIÓN.....	7
3.2. MOTIVACIÓN TURÍSTICA.....	7
3.3. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA.....	8
3.4. MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA.....	9
3.5. TIPOS DE TURISTAS.....	10
3.6. HOTEL.....	12
3.7. CLASIFICACIÓN DE HOTELES.....	14
3.8. MARKETING DIGITAL.....	15
3.9. MARKETING HOTELERO.....	17
3.10. RESERVA HOTELERA.....	19
3.11. RESERVA DIRECTA.....	21
3.12. RESERVA VÍA CORREO ELECTRÓNICO.....	22
3.13. REDES SOCIALES.....	22
3.14. RESERVA TELEFÓNICA.....	23
3.15. HUÉSPEDES WALK IN.....	23
3.16. RESERVAS A TRAVÉS DE AGENCIAS DE VIAJE ONLINE.....	24
3.17. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ONLINE EN LOS SERVICIOS HOTELEROS.....	24
3.18. PÁGINA WEB.....	25
3.19. AGENCIAS DE VIAJE ONLINE (OTAS).....	26
3.19.1 BOOKING.....	29
3.19.2 EXPEDIA.....	29
3.19.3 DESPEGAR.....	29
3.19.4 ROIBACK.....	30
3.19.5 SYNXIS.....	30

4. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	30
4.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	30
4.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	32
4.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	33
5. HIPÓTESIS.....	33
CAPÍTULO II.....	34
PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	35
1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	35
1.1. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	35
1.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
1.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	35
1.1.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	35
2. TÉCNICA E INSTRUMENTO.....	35
2.1. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	35
2.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	36
3. CAMPOS DE VERIFICACIÓN.....	36
3.1. ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	36
3.2. UNIDAD DE ESTUDIO.....	36
UNIVERSO:	36
MUESTRA:	37
3.3. TEMPORALIDAD.....	38
4. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38
4.1. CRITERIOS DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	38

4.2. CRONOGRAMA DE TRABAJO	39
CAPÍTULO III.....	40
1. RESULTADOS.....	41
1.1. RESULTADOS DE LA VARIABLE MOTIVACIÓN	41
1.2. RESERVAS CONFIRMADAS MEDIANTE RESERVAS DIRECTAS Y RESERVAS POR AGENCIAS DE VIAJES ONLINE	57
DISCUSIÓN	68
CONCLUSIONES.....	70
SUGERENCIAS.....	71
REFERENCIAS.....	72
ANEXOS	85
ANEXO 1: CARTA DE ACEPTACIÓN DE USO DE DATOS	85
ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ASEGURAR LA COHERENCIA EN EL PLAN DE TESIS.....	86
ANEXO 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN	87
ANEXO 4: FICHA DE OBSERVACIÓN	88
ANEXO 5: CUESTIONARIO Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	90
ANEXO 6. MATRIZ DE DATOS – FICHA DE OBSERVACION	95
ANEXO 7. MATRIZ DE DATOS – CUESTIONARIO.	160

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Variables	6
Tabla 2. Relación de reservas periodo de julio - agosto 2022.....	36
Tabla 3. Determinación de la muestra de estudio	38
Tabla 4. Cronograma.....	39
Tabla 5. ¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?.....	41
Tabla 6. ¿De qué forma usted conoció el hotel?.....	43
Tabla 7. ¿Por qué medio realizó la reserva?.....	45
Tabla 8. Motivó para realizar reserva directa o reserva por OTAS	47
Tabla 9. ¿Por qué elige hotel Sonesta Arequipa?	49
Tabla 10. ¿Qué tipo de huésped se considera usted?	51
Tabla 11. ¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	53
Tabla 12. ¿Utilizaría el mismo medio de reserva?.....	55
Tabla 13. Reservas Julio - Diciembre 2022.....	57
Tabla 14. Número de huéspedes.	59
Tabla 15. Reservas directas de Julio - Diciembre 2022	60
Tabla 16. Reservas por agencias de viaje online de Julio - Diciembre 2022.	61
Tabla 17. Subtipo de reserva - directas de Julio - Diciembre 2022.	63
Tabla 18. Subtipo de reserva – Agencias de viaje online de Julio - Diciembre 2022.....	64
Tabla 19. Cantidad de días de permanencias de Julio - Diciembre 2022.....	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. MOTIVO POR EL CUAL LOS HUÉSPEDES RESERVARON EN EL HOTEL SONESTA.....	41
GRÁFICO 2. COMO EL HUESPED CONOCIO EL HOTEL.....	43
GRÁFICO 3. MEDIO DE RESERVA.....	45
GRÁFICO 4. RESERVA DIRECTA Y RESERVA POR OTAS	47
GRÁFICO 5. ¿POR QUÉ EL HUESPED ELIGE HOTEL SONESTA AREQUIPA?.....	49
GRÁFICO 6. DIFERENTES TIPOS DE HUÉSPEDES QUE SE HOSPEDAN EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA.....	51
GRÁFICO 7. VOLVERÍA AL HOTEL SONESTA AREQUIPA.....	53
GRÁFICO 8. ¿EL HUESPED UTILIZA EL MISMO MEDIO DE RESERVA?.....	55
GRÁFICO 9. RESERVAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO – DICIEMBRE 2022.....	57
GRÁFICO 10. N.º DE HUÉSPEDES EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO – DICIEMBRE 2022.....	59
GRÁFICO 11. RESERVAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DIRECTAS DE JULIO - DICIEMBRE.....	60
GRÁFICO 12. RESERVAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA POR AGENCIAS DE VIAJE ONLINE DE JULIO - DICIEMBRE.....	61
GRÁFICO 13. SUBTIPO RESERVAS DIRECTAS – DIRECTAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO - DICIEMBRE 2022	63
GRÁFICO 14. SUBTIPO RESERVA – AGENCIAS DE VIAJE ONLINE EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO - DICIEMBRE 2022	64

GRÁFICO 15. DÍAS DE PERMANENCIA DE HUESPEDES EN EL HOTEL SONESTA

AREQUIPA DE JULIO - DICIEMBRE 2022..... 67



INTRODUCCIÓN

El Internet ha sido una herramienta que ha ido evolucionando los últimos años, es parte de nuestra vida diaria, es por ello que las empresas se han tenido que adaptar a él. En términos de Hotelería, la generación de reservas antiguamente era vía correo, fax o llamada, poco a poco el Internet ha hecho que la forma de generar una reserva sea mucho más fácil y se adapte a cada tipo de persona.

Todas las personas somos diferentes y tenemos diferentes preferencias, hoy en día tenemos varias opciones para generar una reserva en un hotel, desde correo electrónico hasta reservas hechas a través de Agencias de Viaje Online (OTAS).

La industria turística ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, lo que ha generado una gran competencia entre los hoteles para atraer y retener a los clientes. En este sentido, la motivación del turista en la elección del hotel se ha convertido en un tema de gran interés en el campo del turismo y el hotelería.

En particular, el Hotel Sonesta en Arequipa ha sido objeto de un estudio comparativo sobre las reservas confirmadas mediante agencias de viajes online y reservas directas en el año 2022. El objetivo principal de este estudio es identificar los factores que motivan a los turistas a elegir este hotel y si existen diferencias significativas entre los clientes que reservan a través de agencias de viajes en línea y los que lo hacen de forma directa. La presente investigación está conformada por los siguientes capítulos:

Capítulo I:

Conformado por el planteamiento teórico: en este capítulo se describe la situación problemática, se analizan las variables y se describen los antecedentes de la investigación

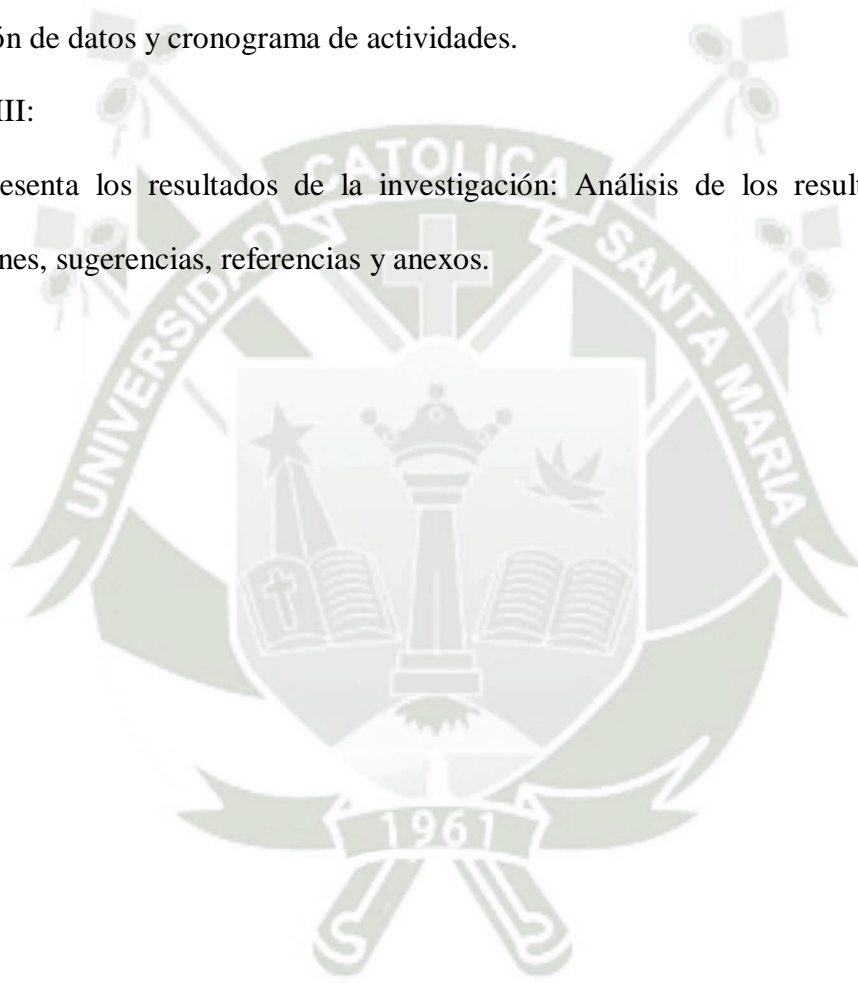
siendo éstos: antecedentes internacionales, antecedentes nacionales y antecedentes locales; así como también se desarrolla el marco teórico.

Capítulo II:

Planteamiento operacional: técnicas, instrumentos, campo de verificación, ámbito de localización, temporalidad, unidades de estudio, población y muestra, estrategias de recolección de datos y cronograma de actividades.

Capítulo III:

Presenta los resultados de la investigación: Análisis de los resultados, discusión, conclusiones, sugerencias, referencias y anexos.





1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1.DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

Interrogante general.

- ¿Cuál es la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre una reserva mediante agencias de viajes online confirmada y una reserva directa confirmada?

Interrogantes específicos.

- ¿Cuál es la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa que realizó una reserva mediante agencia de viaje online?
- ¿Cuál es la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa que realizó una reserva directa?

1.2.ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online y reservas directas, Arequipa -2022.

1.2.1 CAMPO Y ÁREA

- **Campo:** Ciencias Sociales
- **Área:** Hotelería
- **Línea de investigación:** Motivación del turista, reservas directas y reservas online.

1.2.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es descriptiva – explicativa.

1.2.3 TIPO DE PROBLEMA

La investigación es básica.

1.3.JUSTIFICACIÓN

A) RELEVANCIA SOCIAL

Hoy en día la tecnología es parte importante en la vida diaria de las personas, debido a que simplifica varios trámites que antes demoraba bastante tiempo en realizarse, es por ello que ahora las personas utilizan el internet para obtener información que les ayude a encontrar soluciones de acuerdo a sus necesidades o prioridades.

Para los hoteles, el internet se ha convertido en un medio accesible el cual llega a muchas personas y estas a su vez puedan realizar sus reservas.

B) RELEVANCIA ACADEMICA

La siguiente investigación busca aportar conocimientos académicos referentes a las motivaciones que tienen los huéspedes a la hora de elegir un medio de reserva hotelera. Como fin personal, nos permitirá obtener el título profesional de Licenciadas en Turismo y Hotelería.

C) RELEVANCIA ETICA

Por otro lado, esta investigación permite identificar por qué medio reservan las personas dependiendo sus necesidades, identificar los perfiles de los huéspedes que ingresan al hotel, lo cual ayudará a brindar un servicio mucho más acorde a las necesidades de los huéspedes.

D) RELEVANCIA ECONOMICO

No solo se genera una mayor demanda para el hotel sino también para todas aquellas actividades turísticas que están dentro de la ciudad, ayudando a obtener mayor flujo de visitantes en los comercios de la ciudad.

Se espera determinar cuál es la motivación del huésped al elegir hospedarse en el hotel, así como, cuál es el medio más utilizado para realizar reservas en el Hotel Sonesta Arequipa se espera poder ayudar al hotel al mostrarle los resultados y que este si desea mejorar el otro medio de reserva.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. OBJETIVO GENERAL.

- Identificar la motivación entre el turista del Hotel Sonesta que confirma su reserva mediante agencias de viajes online y entre el que confirma su reserva de manera directa, Arequipa 2022.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar la motivación del turista que realiza su reserva mediante agencia de viaje online.
- Identificar la motivación del turista que realiza su reserva mediante reservas directas.

2.3. VARIABLES

Tabla 1. Matriz de Variables

Variables	Indicadores	Subindicadores
Motivación del turista	● Motivación intrínseca	<ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo personal ● Curiosidad propia
	● Motivación extrínseca	<ul style="list-style-type: none"> ● Estímulos externos ● Influencia externa
Reserva hotelera	● Agencias de viaje online (OTAS)	<ul style="list-style-type: none"> ● Booking ● Expedia ● Despegar ● Synxis (Página Sonesta) ● Roiback (Página GHL)
	● Reserva directa	<ul style="list-style-type: none"> ● Correo electrónico ● Redes sociales ● Vía telefónica ● Walk in

Fuente. Elaboración propia.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. MOTIVACIÓN.

La investigación de Pérez, García y Sepúlveda (2012), establecen que “la motivación es entendida como los motivos, objetivos, planes y metas que impulsa a la gente para iniciar, dirigir y sostener acciones” (p.21). El autor sostiene que la motivación es un proceso lleno de motivos sostenibles para realizar una acción.

Para Fischman y Matos (2015), la motivación “es el potencial que conduce el comportamiento, ya sea aceptable o inaceptable. Expresando en aspectos motivacionales, a acercarnos a metas y rendimientos anhelados o a distanciarnos de situaciones que deseamos eludir” (p.24). El autor afirma que la motivación es el impulso que necesita la persona para poder alcanzar el objetivo deseado ya sea que las acciones que estas conlleven sean favorables o negativas.

3.2. MOTIVACIÓN TURÍSTICA.

Según Mili y Morrison (1992), la motivación turística es “el inicio del proceso de consumo turístico y se estimula a partir de un conjunto de influencias económicas, sociales, psicológicas, culturales, políticas y ambientales. El propósito y motivación de un viaje son conceptos que parecen explicarse por sí mismo y que no son lo mismo que las razones subyacentes para viajar” (Citado en: Solis, 2015, p. 20). El autor citado indica que la motivación turística es el inicio del proceso turístico, es la razón por la cual el turista está realizando el viaje.

En palabras de Mediano (2002), se entiende motivación como “la razón que impulsa al turista para la realización del viaje” (p. 107). El autor citado indica que la motivación es el por qué el turista está realizando el viaje.

En tal sentido podemos entender motivación turística como

Teniendo en cuenta a Choque (2017), la motivación turística “es un concepto multidimensional, que abarca diversos aspectos internos y externos, psicológicos y sociales y por lo que su comprensión se hace más compleja” (p.66). El autor citado indica que la motivación turística puede tener factores diferentes, los cuales al juntarlos darán un motivo particular para cada persona.

En tal sentido, podemos entender que la motivación turística es la razón de porque el turista escoge su destino. El viaje puede tener una o varias motivaciones, depende mucho de la persona.

3.3. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA.

Para Ospina (2006), la motivación intrínseca “está dentro del terreno de lo personal, viene del interior del individuo, está dentro de sus territorios. Tiene como finalidad el sentir la experiencia de la conquista personal y la realización, impulsado por la atracción de la novedad. Los estudiantes intrínsecamente motivados, persiguen la tarea por el gusto de terminarla y su curiosidad innata, aunque luego apelan al sentido de competencia y al empeño de sus méritos logrados” (p.24). El autor nos indica que la motivación intrínseca es un deseo de lograr un objetivo personal y para la realización propia con un sentimiento de curiosidad.

Según Rodríguez (2012), la motivación intrínseca “se inicia cuando realizamos una labor que nos guste y disfrutemos de lo que estamos realizando, el cual nos hace sentir que representamos nuestra vocación personal” (p.36). El autor nos muestra que la motivación intrínseca se debe a la vocación de las personas al realizar las acciones y que estas nos gusten.

Citando a Reeve (1994), la motivación intrínseca “es aquella que trae, pone, ejecuta, activa al individuo por sí mismo cuando lo desea, para aquello que le apetece. Es por tanto, una motivación que lleva consigo, no depende del exterior y la pone en marcha cuando lo considera oportuno” (Citado en Soriano, s/f, p. 7). El autor citado indica que la motivación intrínseca es

aquella que motiva al individuo porque a este le apetece, le gusta, lo que hará, es algo personal y no depende del exterior.

Según Deci y Ryan (1985), la motivación intrínseca “es aquella que posee el propio sujeto, que nace de su interés y disfrute por aprender algo” (Citado en Camacho, (2013), p. 70). El autor indica que la motivación intrínseca nace del interés y gusto de la persona por aprender algo, no es obligado o tiene una presión externa.

En tal caso podemos entender a la motivación intrínseca como, una motivación personal, el individuo tiene un interés propio en ella, es algo que nace de él mismo y es por el puro placer de la persona.

3.4. MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA.

Según Rodríguez (2012), la motivación extrínseca “corresponde a una situación externa inducida por un factor o estímulos que necesita una persona para desarrollar una labor o como también se requiere de una recompensa para realizar una labor o función con mayor interés y empeño” (p.36). El autor nos informa que las personas para realizar una acción necesitan una recompensa para realizarla con empeño y eficiencia.

En palabras de Valdivia (2021), la motivación extrínseca “es el fin de conseguir beneficios, y no la propia acción en sí; y que influyen los factores externos como beneficios, incentivos, entre otros.” (p. 20). El autor citado indica que la motivación extrínseca no es personal, influye desde afuera al individuo para que realice una acción.

Citando a Reeve (1994), la motivación extrínseca “es la cual se ve influenciada por fuera de la persona, por otros individuos o el mismo ambiente, la que se da desde el exterior. Los motivadores extrínsecos se pueden definir como el medio para obtener un fin, es decir, cuando a una persona solo le importa el “fin” y las consecuencias de realizar dicha actividad”

(Citado en: Valenzuela, 2019, p. 5.) El autor indica que la motivación extrínseca viene por un factor externo a la persona y suele tener un fin por el cual se realiza la acción.

En tal caso podemos entender a la motivación extrínseca como una motivación que viene desde fuera de la persona, la cual realiza la acción para conseguir algo, pero no por gusto propio, sino por una recompensa o beneficio que obtendrá al final.

3.5. TIPOS DE TURISTAS.

Según Smith (2012), destaca que hay tres tipos de turistas “el turista psicocéntrico, que va marcado por la tendencia; prefiere viajar con el viaje totalmente preparado, el itinerario marcado, son poco rigurosos, prefieren la comodidad y el confort. Su nivel adquisitivo no es muy alto y tienen poco desarrollo cultural. Este tipo de perfil se opone completamente al perfil del turista cultural. Los turistas alocéntricos son los verdaderos impulsores del turismo. Son extrovertidos, valoran la libertad y su independencia. Se basan en la aventura y en el riesgo para realizar sus viajes; y suelen elegir destinos exóticos, lejos de su lugar de residencia. El turista medio céntrico, se encuentra en medio de los perfiles anteriores. Prefiere ir a destinos de los que ya tiene una referencia previa”. (p. 14). De este modo, el autor resalta el hecho que para él existen tres tipos de turistas el primero “psicocéntrico”, es aquel que todo lo tiene planeado y calculado en su zona de confort, el segundo “alocéntrico” es el que toma riesgos los que mayormente eligen lo exótico y la aventura y por el último el “medio céntrico” el que está en medio prefiere ir a lugares a los que ya fue. Así, la importancia de esta definición es para darnos cuenta de que aparte de la segmentación hay que tener en cuenta estos tipos de turistas ya que se rigen de diferentes formas y por lo tanto van a querer diferentes formas para disfrutar.

Teniendo en cuenta a Morillo Moreno (2011), destaca los siguientes tipos de turistas: “a (jubilados, asalariados de empleos flexibles o rígidos, profesionales independientes, bohemios, entre otros) y de servicios ajustados a éstos”. (p. 138). De este modo, el autor nos muestra otros tipos de turistas de acuerdo con el tiempo libre o al poco tiempo del que dispongan. Así, la importancia de esta definición es ver que también podemos segmentar a los turistas de acuerdo con su economía, profesiones y el tiempo libre con el que cuentan.

Citando a Lanquar (2001), destaca que los tipos de turistas “debe realizarse según sus percepciones y actitudes en el destino turístico más que por cualquier otro elemento de clasificación, ya que eso es lo que afecta las actitudes de los residentes. No es lo mismo un turista que muestra respeto e interés por la cultura y la sociedad local que un turista que sólo busca libertad y bajos precios en un ambiente similar a su lugar de origen”. (p. 4). El autor resalta que en base a lo cultural hay que saber a qué tipo de turista se le ofrece ya que no a todos los turistas les va a gustar o van a mostrar respeto. Así, la importancia de esta definición es para darnos cuenta de que a pesar de querer ofrecer un atractivo a todos los turistas, hay que tener muy en cuenta a quien lo ofrecemos porque no todos los turistas se van a interesar por lo mismo.

Como expresa Plog (1974), agrupa a los tipos de turistas “de este modo: los viajeros psicocéntricos prefieren turismo masivo, los viajeros metacéntricos prefieren viajes de placer, salud, negocios naturaleza y viajeros aloecéntricos prefieren viajes de naturaleza, aventura y deportes especializados.” (pp. 24 - 25). De este modo, el autor resalta cuales son las preferencias de los diferentes tipos de turismo. Así, la importancia de esta definición para saber con mayor claridad cuáles son las preferencias de cada tipo de turistas.

Como afirma Cohen (1972), menciona que “quién clasifica a los turistas basándose en la teoría de que el turismo combina la curiosidad de buscar nuevas experiencias con la

necesidad de seguridad y de buscar lugares que le recuerden ambientes familiares.” (p. 25). De este modo, el autor resalta el hecho de que quien segmenta a los turistas se basa en que los turistas tienen que salir de su zona de confort al poder adquirir nuevas experiencias, pero a la vez brindando seguridad. Así, la importancia es que el turista tiene que experimentar, pero a la vez contando con seguridad y buscando ambientes confortantes.

En tal sentido, los tipos de turistas dependen de lo que están buscando ya sea por culturas, aventura, gastronómico, edad, educación, etc. De acuerdo con esto se buscan atractivos de acuerdo a lo que el turista desee.

3.6. HOTEL.

Según Perera Jiménez y Duque Briceño (2014), un hotel es definido como “un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos.” (p. 13). El autor citado se refiere a un hotel como un lugar acondicionado para brindar alojamiento a las personas que lo requieran. Entender un hotel como tal permite ver que el propósito principal del establecimiento de hospedaje es brindar alojamiento.

Sin embargo, Latorre Bueno (2019) afirma que un hotel es “aquel establecimiento que proporciona alojamiento, que pueda ofrecer, o no, servicios complementarios. Este se identifica con el símbolo H. Además, algunos hoteles pueden tener una regulación concreta según sean de balneario, montaña, etc.” (p. 26). En esta definición un hotel sigue siendo un lugar que se encarga de brindar alojamiento, sin embargo, también nos indica que puede brindar otros tipos de servicios dependiendo de su clasificación. De este modo, podemos entender que un hotel es un lugar que brinda alojamiento, sin embargo, puede brindar otros servicios adicionales que pueden variar dependiendo de su ubicación.

Otro autor, García Suarez (2018), sostiene que se entiende por hotel “un establecimiento que presta servicios de alojamiento en habitaciones u otro tipo de unidades habitacionales pueden ser incluso espacios para camping según el contexto, este es un edificio que por lo mínimo ha de tener el servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.” (p. 20). De este modo, el autor resalta las áreas básicas en hotelería, que son necesarias para que los huéspedes puedan recibir un buen servicio de acuerdo con sus necesidades. Así, la importancia de esta definición para nuestra investigación es que un hotel debe tener servicios que se adecuen a las necesidades de los huéspedes.

Citando a Giraldez Puig (2008), un hotel “es un establecimiento destinado a la prestación del servicio de alojamiento turístico que, además de los requisitos mínimos comunes exigidos a los establecimientos hoteleros, cumplen los específicos que se detallan en el anexo 1 del decreto 47/2004 de 10 de febrero, relativos a determinadas condiciones en cuanto a refrigeración, calefacción, agua caliente, teléfono, cuartos de baño dentro de las habitaciones, etc.” (p. 99) Como lo hace notar el autor, los hoteles deben cumplir con algunas condiciones determinadas en la legislación de cada país para poder funcionar y también para poder clasificarlos. Tomando en cuenta lo citado, es de gran importancia conocer la legislación referente a establecimientos de hospedaje para ver qué servicios puede brindar cada hotel.

En tal sentido, se entiende un hotel como un establecimiento de hospedaje, del cual el primer objetivo es brindar alojamiento, sin embargo, de acuerdo con el tipo de hotel y a su clasificación regida por la legislación de cada país, puede brindar servicios complementarios que se adecuen a las necesidades de los huéspedes.

3.7. CLASIFICACIÓN DE HOTELES.

Según Zuñiga Motta (2017), la clasificación de los hoteles va desde “una (01) a cinco (05) estrellas, dependiendo de las condiciones y requisitos que cumpla el establecimiento. La clasificación hotelera es una solicitud que es requerida al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).” (p. 65). El autor citado explica que la clasificación hotelera va de 1 a 5 estrellas y para brindar cada estrella se tiene que tomar en cuenta los puntos indicados por el MINCETUR. La clasificación hotelera se creó en base a ciertos puntos dados para que de esta forma los huéspedes puedan identificar los servicios que tiene cada hotel.

De acuerdo con Gonzales Vásquez (2016), los hoteles “se pueden clasificar de acuerdo a su tamaño, de acuerdo al volumen de las instalaciones, la superficie, el índice de ventas y el beneficio neto. La categoría de un hotel es el criterio más utilizado por la demanda para clasificar a la industria hotelera, sin embargo, no existe un sistema homogéneo para todos los países, los sistemas de clasificación de los hoteles varían desde el sistema de clasificación de Suiza, en el que cada hotel se evalúa así mismo, al sistema de Sudáfrica, en el que el gobierno impone la categoría del hotel según sus intereses.” (p.20) De acuerdo al autor existen varios criterios para calificar a los hoteles, sin embargo, cada país puede tener diferencias al momento de clasificar sus hoteles. Al momento de clasificar los hoteles, se debe tener en cuenta los servicios que estos brindan y varía mucho en cada país ya que la clasificación va de acuerdo con la legislación de cada uno.

Citando a la SECTUR (Secretaría de Turismo, 2016), el sistema de clasificación hotelera “es una herramienta metodológica sustentada a través de un mecanismo de autoevaluación regulado por la Secretaría de Turismo, que permitirá a los establecimientos de hospedaje conocer la situación de sus instalaciones y servicios ofrecidos, así como identificar áreas de oportunidad, hecho mediante el cual será reconocido a través de una categoría

representada en estrellas” (Citado en: Luna, Perez y Quiroz , 2016, p. 10) Podemos entender que el autor hace referencia a que gracias a la clasificación podemos identificar que servicios nos brindara un hotel, con solo ver de cuantas estrellas es. La clasificación hotelera es bastante útil para la elección del huésped, ya que con ella puede tener una idea aproximada de los servicios que le brindara el hotel, desde solo desayuno y alojamiento hasta servicios complementarios como restaurantes, piscinas, etc.

En tal sentido, se entiende clasificación hotelera como un sistema con el que se categoriza a cada establecimiento de hospedaje dependiendo de los servicios que ofrezca, para que, de esta forma al momento de elegir un hotel, el cliente, tenga una idea de los servicios con los que contará. Los criterios para la clasificación son dados por la legislación de cada país.

3.8. MARKETING DIGITAL.

Según Bedoya (2014), el marketing digital “es una parte de la evolución del marketing tradicional y estos dos elementos se complementan. La comunicación digital genera cambios e impactos en la sociedad que abren la puerta a diferentes posibilidades de comunicar de manera más eficiente.” (p. 4) El autor citado explica que el marketing digital es un derivado del marketing, en el cual se utilizan medios de comunicación. Es importante tener en cuenta que el marketing digital nació del marketing tradicional, siendo posible que llegue a más lugares gracias a la tecnología.

De acuerdo con Thompson (2015), el marketing digital “es un tipo de marketing cuya función es mantener conectada a la empresa u organización con sus segmentos de mercado y clientes, mediante los medios digitales que estén disponibles, con la finalidad de comunicarse fluidamente con ellos, brindarles servicios y realizar actividades de venta.” (Citado en Mariscal Suarez, p.14., 2017). El autor citado señala que el marketing digital es un medio con el cual se

puede interactuar más con los clientes. Gracias al marketing digital se puede tener comunicación más directa con los clientes, lo cual ayuda a las empresas a entender que es lo que busca cada cliente y de esta forma ver cual es el mercado en el que deben enfocarse.

En palabras de Sequeira, López y Blass (2018), se entiende marketing digital como “un estilo de marketing relacionado con todos los medios digitales que existen.” (p. 72) El autor citado considera al marketing digital como marketing difundido por internet. El marketing digital engloba el marketing que se realiza por todos los medios de comunicación digitales, desde las redes sociales hasta el correo electrónico.

Citando a Matamoros (2015), el marketing digital “es la estrategia realizada en el ambiente online (en línea), que incluye: marketing de contenidos, redes sociales y búsqueda. Cada vez más, el marketing se hace más y más digital, ya que las personas pasaron a consumir contenidos en la internet, dejando a un lado los vehículos tradicionales como la TV y la radio.” (Citado en Espinoza, Murillo y Cuarezma, p. 12, 2018) El autor citado considera que el marketing digital está creciendo, debido a que ahora es más fácil buscar en internet, desplazando a los medios de comunicación tradicionales. Los medios de comunicación digitales son ahora mucho más explotados debido a que vivimos en la era de la tecnología, para los clientes es mucho más fácil acceder por internet a información que esperar a que pase algún comercial o anuncio en la televisión o radio.

En tal sentido, se entiende el marketing digital como un tipo de marketing relacionado con todos los medios de comunicación digitales, por el cual aparte de promocionar algún producto, también se puede conocer las opiniones de los clientes y tomando en cuenta las mismas para mejorar el producto que ofrece cada empresa.

3.9. MARKETING HOTELERO.

Según Fernandez (2014) el marketing hotelero “estudia las tendencias que poseen los turistas y sus preferencias al momento de elegir un lugar de pernoctación, esto quiere decir que la empresa hotelera que no usa esta herramienta no conoce a su cliente; en los últimos años esta rama del marketing se ha innovando gracias a la inversión en internet, específicamente en OTAS (Online Travel Agencies) y redes sociales las cuales tienen un campo de usuarios amplio, además de esto la creación de un sitio web para el hotel se ha convertido en un requisito fundamental para competir con las operadoras multinacionales” (Citado en Montesdeoca, p.10, 2018) El autor citado afirma que el uso de marketing en hotelería, hoy en día, es necesario para poder estar a la par de los competidores, ya que gracias al marketing hotelero ayuda en entender las necesidades de los huéspedes. Es importante que los hoteles estén actualizados en el tema del marketing digital debido a que, gracias a él, les facilita el poder estudiar las nuevas tendencias de los huéspedes.

Según López (2010), el marketing hotelero “es conocer y comprender también al cliente. Que el producto o el servicio que ofrezca nuestro establecimiento este naturalmente adaptado a las necesidades de los clientes y se venda por sí mismo. Idealmente, la gestión del marketing debe conducir a los clientes que estén dispuestos a consumir hacia los puntos de venta, después lo que hay que hacer es que el producto esté disponible.” (p.10) El autor citado manifiesta que antes de iniciar con la venta de algún producto o servicio es importante estudiar al mercado primero, para lo cual el marketing ayuda bastante. Conocer al público al que se le venderá el hotel es importante, si conoces al cliente sabes que aceptara lo que le ofreces.

Como expresan Satizabal y Valencia (2017), el marketing hotelero “es una función de la gestión empresarial, que debe participar en muchas tareas importantes de los hoteles, desde: Generación de ideas, el análisis del mercado, el diseño de productos, el planeamiento

estratégico, las ventas, la difusión, propaganda y publicidad, la elección de canales de servicio e innovación, con servicio de post venta, controlando los costos, desde la etapa de la planificación y fijando los precios de venta de una manera profesional” (p. 39) El autor citado sostiene que el área encargada de marketing, no es la encargada solo de promocionar el hotel, también deben tener otras tareas que sean complemento de la publicidad. En las empresas hoteleras, dentro del área de Mercadeo y Ventas se tienen varios puestos que trabajan en conjunto para que el hotel pueda llegar a sus metas de venta.

Empleando palabras de Acerenza (2004), el marketing hotelero “es un proceso social orientado a la satisfacción de necesidades y deseos de los individuos y organizaciones realizando un cambio voluntario y competitivo de productos y servicios los cuales son generadores de utilidades.” (Citado en Espinosa, p.14, 2015) El autor citado señala que el marketing hotelero busca la satisfacción del cliente, estudiando su comportamiento para poder brindarle lo que desea y más. Conocer y preocuparse por las preferencias de los huéspedes es importante ya que con ellas podemos realizar algunas modificaciones, si es que se requieren, en el servicio para que ellos se sientan más cómodos y felices.

En la opinión de Hernández (2008), puede concluirse que la gestión de marketing hotelero “es el proceso de planificación, ejecución y control del conjunto producto/mercado, precios, comunicación y distribución con el fin de crear intercambios que satisfagan tanto las necesidades de alojamiento de los individuos como los objetivos del hotel” (Citado en Hernández, p.24, 2010) El autor citado plantea que el marketing hotelero es un proceso que tiene el fin de conocer al cliente y satisfacerlo con el servicio brindado. Es indispensable darle la importancia que le corresponde al marketing hotelero ya que, gracias a él, se puede conocer mejor al cliente y de esta forma brindarle lo que desea.

En tal sentido, el marketing hotelero es el proceso por el cual el área de Mercadeo y Ventas estudia a los clientes para poder conocer sus preferencias y brindarles los servicios que desean y de esta forma se fidelicen a la empresa.

3.10. RESERVA HOTELERA.

De acuerdo con Huacón Díaz (2018), los sistemas de reserva “son una herramienta importante que permite al turista separar una habitación con anticipación sin tener la preocupación de que la perderá al llegar al sitio. Cabe mencionar que la reserva hotelera es la obligación que asume un alojamiento turístico de guardar para una fecha o un periodo de tiempo determinado una o varias habitaciones o plazas, con puntos pautados entre el turista y el hotel como puede ser el pago, un depósito o algún método que permita comprometerse a ambas partes (hotel / turista).” (p. 2). Según el autor citado una reserva hotelera es la separación del alojamiento para una fecha solicitada, con una forma de pago involucrada que compromete al hotel con los huéspedes. Es importante entender a la reserva hotelera como un contrato entre el huésped y el hospedaje, fijando una fecha de llegada y de salida, todo con un pago previo para poder garantizar el alojamiento.

A juicio de Vertice (2008), en un contexto de hotelería se puede definir la reserva “o “booking” como el acto de una persona que, en su nombre o de alguien más, solicita separar una o más habitaciones con ciertos rasgos indicando unas fechas concretas de ocupación” (Citado en Jiménez López, 2021, p. 17). El autor citado sostiene que una reserva hotelera es la separación de una o varias habitaciones por un periodo de tiempo determinado. Es importante tener en cuenta que al momento de realizar una reserva se requiere de información específica que es solicitada por cada cliente.

Como expresa Peña Sánchez (2010), una reserva hotelera “es la obligación que asume el establecimiento hotelero de guardar para una fecha o periodo de tiempo determinado, una o varias habitaciones, con el compromiso inmediato de pagar todo o parte del costo, según previo acuerdo.” (Citado en Rufino, Saavedra y Jove, 2020, p.8). El autor agrega que durante la reserva también se indicará la forma de pago, pudiendo ser del total o solo parcialmente hasta la fecha que ingresen al establecimiento. Es importante tener la información del pago adelantado, para tener en cuenta si la reserva quedará garantizada o no garantizada.

Teniendo en cuenta a Farre (2016), distingue dos tipos de reservas “Reserva Garantizada: El hotel asegura la reservación del cliente hasta el siguiente día a la hora del check-out, el cliente garantiza el pago del hotel desde un día antes de su llegada, mediante tarjetas de crédito, depósitos bancarios. Reserva no Garantizada. El hotel reserva la habitación para el cliente hasta una hora de la cancelación determinada del día del arribo. Si el cliente no cancela el pago de la habitación en la hora determinada, el hotel es libre de brindar otro uso a la habitación, y si el cliente llega después de la hora de cancelación y encuentra la habitación disponible, pues el hotel procederá a acomodar al cliente en la habitación respectiva.” (Citado en Moreno Barrera, 2018, p.41). El autor citado da a conocer los dos tipos de reserva, garantizada, cuando esta total o parcialmente pagada o con algún tipo de garantía de por medio y la no garantizada, cuando no se ha realizado ningún pago por la habitación. Es importante tomar en cuenta los tipos de reserva al momento de realizar la separación de las habitaciones, ya que de esta forma los trabajadores del hotel tendrán una idea de cuántas reservas podrían ser No show.

Desde la posición de Torres Congo (2019), el consumidor que decide “adquirir una reserva de hotel se enfrenta, por una parte, a un entorno donde existen numerosos oferentes y, por otra parte, a unos oferentes que tienen una mayor cantidad de información sobre el servicio

que se va a contratar. Estos dos aspectos provocan en el consumidor una incertidumbre sobre la elección del hotel donde comprar la pernoctación a realizar en su viaje.” (p.16). El autor citado explica que cada establecimiento hotelero tiene diferentes servicios y para la elección del huésped es necesario que se le informe de cada uno de ellos, de esta forma se le facilitará la elección. Al momento de una reserva es importante indicarle al futuro huésped con que servicios contará, para que el día que llegue al establecimiento tenga toda la información.

Empleando palabras de Diaz Soto (2011), el proceso de reservas de habitación(es) “comienza desde la solicitud de habitaciones según su disponibilidad, de acuerdo a esto el pasajero realiza la reserva, asimismo el personal administrativo gestiona el estado de la reserva según la cancelación de la reserva tomando la decisión de confirmar o anular la reserva.” (p.42). El autor citado explica todo el proceso de la reserva hotelera, desde que se solicita hasta que el huésped llega al establecimiento. Conocer el proceso de una reserva es importante, debido que este es el primer contacto que se tiene con el huésped, toda la información debe ser clara para que el día que lleguen al hotel su check in se realice sin complicaciones.

En tal sentido, una reserva hotelera se entiende como un contrato entre un huésped y el establecimiento hotelero, el cliente debe indicar información relevante, como nombres, número de habitaciones, fechas y forma de pago, de esta forma el establecimiento procederá a reservas.

3.11. RESERVA DIRECTA.

Las reservas directas son las que se realizan directamente con un personal del Hotel, ya sea el coordinador de reservas o el recepcionista.

3.12. RESERVA VÍA CORREO ELECTRÓNICO.

Teniendo en cuenta a Frey (2004), afirma que “cuando el cliente opta por información a través del correo electrónico espera una respuesta precisa y educada en un tiempo máximo de 24 horas” (Citado en Dominguez, Richert y Castro, 2006, p. 5). El autor citado sostiene que al momento de recibir un correo electrónico solicitando información, el cliente espera una respuesta rápida y completa. El correo electrónico es una de las herramientas que más se usa en hotelería debido a que adicionalmente de reservas particulares, también pueden ingresar solicitudes de empresas que requieren informes sobre tarifas corporativas o planes especiales.

En tal sentido, las herramientas de comunicación enfocadas en el sector hotelero son parte importante de la relación cliente-hotel, debido a que facilitan la forma de buscar información, realizar una reserva o comunicarse con una persona encargada por dudas adicionales. Depende de las preferencias de cada cliente el medio que vayan a usar para realizar sus reservas, por lo cual es importante no dejar de lado ninguna de las herramientas y estar al día con la información que llega a través de ellas a diario.

3.13. REDES SOCIALES

Desde el punto de vista de Ojeda y Sanabria (2021), expresa que “las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Blogs, a través de ellas se conocen las necesidades de las personas y se difunde información en tiempo real, a bajo costo y sin límite geográfico. Ahora las empresas ven al cliente con un ser humano inteligente y con sentimientos y emociones, ya no como simples consumidores, buscan a través de su producto o servicio y el uso de la tecnología satisfacer sus necesidades de manera rápida, las empresas deben adaptarse rápidamente a esta nueva tendencia para poder mantenerse en el mercado.” (p.5). El autor citado considera que a través de las redes sociales es mucho más fácil la interacción con

los clientes, de esta forma podemos conocer la demanda y evaluar sus preferencias para poder complacerlos. Conocer al cliente y sus preferencias es de gran importancia ya que de esta forma se les puede brindar opciones que encajen con lo que están buscando, las redes sociales ayudan a que la empresa y los clientes puedan conectar.

3.14. RESERVA TELEFÓNICA.

En palabras de Cruz (2009), se entiende la reserva telefónica como “uno de los procesos más comunes que se presentan a diario en el Hotel, personas que se enteran del mismo y realizan una llamada telefónica para consultar acerca de las facilidades que brinda el Hotel y sus tarifas. Al realizar estas llamadas generalmente el interesado toma nota o tiende a calificar a la persona que le está atendiendo, así además de escuchar cuales son las principales características del hotel también se da cuenta del servicio al cliente ofrecido por la empresa.” El autor citado indica que las reservas telefónicas se suelen dar en momentos imprevistos, en los que el usuario encuentra el hotel y decide en ese momento llamar al establecimiento para realizar la reserva y preguntar por los servicios.

3.15. HUÉSPEDES WALK IN.

En palabras de Eilers (2018), los huéspedes walk in son “personas que desean un tipo de habitación sin haber realizado una reserva con anticipación.” (p. 66).

El autor citado indica que los huéspedes walk in son los que llegan al establecimiento hotelero sin reserva, pero desean adquirir una habitación en ese momento.

3.16. RESERVAS A TRAVÉS DE AGENCIAS DE VIAJE ONLINE.

A juicio de Dev & O'Connor (2015) considera que las OTAS “facilitan un significativo número de reservaciones, ayudan a mover el tráfico de las ventas directas. Esto debido a que ofrece una amplia gama de beneficios tales como la opción de reserva directa, opciones flexibles de cuartos, programas de lealtad basados en puntos, capacidad de hacer peticiones de encargo y no cargar gastos por cancelación. Por otro lado, brindan la opción de comparar la disponibilidad y precio de los servicios que ofertan mediante diversas gamas de opciones.” (Citado en Cavero, 2018, p. 29). El autor citado indica que las agencias de viaje online al tener beneficios son las preferidas por los clientes. Las Agencias de viaje online son parte importante de las herramientas de comunicación online debido a que una gran parte de las reservas que ingresan a los hoteles son mediante ellas, ya que poseen una gran variedad de precios y hoteles, es mucho más fácil para los consumidores evaluar sus opciones a través de ellas.

3.17. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ONLINE EN LOS SERVICIOS HOTELEROS.

En palabras de Paredes (2020), afirma que las herramientas de comunicación online en los servicios hotelero “han entendido la importancia del desarrollo de estos medios digitales, de tal forma que manejan muy bien su página web y correo electrónico, desarrollan sus redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube; y tratan de ubicarse en lugares preferenciales en Metabuscadores como Tripadvisor o en OTAS (Agencias de viaje en línea) como Booking o Expedia, buscando lograr comentarios favorables no solo de sus consumidores sino de blogueros, influencers o medios de comunicación, y combinando de manera acertada los medios digitales propios, pagados y ganados”(p.2). El autor citado señala que las herramientas de comunicación online han tenido éxito en las empresas hoteleras, siendo

ahora parte importante de la venta de los servicios del hotel. Las herramientas de comunicación online son parte importante del marketing de las empresas hoteleras, los comentarios, las visitas y las valorizaciones que dejan los clientes son un gran apoyo para la venta del hotel, mientras más huéspedes contentos, el hotel será recomendado por las páginas de internet y llegarán más reservas.

Desde el punto de vista de Fernández (2017), menciona “que la posibilidad de utilizar con gran efectividad herramientas de marketing online para dar a conocer los productos y servicios de las empresas, ha ocasionado que tal uso se haya visto incrementado en los últimos años en el sector hotelero, creciendo su presencia en internet y haciendo de las plataformas existentes unas de las principales formas de venta” (Citado en Navarro y Sánchez, 2019, p. 5). El autor citado indica que las herramientas de comunicación online utilizadas en hotelería han aumentado debido al desarrollo del marketing online. La evolución de las plataformas para reservar habitaciones ha sido un cambio al cual, los clientes y empresas, se han ido acostumbrando rápidamente, de tal modo que ahora es la forma más fácil de reservar habitaciones.

3.18. PÁGINA WEB.

Citando Pérez y Rodríguez (2015), estudios confirman “que las empresas de servicios hoteleros recurren a la elaboración de páginas web como una herramienta de marketing donde plasman su información hacia los consumidores con el objetivo de lograr una experiencia de compra con la aplicación de combinación de palabras y contenido multimedia que le brindan una mayor cantidad de contenido relevante al consumidor” (Citado en Cavero, 2018, p. 28). El autor citado indica que las páginas web hoteleras tienen el objetivo de que los consumidores se sientan cómodos con la experiencia de la compra por la página. Al ingresar a la página web del

hotel en el cual el cliente está interesado lo que desea es encontrar toda la información que necesite y poder separar la habitación sin muchos problemas, eso es a lo que aspiran y tratan de reflejar en las páginas web.

3.19. AGENCIAS DE VIAJE ONLINE (OTAS)

A juicio de Dev & O'Connor (2015) considera que las Agencias de viaje online “facilitan un significativo número de reservaciones, ayudan a mover el tráfico de las ventas directas. Esto debido a que ofrece una amplia gama de beneficios tales como la opción de reserva directa, opciones flexibles de cuartos, programas de lealtad basados en puntos, capacidad de hacer peticiones de encargo y no cargar gastos por cancelación. Por otro lado, brindan la opción de comparar la disponibilidad y precio de los servicios que ofertan mediante diversas gamas de opciones.” (Citado en Cavero, 2018, p. 29). El autor citado indica que las agencias de viaje online al tener beneficios son las preferidas por los clientes. Las Agencias de viaje online son parte importante de las herramientas de comunicación online debido a que una gran parte de las reservas que ingresan a los hoteles son mediante ellas, ya que poseen una gran variedad de precios y hoteles, es mucho más fácil para los consumidores evaluar sus opciones a través de ellas.

Según Martínez (2000), las agencias de viaje online son empresas que comercializan paquetes turísticos o servicios independientes directamente al cliente final, su operación y gestión de venta se realiza exclusivamente por internet. Los servicios ofrecidos usualmente son creados por operadores mayoristas, siendo las agencias de viajes en línea los intermediarios entre ellos y los clientes.” (p. 31). De este modo, el autor resalta que las agencias en línea son intermediarios entre los operadores turísticos y los turistas, ya que los operadores turísticos son los que arman los paquetes y las solo los venden vía online. Así, la importancia de esta

definición es para mostrarnos que las agencias online se manejan con la información que los operadores turísticos les ofrecen y ellos sirven de intermediarios para ofrecerlo al turista vía online.

Como dice Noms (2013), una agencia de viaje online “es una empresa dedicada de manera habitual y profesional a asesorar, vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos cuya función principal es actuar como intermediaria entre el cliente y el prestador de servicios para posteriormente poder realizar la venta de productos y servicios turísticos a través de internet” (p. 27). De este modo, el autor resalta que las agencias turísticas asesoran, venden, planifican viajes o los servicios que requiera el turista, cuyo propósito es ser intermediario entre el cliente y el prestador de servicios para así poder ofrecer los servicios vía online. Así, la importancia de esta definición es para darnos cuenta de las funciones de las agencias de viajes online donde la más importante es ser intermediario entre los prestadores de servicio y el cliente, para posterior poder realizar la venta de los productos o servicios ofrecidos realizarlos vía online.

Como plantea Garrido (2010), las agencias de viaje online “son uno de los innovadores negocios online creados a raíz de los profundos cambios que Internet introdujo en la industria turística. Estas agencias de viajes son las que sólo existen en Internet, sin oficinas físicas. La novedad radica en la posibilidad de cruzar las distintas opciones y precios de un gran número de proveedores a través de grandes bases de datos que dan sensación al viajero de diseñar personalmente el viaje, lo que se denomina como “paquete dinámico.” (p. 482). De este modo, el autor resalta que las agencias online son netamente virtuales y no cuentan con una oficina en físico, le brinda al turista la oportunidad de comparar precios como calidad y donde ellos mismos pueden planificar y organizar su viaje. Así, la importancia de esta definición nos

muestra como por las agencias virtuales el mismo turista puede organizar su propio viaje comparando entre precios y calidad.

Como expresan Talón, González y Rodríguez (2016), las agencias de viaje online “son los nuevos intermediarios en el sistema de distribución hotelera. Ha conseguido, en los últimos años, un gran posicionamiento web, donde los hoteles independientes o las cadenas no muy grandes pueden tener mayor visibilidad. La novedad de estas páginas es la posibilidad de cruzar las distintas opciones y precios de gran número de proveedores dando la sensación al viajero de diseñar personalmente su viaje.” (p. 28). El autor afirma que las agencias de viaje online les dan una oportunidad a los grandes y pequeños hoteles de tener una mejor oportunidad de contar con mayor publicidad, lo bueno de estas páginas es que puedes comparar precios y calidad, donde el turista puede planificar el mismo su viaje. Así, la importancia de esta definición es para mostrarnos cómo las grandes o pequeñas empresas turísticas tienen más oportunidades de tener más publicidad y a la vez el turista compra con más opciones a la hora de planificar su viaje.

Según Begazo & Torres (2007), las agencias de viaje online “son una fuerte amenaza contra las agencias tradicionales que no cuentan con un canal online, por lo que han comenzado a incorporar algunos elementos como parte de sus servicios, ofreciendo además otros beneficios directos. Esta modalidad presenta dos grandes problemas que actualmente están siendo mejorados: el pago y la privacidad de la información.” (p. 35). El autor resalta que las agencias de viajes online llevan la delantera a las agencias de viaje tradicionales por lo virtual, pero también cuentan con una desventaja al momento de pagar o por lo más importante que es la privacidad de la información. Así, la importancia de esta definición es para ver que como en el mercado hay mejor demanda con las agencias digitales porque son más accesibles, lo que no es conveniente es al momento del pago y la privacidad de información.

Las agencias de viaje online es el lugar donde encuentras servicios turísticos como hoteles, vuelos, etc. y donde se puede comparar calidad y los precios a la hora de planificar un viaje, también uno mismo puede arreglar o modificar su viaje como más desee.

A continuación las siguientes Agencias de viaje online que utiliza el Hotel Sonesta Arequipa:

3.19.1 BOOKING

Según Decaroli (2019), Booking una plataforma de viajes que reúne tanto a marcas consolidadas como a emprendedores de todos los tamaños facilitando que alojamientos de cualquier lugar del planeta puedan llegar a una audiencia global. Booking.com está disponible en 43 idiomas y ofrece más de 28 millones de opciones de alojamiento entre casas, apartamentos y otros alojamientos únicos. Ofrece un servicio de reservas de alojamiento online las 24 horas y todos los días del año, a través de su sitio web y cuenta con un soporte a nivel internacional por su grupo de empresas locales (filiales).

3.19.2 EXPEDIA

Según Gómez de Marco (2017), Booking.com es una plataforma de viajes que reúne tanto a marcas consolidadas como a emprendedores de todos los tamaños facilitando que alojamientos de cualquier lugar del planeta puedan llegar a una audiencia global.

Ofrece un servicio de reservas de alojamiento online las 24 horas y todos los días del año, a través de su sitio web y cuenta con un soporte a nivel internacional por su grupo de empresas locales (filiales).

3.19.3 DESPEGAR

Según Taín (2019), la actividad principal de Despegar es ofrecer viajes a través de una plataforma online donde la experiencia de viaje es rápida, fácil de buscar y transparente. La

compañía opera en 20 mercados y ofrece una amplia gama de productos de viaje en la región, que incluyen pasajes aéreos, reservas de hoteles, pasajes de viaje y otros productos de viaje.

3.19.4 ROIBACK

Según Llorente (2022), Roiback, es una empresa tecnológica y de servicios especializada en potenciar la venta directa de los hoteles y cadenas de distintas partes del mundo.

3.19.5 SYNXIS

Según Simunie, Pilepie, y Pirisic (2018), SynXis Central Reservations (CR) es la aplicación SaaS de gestión de inventarios y tarifas más sólida, flexible y fácil de usar. Estas herramientas permiten a los hoteleros soportar una multitud de tarifas, inventarios y estrategias de distribución para lograr sus objetivos comerciales. Además de canales directos, SynXis ofrece tarifas e inventario a todos los principales sistemas Global Distribution System (GDS) (Sabre, Amadeus y Travelport), así como a agencias de viajes en línea a través de conexiones directas.

4. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

4.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.

La investigación de Taborda (2020), “Motivación del turista en la elección de un hotel en la ciudad de Buga”, tiene como objetivo reconocer las motivaciones del turista en el momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga. La investigación tiene carácter cualitativo debido a que pretende reconocer las motivaciones de un turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga a través de un estudio de caso único, para esto se contó con la participación

voluntaria de un huésped del hotel, estudiando sus motivaciones intrínsecas y extrínsecas en la selección del Hotel Chrisban, ubicado en la ciudad de Buga. El estudio determinó que la mayoría de las motivaciones que mueve a un turista a elegir un hotel en la ciudad de Buga es la motivación intrínseca con la espiritualidad, que es que predomina en el turista, debido a que busca satisfacer sus necesidades; teniendo en cuenta una comodidad, un buen servicio al cliente, una infraestructura donde la persona se sienta seguro,

La investigación de Pinto y Castro (2019), “Online travel agencies: factors influencing tourists’ purchase decisions”, tiene como objetivo analizar el comportamiento de compra online de los turistas a través de las Agencias de Viajes Online, qué factores tienen más influencia en la toma de decisiones de compra y si el grado de importancia otorgado a algunos factores cambia según a las características sociodemográficas, económicas o de viaje. La investigación tiene carácter cualitativo y cuantitativo debido a que se usaron varios test paramétricos, y cuando fue requerido se produjeron test no paramétricos, con base en las técnicas de análisis de datos. El estudio determinó que es innegable el impacto que las OTA han tenido en los viajes y el hotelería a nivel mundial. La revolución digital ha cambiado el patrón de cómo los viajeros hacen la reserva, y las OTA son hoy en día un importante canal de distribución, donde los consumidores pueden realizar búsquedas relacionadas con viajes y reservas.

La investigación de Talón, Figueroa y Abad (2016), “El papel de las OTAs en el proceso de distribución de las cadenas hoteleras españolas”, tiene como objetivo determinar analiza la relación entre los hoteles y las OTAs con el fin de identificar las estrategias que los hoteleros pueden desarrollar para mitigar su dependencia. La recolección de los datos se realizó a través de un cuestionario estructurado cerrado en el que se incluyó una pregunta abierta para recoger alternativas de OTAs que pudieran no estar recogidas en el listado que se facilitaba en

cada una de las tres preguntas. Los resultados obtenidos nos muestran que las cadenas hoteleras españolas realizan, de media, un porcentaje mayor de venta intermediada frente a la venta directa. Asimismo, es mayor la venta realizada offline que online (38,37%) y dentro de la online los canales indirectos tienen mayor protagonismo.

4.2. ANTECEDENTES NACIONALES.

Mera Delgado, D. L. & Cayotopa Ylatoma, C. (2019). “Diagnóstico de la gestión del área de reservas en la atención del cliente online del hotel SUNEC”, tiene como objetivo principal “identificar el estado de la gestión del Departamento de Reservas en la atención de los clientes online del Hotel Sunec en Chiclayo”. Para alcanzar el objetivo la investigación tiene un enfoque metodológico cuantitativo siendo una investigación descriptiva. El diseño fue no experimental empleando un método deductivo. Los resultados obtenidos evidencian el poco conocimiento del personal, además de no tener procedimientos establecidos para las reservas de clientes online.

Decaroli Liendo, R. (2019). “El uso de Booking.com y su influencia en la reserva hotelera del vacacionista limeño de 25 a 44 años del nivel socioeconómico a/b”, tiene como objetivo general explicar de qué manera el uso de booking.com, influye en la reserva hotelera del vacacionista limeño. Se utilizó el método cuantitativo, el cuestionario, como instrumento para recopilar la información requerida y se aplicó a usuarios de internet, personas que viajan por lo menos una vez al año al interior del país, que pertenecen al nivel socioeconómico A/B y que representan la población de estudio. Se puede concluir que sí existe una influencia significativa entre las dos variables. En el marketing turístico las organizaciones seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir en sus necesidades, deseos

y motivaciones, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos, logrando la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones.

4.3. ANTECEDENTES LOCALES.

La investigación de Begazo (2018). “Análisis comparativo de las reservas de alojamiento por medio del canal de reservas agencias de viajes en línea y canal de reservas directo del hotel Boutique Katari at plaza de armas, Arequipa”, tiene como objetivo comparar las reservas de alojamiento obtenidas por medio del canal de reserva agencias de viajes en línea y canal de reserva directo del Hotel Boutique Katari at Plaza de Armas. Utilizando como muestra todas las reservas garantizadas del hotel, así como se realizó la entrevista a los directivos del mismo hotel (2). El estudio determinó que existen diferencias significativas entre las reservas obtenidas a través del canal de reservas de Agencias de Viajes en Línea y el canal de reservas Directo, siendo el ingreso de las reservas de Agencias de Viajes en Línea mayor a las del canal directo.

5. HIPÓTESIS

Dado que la motivación del turista influye en la elección de un medio de reserva para un establecimiento hotelero, es probable que, las reservas que ingresan de forma directa tengan una motivación laboral, mientras que las reservas de agencias de viajes sean motivadas a realizarse por las promociones que brindan estas páginas.



PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.1. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación es de tipo básica, como plantean Hernández, Fernández y Baptista (2010) ya que la información suministrada se origina en un marco teórico, cuyo objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico, dado que se utilizará una encuesta de satisfacción y otra de fidelización, con escalas numéricas para conocer el nivel de satisfacción y fidelización brindada por el establecimiento hotelero.

1.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

El nivel de investigación es descriptivo - explicativo, según Chacón (2020), las investigaciones descriptivas son aquellas que “describen cómo es la situación actual de los equipos se recoge información para medir las variables a estudiar y a su vez es explicativo por que se busca explicar la relación de las variables independiente y dependiente que son objeto de estudio.” (p. 41).

1.1.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Diseño no experimental.

2. TÉCNICA E INSTRUMENTO

2.1. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta, elaborada por un conjunto de preguntas de acuerdo con las variables de la motivación y de reservas, la técnica de la observación fue mediante la ficha de reservas del Hotel Sonesta, con la finalidad de obtener los datos necesarios para la investigación.

2.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Se elaboró un cuestionario de 9 preguntas las cuales son de opción múltiple, la cual fue aplicada a 338 huéspedes que estuvieron hospedados entre los meses de julio - diciembre del 2022, este cuestionario nos ayudó a identificar las diferentes motivaciones que tuvieron los huéspedes al momento de realizar las reservas.

También se desarrolló una ficha de observación que incluye los siguientes criterios: mes de estadía, cantidad de huéspedes, nacionalidad, tipo de reserva, subtipo de reserva y cantidad de días de permanencia, para la cual se obtuvo la información del sistema de reservas del Hotel Sonesta (ZEUS), esto lo realizamos para poder obtener datos de las reservas confirmadas en el periodo de Julio – Diciembre del 2022.

3. CAMPOS DE VERIFICACIÓN

3.1. ÁMBITO GEOGRÁFICO.

Nuestra investigación se centró en el Hotel Sonesta Arequipa, que se encuentra ubicado en la Urbanización Teresa de Jesús, Mz. I, Lote 1 en (City Center), en el distrito de Cerro Colorado, Arequipa - Perú.

3.2. UNIDAD DE ESTUDIO.

UNIVERSO:

Estuvo compuesta por el total de reservas del hotel Sonesta Arequipa del mes de Julio a diciembre del 2022, el cual se especifica a continuación:

Tabla 2. Relación de reservas periodo de julio - agosto 2022

Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Número de reservas	238	372	302	596	568	741	2817

Nota. Sistema de reservas Zeus del Hotel Sonesta, 2022.

MUESTRA:

En tanto, la muestra seleccionada fue de 338 huéspedes. Así mismo, se aplicó los siguientes criterios de inclusión de muestra:

- Huéspedes alojados durante los meses de julio a diciembre del 2022.
- Hombre o mujer cuyas edades oscilan entre los 25 a 70 años.
- Sólo un cuestionario por reserva.
- Turista nacional o internacional.

Dónde:

N: tamaño de la población,

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza

p: proporción de éxito

q: proporción de fracaso

E: error de medición.

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} =$$

$$n = \frac{(2817)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(2817-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{2705.4468}{8.0004}$$

$$n = 338.16$$

Para la aplicación de los cuestionarios a los huéspedes se procedió bajo la estrategia de muestreo denominada probabilística, para lo cual se aplicó la fórmula de determinación de poblaciones finitas:

Tabla 3. Determinación de la muestra de estudio

Margen de error máximo admitido	5.00%
Tamaño de la población	2,817
Tamaño para un nivel de confianza del 95%	338

Nota. Error máximo para un nivel de confianza del 95%: 5.00%.

3.3. TEMPORALIDAD.

El presente estudio se desarrolló durante los meses de diciembre del 2022 a julio del 2023.

4. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para obtener la información referida a las reservas de alojamiento se solicitó autorización escrita al Gerente General del Hotel Sonesta Arequipa. Una vez aceptada la solicitud se procedió a extraer la información requerida del sistema de registro de reservas Zeus, la misma que fue descargada en formato Ms. Microsoft Excel. En tanto, para la aplicación de los cuestionarios se realizó en Google Forms, posteriormente se procedió a contactar a los huéspedes vía correo electrónico haciéndoles llegar una carta de consentimiento informado y el cuestionario respectivo, para concluir se llevó a cabo la interpretación de los datos obtenidos.

4.1. CRITERIOS DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Para la ficha de observación se elaboraron las tablas en Ms. Microsoft Excel requeridas para simplificar, sistematizar ordenar la información requerida y el cuestionario se procedió a su elaboración y recolectar los resultados obtenidos mediante Google forms, para su respectivo procesamiento y análisis estadístico.

4.2. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Tabla 4. Cronograma

Año	2022 – 2024											
	Dic -Feb				Mar - Oct				Noviembre			
Tiempo	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades												
1. Recolección de datos	X	X	X	X	X	X						
2. Estructuración de los resultados							X	X	X			
3. Informe final										X	X	X

Fuente. Elaboración propia.



1. RESULTADOS

1.1. RESULTADOS DE LA VARIABLE MOTIVACIÓN

Tabla 5. ¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?

Motivo por el cual se realizó el viaje	N	%
Trabajo	240	71,0%
Descanso	31	9,2%
Turismo	64	18,9%
Salud	2	0,6%
Otro:	1	0,3%
TOTAL:	338	100%

Fuente. *Elaboración propia.*

GRÁFICO 1. MOTIVO POR EL CUAL LOS HUÉSPEDES RESERVARON EN EL HOTEL SONESTA



INTERPRETACIÓN:

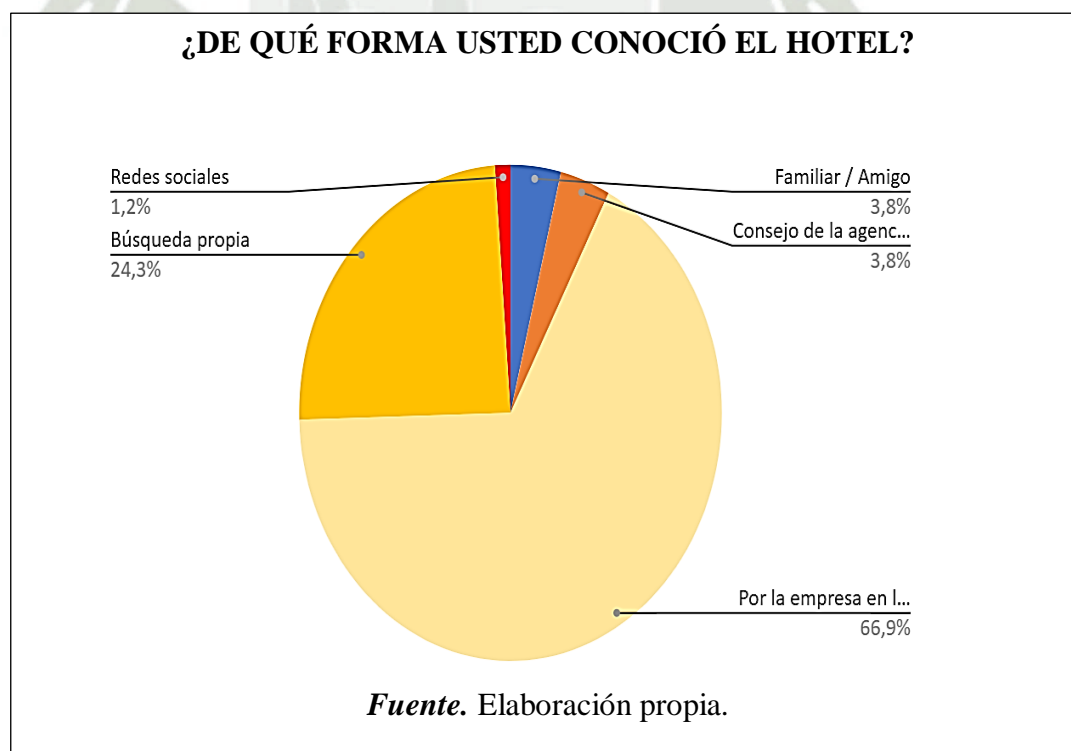
La tabla 5 presenta la distribución de los motivos de viaje de un grupo de 338 personas encuestadas. Según los datos, el motivo principal por el cual las personas realizaron el viaje fue por trabajo, con un total de 240 participantes, lo que representa el 71.0% del total. El turismo ocupa el segundo lugar con 64 personas (18.9%), seguido por el descanso con 31 personas (9.2%). Los motivos de salud y otros representan solo una pequeña parte de las respuestas, con 2 (0.6%) y 1 (0.3%) personas, respectivamente. El total de los participantes es de 338, lo que equivale al 100% de la muestra. Se interpreta que la tabla indica que el trabajo es el motivo principal de viaje en esta muestra, seguido por turismo y descanso. Los motivos relacionados con la salud y otros propósitos son mucho menos comunes.

Tabla 6. ¿De qué forma usted conoció el hotel?

¿De qué forma usted conoció el hotel?	N	%
Familiar / Amigo	13	3,8%
Consejo de la agencia de viaje	13	3,8%
Por la empresa en la que labora	226	66,9%
Búsqueda propia	82	24,3%
Redes sociales	4	1,2%
TOTAL:	338	100%

Fuente. *Elaboración propia.*

GRÁFICO 2. COMO EL HUESPED CONOCIO EL HOTEL



INTERPRETACIÓN:

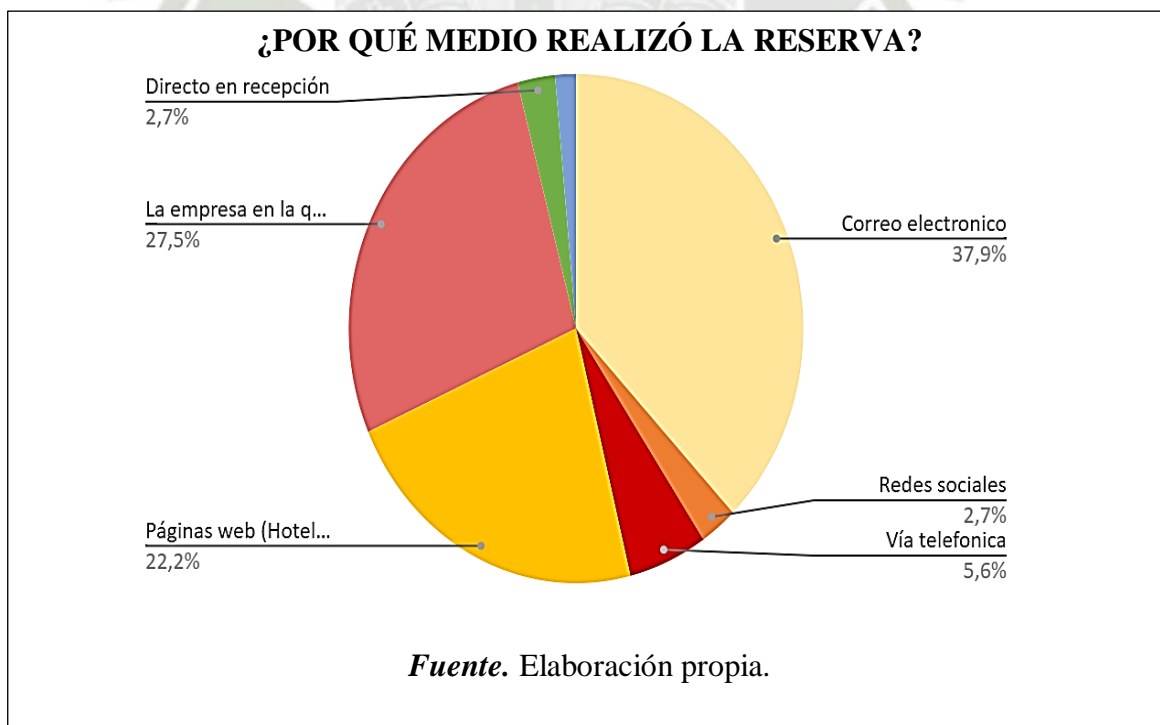
La tabla 6 muestra los diferentes medios por los cuales los huéspedes del hotel encuestado conocieron el hotel. De los 338 encuestados, la mayoría (66.9%) descubrieron el hotel a través de la empresa en la que trabajan, lo que indica que el hotel es utilizado principalmente para viajes de negocios. Un 24.3% encontró el hotel por cuenta propia, lo que sugiere que también hay huéspedes que lo utilizan para viajes personales. Solo un pequeño porcentaje de encuestados (3.8%) recibió recomendaciones de agencias de viajes y otro 3.8% lo encontró a través de amigos y familiares. Solo el 1.2% descubrió el hotel a través de las redes sociales. En general, estos resultados indican que el hotel tiene una presencia sólida en el mercado de viajes de negocios y que es menos conocido entre los viajeros que buscan opciones de ocio y turismo.

Tabla 7. ¿Por qué medio realizó la reserva?

¿Por qué medio realizó la reserva?	N	%
Correo electrónico	128	37,9%
Redes sociales	9	2,7%
Vía telefónica	19	5,6%
Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	75	22,2%
La empresa en la que labora la realizó	93	27,5%
Directo en recepción	9	2,7%
Otro:	5	1,5%
TOTAL:	338	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 3. MEDIO DE RESERVA



INTERPRETACIÓN:

La tabla 7 muestra los diferentes medios utilizados por los huéspedes del hotel para realizar sus reservas. De los 338 encuestados, la mayoría (37.9%) realizó su reserva por correo electrónico, mientras que el 27.5% lo hizo a través de la empresa en la que trabajan. Un 22.2% reservó a través de páginas web de terceros como Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL. Solo un pequeño porcentaje de encuestados (5.6%) reservó por vía telefónica y el 3% reservó directamente en la recepción del hotel. Solo el 2.7% realizó la reserva a través de redes sociales y el 1.5% utilizó otro medio para hacer la reserva. En general, estos resultados indican que la mayoría de los huéspedes prefieren hacer sus reservas por correo electrónico o a través de la empresa en la que trabajan, lo que sugiere una preferencia por los métodos de reserva directa con el hotel.

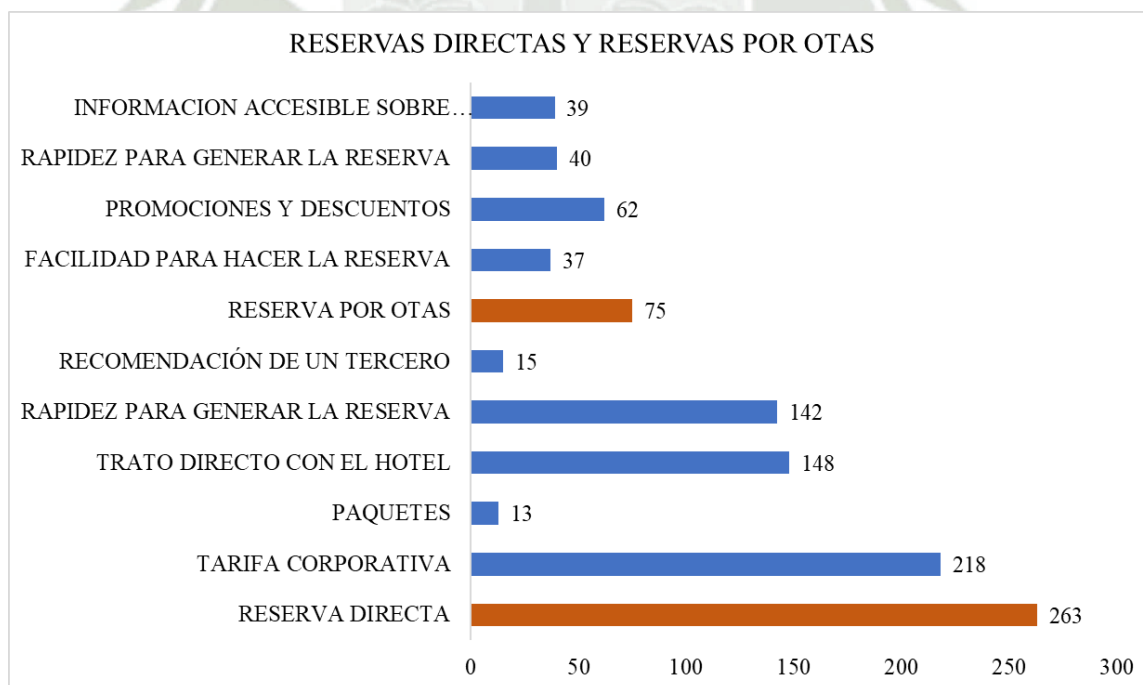
Al responder la pregunta anterior, los encuestados encontraron las 2 siguientes preguntas de opción múltiple. De los 338 encuestados, 263 respondieron la pregunta número 4 y 75 respondieron la número 5, la diferencia en los totales de los siguientes cuadros es debido a que una algunos encuestados escogieron más de una opción como se puede observar detalladamente en el anexo número 4 – Matriz de datos cuestionario.

Tabla 8. Motivó para realizar reserva directa o reserva por OTAS

MOTIVO	CANTIDAD	RESPUESTAS	DETALLE
REALIZAR RESERVA DIRECTA	263	218	TARIFA CORPORATIVA
		13	PAQUETES
		148	TRATO DIRECTO CON EL HOTEL
		142	RAPIDEZ PARA GENERAR LA RESERVA
		15	RECOMENDACIÓN DE UN TERCERO
REALIZAR RESERVA POR OTAS	75	37	FACILIDAD PARA HACER LA RESERVA
		62	PROMOCIONES Y DESCUENTOS
		40	RAPIDEZ PARA GENERAR LA RESERVA
		39	INFORMACION ACCESIBLE SOBRE HABITACIONES, DISPONIBILIDAD Y PRECIOS
TOTALES	338	714	

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 4. RESERVA DIRECTA Y RESERVA POR OTAS



Fuente. Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

La tabla 8 muestra las razones por las cuales los huéspedes que realizaron reservas directamente con el hotel (por medio de correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción) y las razones por las cuales los huéspedes que realizaron reservas a través de agencias de viajes en línea (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta o Página GHL) .

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados que reservaron directamente lo hicieron porque contaban con tarifa corporativa, también señalaron que preferían el trato directo con el hotel y la rapidez para generarla fueron factores importantes en su elección. Además, un 13 de los encuestados reservaron directamente porque querían acceder a los paquetes y un 15 decidieron reservar por este medio por recomendación de un tercero.

En cuanto a los resultados de las personas que reservaron por OTAS indican que la mayoría de los encuestados que reservaron a través de estas agencias lo hicieron porque encontraron promociones y descuentos. También señalaron que la facilidad para hacer la reserva y la rapidez para generarla fueron factores importantes en su elección. Además, 39 de los encuestados mencionaron que la información sobre habitaciones, disponibilidad y precios era accesible y fácil de encontrar en estas agencias

En general, estos resultados sugieren que los huéspedes reservan en su mayoría de forma directa gracias a la ventaja de la tarifa corporativa y el trato directo con el hotel, aquí nuevamente vemos que la demanda corporativa es de las mas fuertes. En el caso de las reservas a traves de agencias de viaje online son las preferidas por personas que buscan promociones y descuentos, lo que sugiere que reservan por planes relacionados al turismo u ocio.

Tabla 9. ¿Por qué elige hotel Sonesta Arequipa?

¿POR QUÉ ELIGE HOTEL SONESTA AREQUIPA?	N	%
Calidad de servicios	122	36,1%
Precio	34	10,1%
Promociones	55	16,3%
Ubicación	23	6,8%
Por la empresa en la que labora	104	30,8%
TOTAL:	338	100,0%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 5. ¿POR QUÉ EL HUESPED ELIGE HOTEL SONESTA AREQUIPA?



INTERPRETACIÓN:

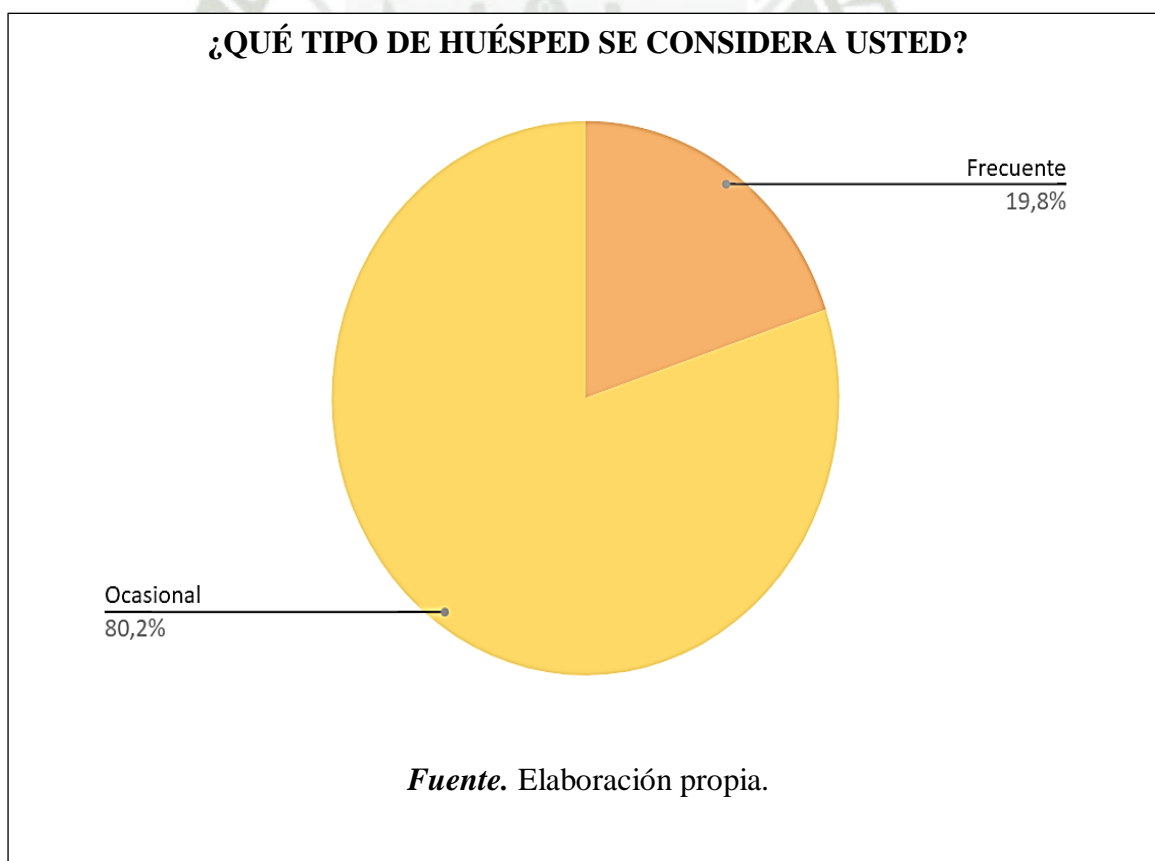
La tabla 9 muestra las razones por las cuales los huéspedes del Hotel Sonesta Arequipa eligieron este establecimiento. Los resultados indican que la mayoría de los encuestados (36.1%) eligió el hotel debido a la calidad de los servicios que ofrece. Un 30.8% mencionó que eligió el hotel porque la empresa en la que laboran lo recomendó, lo que sugiere que el hotel es popular entre los viajeros de negocios. Un 16.3% de los encuestados eligió el hotel por las promociones ofrecidas, mientras que un 6.8% lo eligió por su ubicación. Solo un pequeño porcentaje (10.1%) mencionó que eligió el hotel debido al precio. En general, estos resultados sugieren que la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel es el principal factor que influye en la elección de los huéspedes, y que la recomendación de la empresa en la que trabajan es otro factor importante en la decisión.

Tabla 10. ¿Qué tipo de huésped se considera usted?

¿Qué tipo de huésped se considera usted?	N	%
Frecuente	67	19,8%
Ocasional	271	80,2%
TOTAL:	338	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 6. DIFERENTES TIPOS DE HUÉSPEDES QUE SE HOSPEDAN EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA.



INTERPRETACIÓN:

La tabla 10 muestra cómo los huéspedes del Hotel Sonesta Arequipa se consideran a sí mismos en términos de frecuencia de estadía en el hotel. Los resultados indican que la gran mayoría de los encuestados (80.2%) se consideran huéspedes ocasionales, lo que sugiere que la mayoría de los clientes del hotel no lo visitan con frecuencia. Solo un 19.8% de los encuestados se consideran huéspedes frecuentes, lo que indica que hay una minoría de clientes que visitan el hotel con regularidad. En general, estos resultados sugieren que el hotel puede beneficiarse de estrategias para fidelizar a sus huéspedes y fomentar la repetición de visitas.

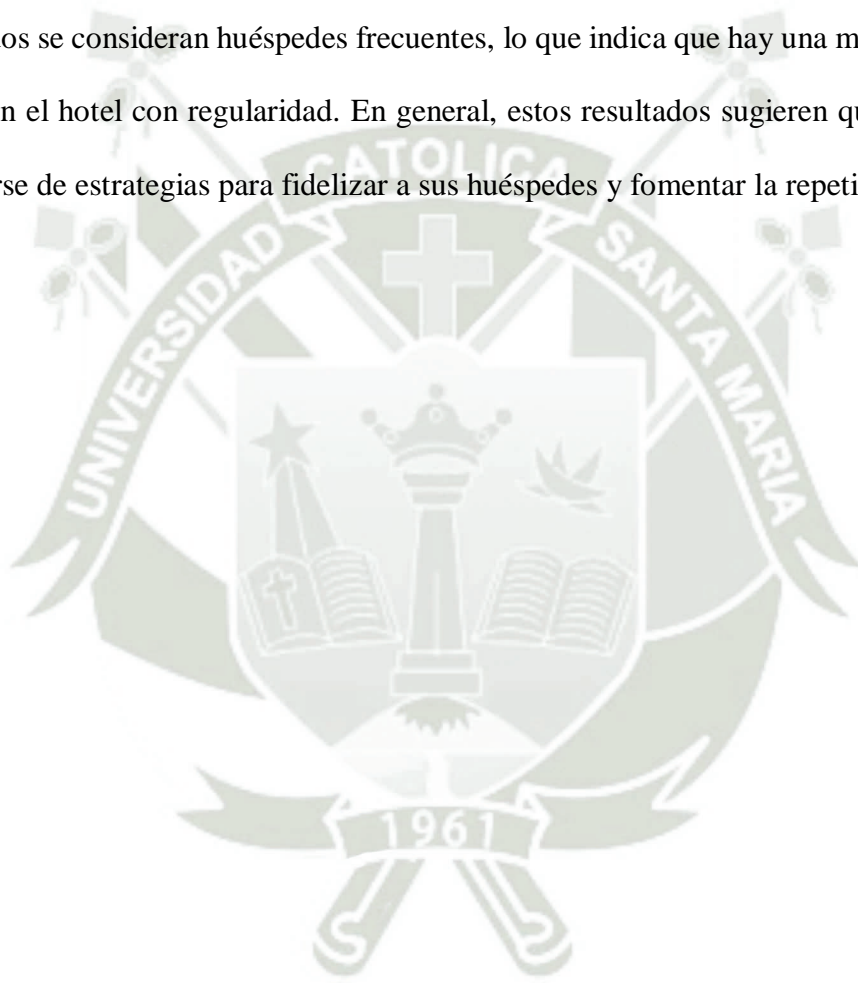
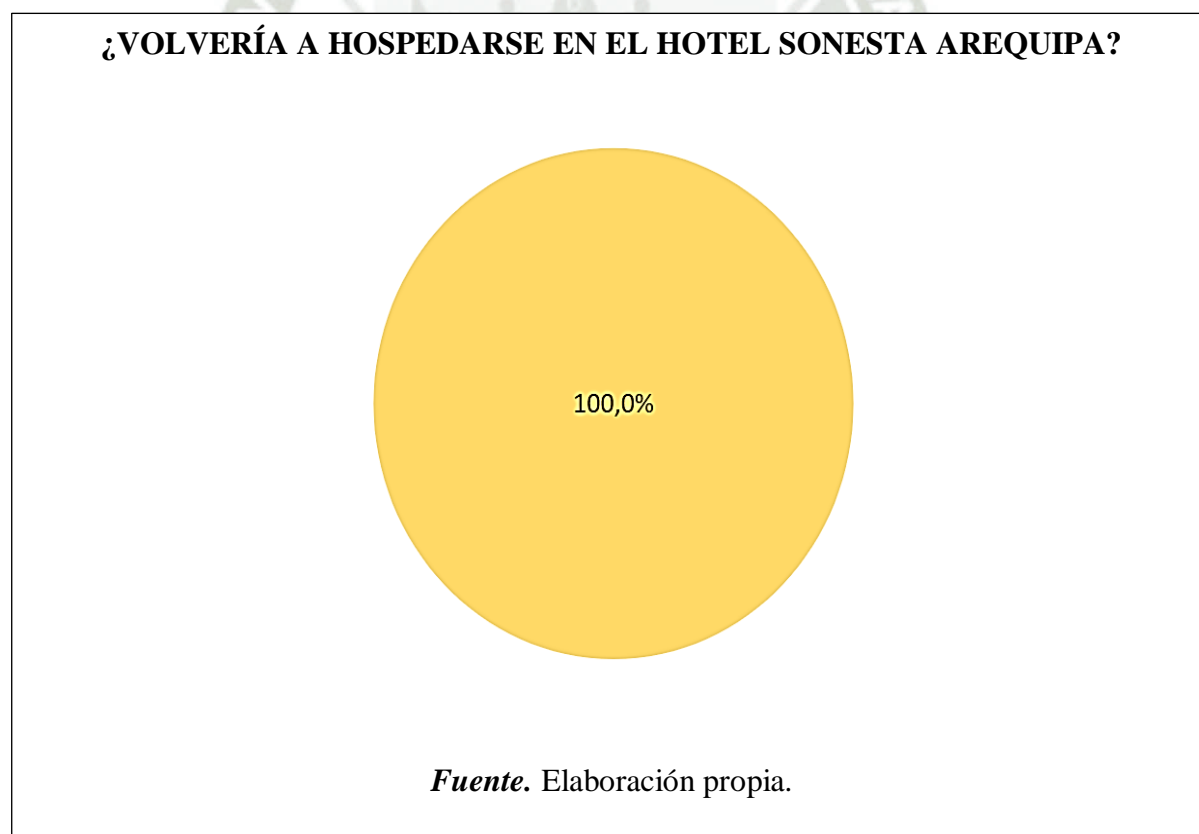


Tabla 11. ¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?

¿Volvería a hospedarse en el Hotel Sonesta Arequipa?	N	%
Si	338	100%
No	0	0%
TOTAL:	338	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 7. VOLVERÍA AL HOTEL SONESTA AREQUIPA



INTERPRETACIÓN:

La tabla 11 muestra la respuesta a la pregunta de si los encuestados volverían a hospedarse en el Hotel Sonesta Arequipa. Los resultados indican que el 100% de los encuestados respondería afirmativamente a esta pregunta, lo que sugiere que los huéspedes están satisfechos con su experiencia en el hotel y estarían dispuestos a hospedarse nuevamente en el futuro. En general, estos resultados sugieren que el hotel ha logrado generar una experiencia positiva en sus huéspedes y que estos recomendarían el establecimiento a otros viajeros.

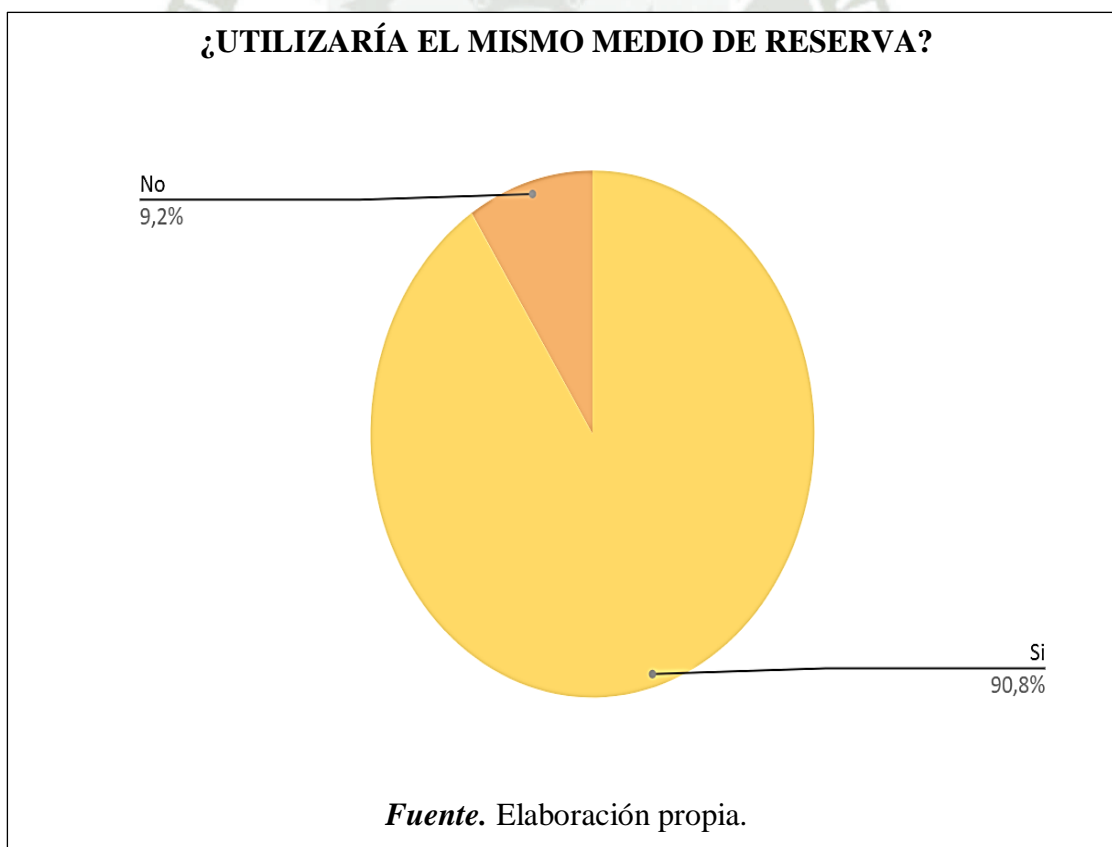


Tabla 12. ¿Utilizaría el mismo medio de reserva?

¿Utilizaría el mismo medio de reserva?	N	%
Si	307	90.8%
No	31	9.2%
TOTAL:	338	100.0%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 8. ¿EL HUESPED UTILIZA EL MISMO MEDIO DE RESERVA?



INTERPRETACIÓN:

La tabla 12 muestra las respuestas a la pregunta de si los huéspedes volverían a reservar a través del mismo medio en el caso de que respondiera afirmativamente a la pregunta anterior de si volverían a hospedarse en el Hotel Sonesta Arequipa. Los resultados indican que el 90.8% de los encuestados volvería a reservar a través del mismo medio, mientras que el 9.2% no lo haría. En general, estos resultados sugieren que la mayoría de los huéspedes que vuelven a hospedarse en el hotel preferirían utilizar el mismo medio para hacer su reserva, lo que sugiere que al momento de reservar estuvieron satisfechos con el medio que usaron, ya sea debido a la facilidad, confianza o comodidad, en cuanto a las personas que indicaron que no usaría en mismo medio, es probable que pudieran conversar con el personal del hotel para encontrar un medio mejor al que utilizaron o también debido a alguna recomendación de un tercero.

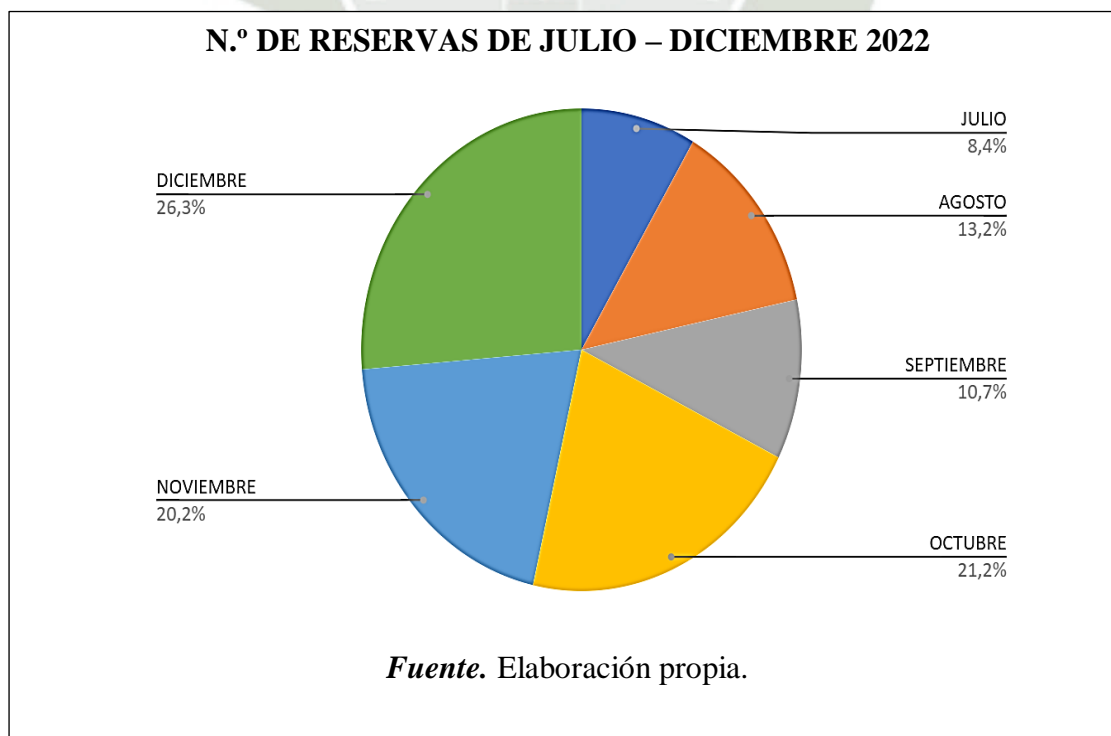
**1.2. RESERVAS CONFIRMADAS MEDIANTE RESERVAS DIRECTAS Y
RESERVAS POR AGENCIAS DE VIAJES ONLINE**

Tabla 13. Reservas Julio - Diciembre 2022

N.º DE RESERVAS DE JULIO – DICIEMBRE 2022.		
MES	Nº	PORCENTAJE
JULIO	238	8,4 %
AGOSTO	372	13,2%
SEPTIEMBRE	302	10,7%
OCTUBRE	596	21,2%
NOVIEMBRE	568	20,2%
DICIEMBRE	741	26,3%
TOTAL	2817	100%

Fuente. Elaboración propia.

**GRÁFICO 9. RESERVAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO –
DICIEMBRE 2022.**



INTERPRETACIÓN:

La Tabla 13 presenta información detallada sobre las reservas realizadas de julio a diciembre siendo un total de 2817 reservas que alojaron a 12603 huéspedes (100% del total), siendo los meses de octubre, noviembre y diciembre los meses con mayor número de reservas, resaltando diciembre con 741 reservas generadas.

En los siguientes resultados es probable que veamos estos 3 meses resaltando nuevamente. Ya que en ellos se encuentran la mayoría de las reservas.

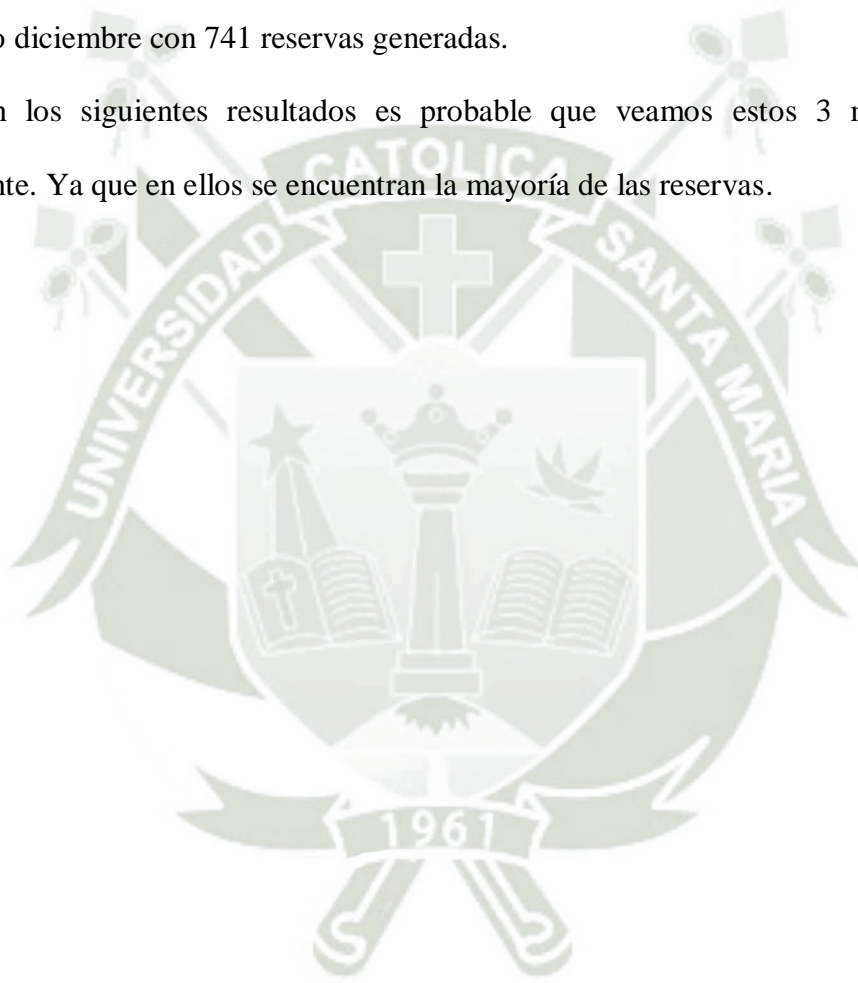
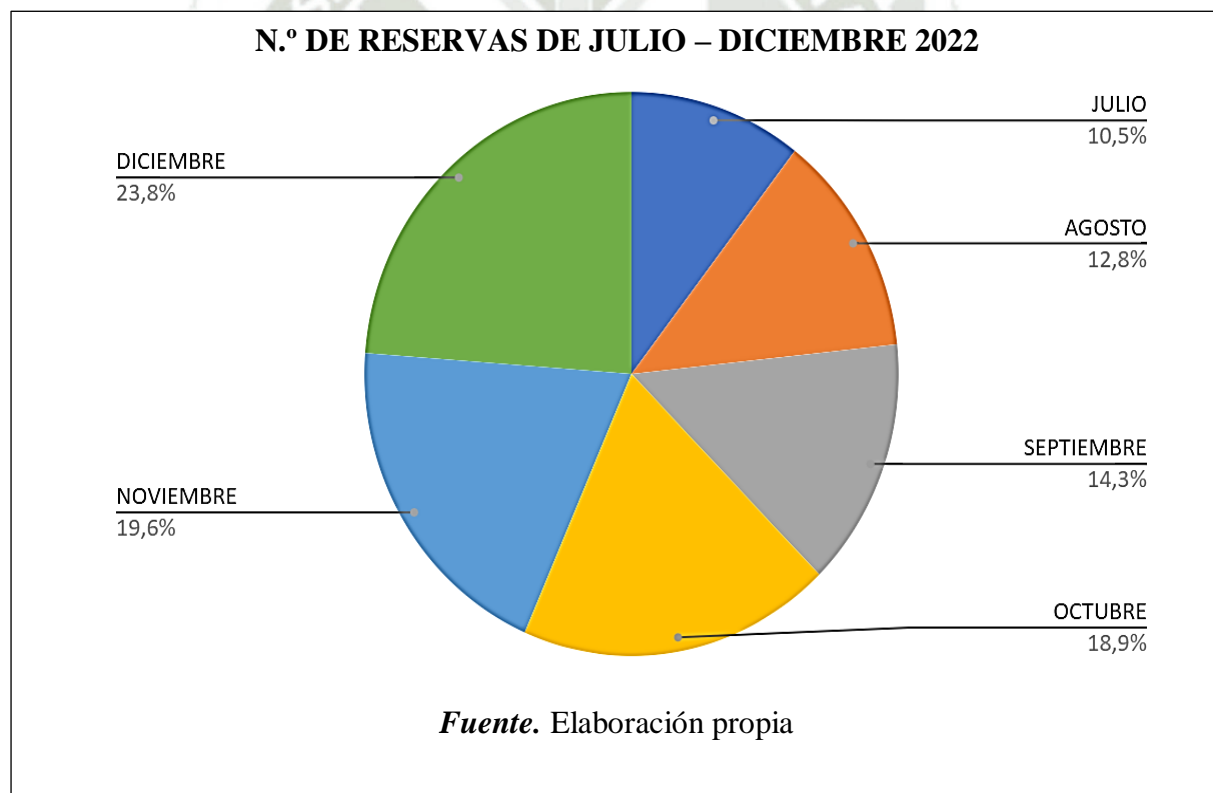


Tabla 14. Número de huéspedes.

N.º DE HUÉSPEDES		
MES	Nº	PORCENTAJE
JULIO	1320	10,5%
AGOSTO	1619	12,8%
SEPTIEMBRE	1799	14,3%
OCTUBRE	2388	18,9%
NOVIEMBRE	2475	19,6%
DICIEMBRE	3002	23,8%
TOTAL	12603	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 10. N.º DE HUÉSPEDES EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO – DICIEMBRE 2022.



INTERPRETACIÓN:

La tabla 14 muestra que se alojaron 12603 huéspedes en los meses de julio a diciembre, de los cuales la mayoría estuvieron hospedados en el mes diciembre (23,8 %).

Tabla 15. Reservas directas de Julio - Diciembre 2022

RESERVAS DIRECTAS DE JULIO – DICIEMBRE 2022.		
MES	N°	PORCENTAJE
JULIO	158	7,3%
AGOSTO	267	12,4%
SEPTIEMBRE	226	10,5%
OCTUBRE	452	20,9%
NOVIEMBRE	476	22,1%
DICIEMBRE	579	26,8%
TOTAL	2158	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 11. RESERVAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DIRECTAS DE JULIO - DICIEMBRE.

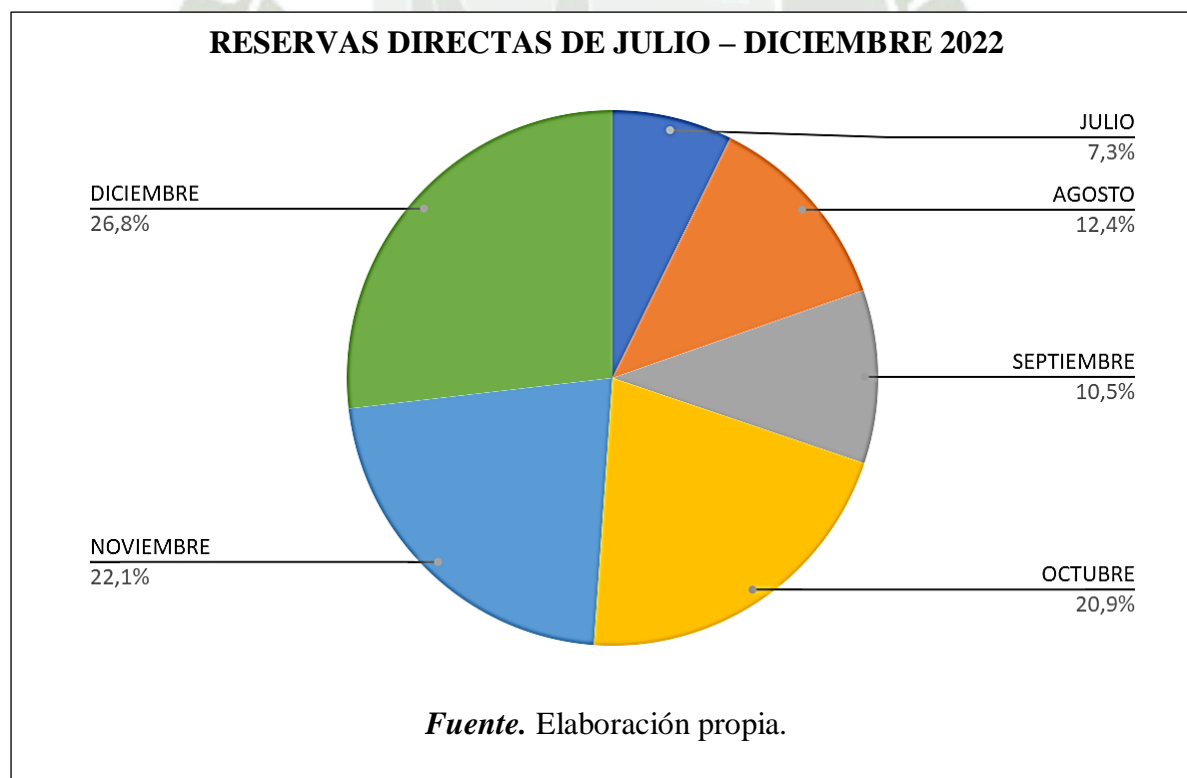
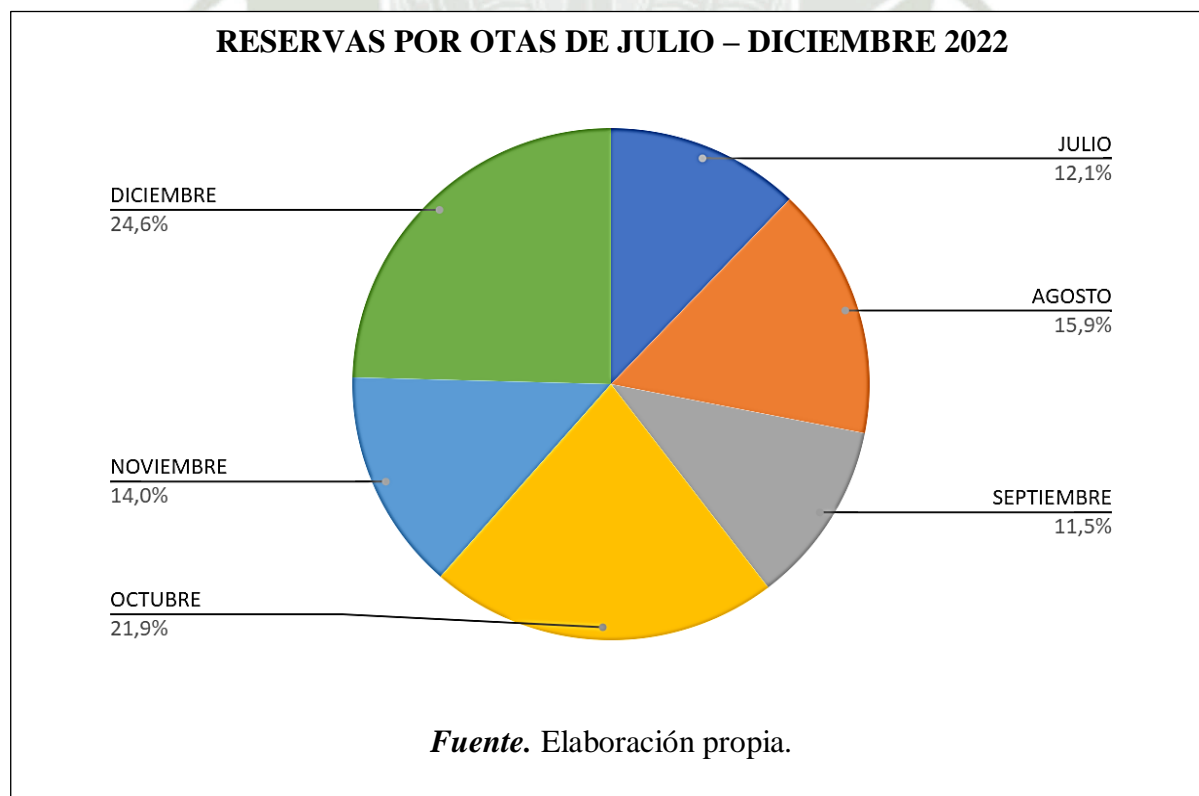


Tabla 16. Reservas por agencias de viaje online de Julio - Diciembre 2022.

RESERVAS POR AGENCIAS DE VIAJE ONLINE DE JULIO - DICIEMBRE 2022.		
MES	N°	PORCENTAJE
JULIO	80	12,1%
AGOSTO	105	15,9%
SEPTIEMBRE	76	11,5%
OCTUBRE	144	21,9%
NOVIEMBRE	92	14,0%
DICIEMBRE	162	24,6%
TOTAL	659	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 12. RESERVAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA POR AGENCIAS DE VIAJE ONLINE DE JULIO - DICIEMBRE.



INTERPRETACIÓN:

Como podemos observar 2158 reservas fueron de forma directa y 659 se realizaron a través de agencias de viaje online.

La tabla 15 presenta el número de reservas directas que tuvo el Hotel desde el mes de Julio hasta Diciembre, siendo los meses de Octubre (21.9%), Noviembre (22.9%) y Diciembre (26.9%), los meses con más reservas directas.

Por otro lado, podemos apreciar en la tabla 16 el número de reservas por agencias de viajes online, siendo los meses de Agosto, Octubre y Diciembre, los meses con más reservas realizadas por agencias de viaje online.

En general los resultados sugieren que la mayoría de las reservas se encuentran en el último trimestre del año, siendo en mayor número las reservas realizadas directamente con el Hotel, esta diferencia la podemos ver en general en todo el periodo estudiado.

Tabla 17. Subtipo de reserva - directas de Julio - Diciembre 2022.

SUBTIPO DE RESERVA - DIRECTAS DE JULIO - DICIEMBRE 2022.		
CORPORATIVA	1593	73,80%
PARTICULAR	344	15,90%
PLAN DEL HOTEL	28	1,30%
FUNCIONARIOS	21	1,00%
AGENCIA DE VIAJES	172	8,00%
TOTAL	2158	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 13. SUBTIPO RESERVAS DIRECTAS – DIRECTAS EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO - DICIEMBRE 2022

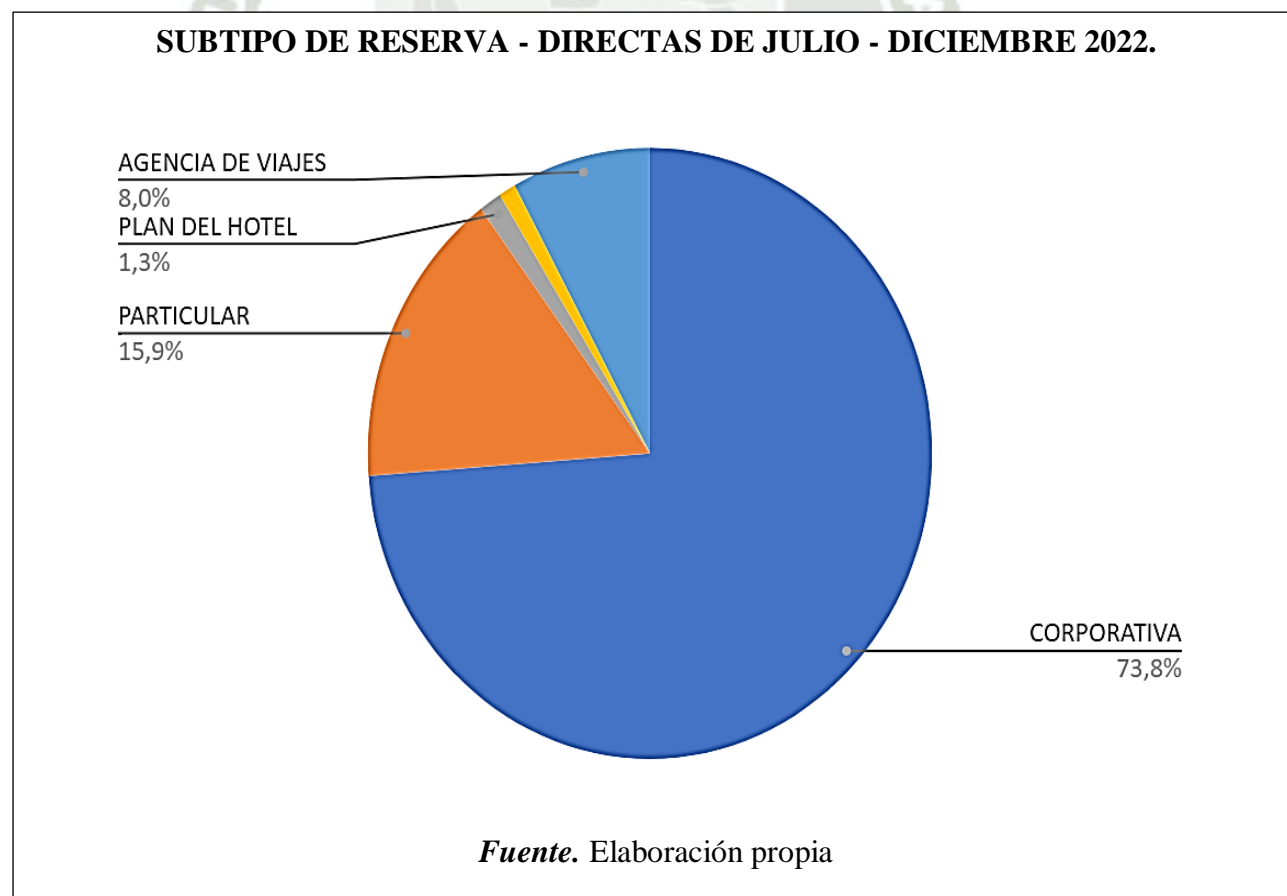
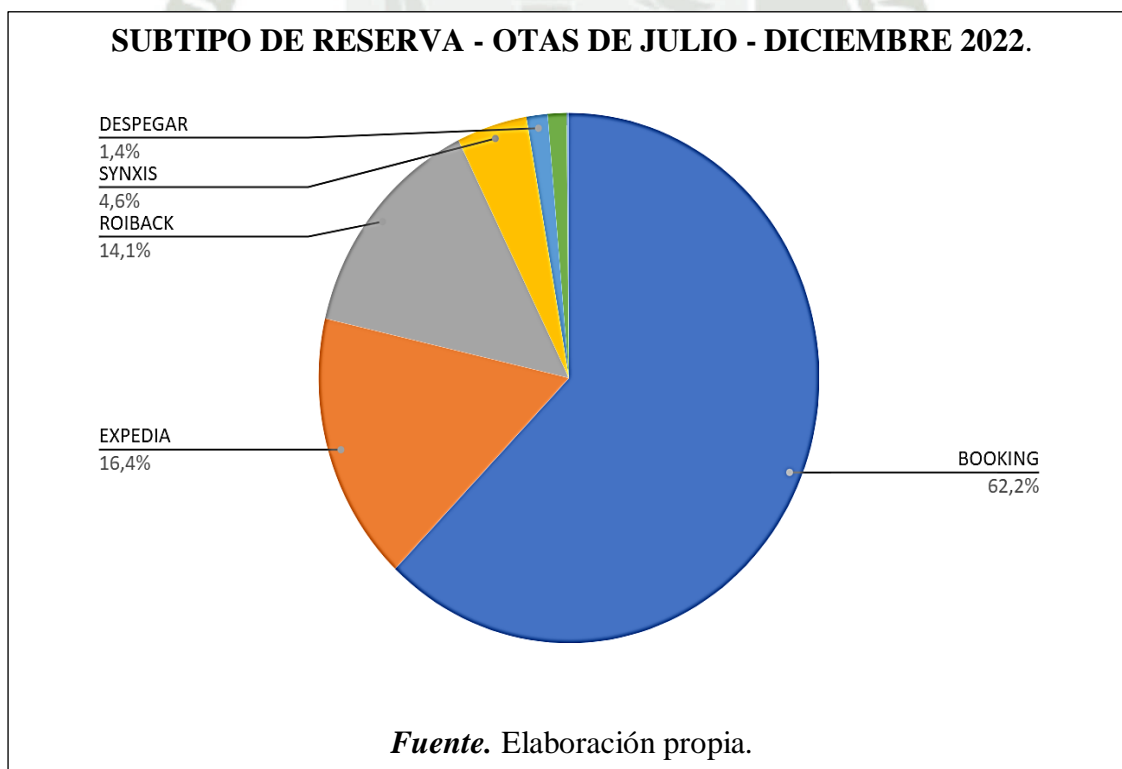


Tabla 18. Subtipo de reserva – Agencias de viaje online de Julio - Diciembre 2022.

SUBTIPO DE RESERVA - AGENCIAS DE VIAJE ONLINE DE JULIO - DICIEMBRE 2022.		
BOOKING	410	62,20%
EXPEDIA	108	16,40%
ROIBACK	93	14,10%
SYNXIS	30	4,60%
DESPEGAR	9	1,40%
HOTELBEDS	8	1,20%
WEBBEDS	1	0.20%
TOTAL	659	100%

Fuente. Elaboración propia.

GRÁFICO 14. SUBTIPO RESERVA – AGENCIAS DE VIAJE ONLINE EN EL HOTEL SONESTA AREQUIPA DE JULIO - DICIEMBRE 2022



INTERPRETACIÓN:

Según las tablas 17 y 18 las reservas directas, la mayoría fueron corporativas (56.51% del total de reservas), seguidas por particulares (12.21%) y otros subtipos como Plan del Hotel, Agencias de Viaje y funcionarios. En cuanto a las reservas realizadas a través de agencias de viaje online, la mayoría se realizó a través de Booking.com (62.20% del total de reservas). El resto de las reservas a través de agencias de viaje online se distribuyó entre, Expedia, Roiback, Synxis, Despegar, Hotelbeds y Webbeds.

Según lo que podemos observar, los huéspedes que más realizaron sus reservas directas fueron los corporativos, seguidos de los particulares, esta información guarda relación con los resultados encontrados en el cuestionario.

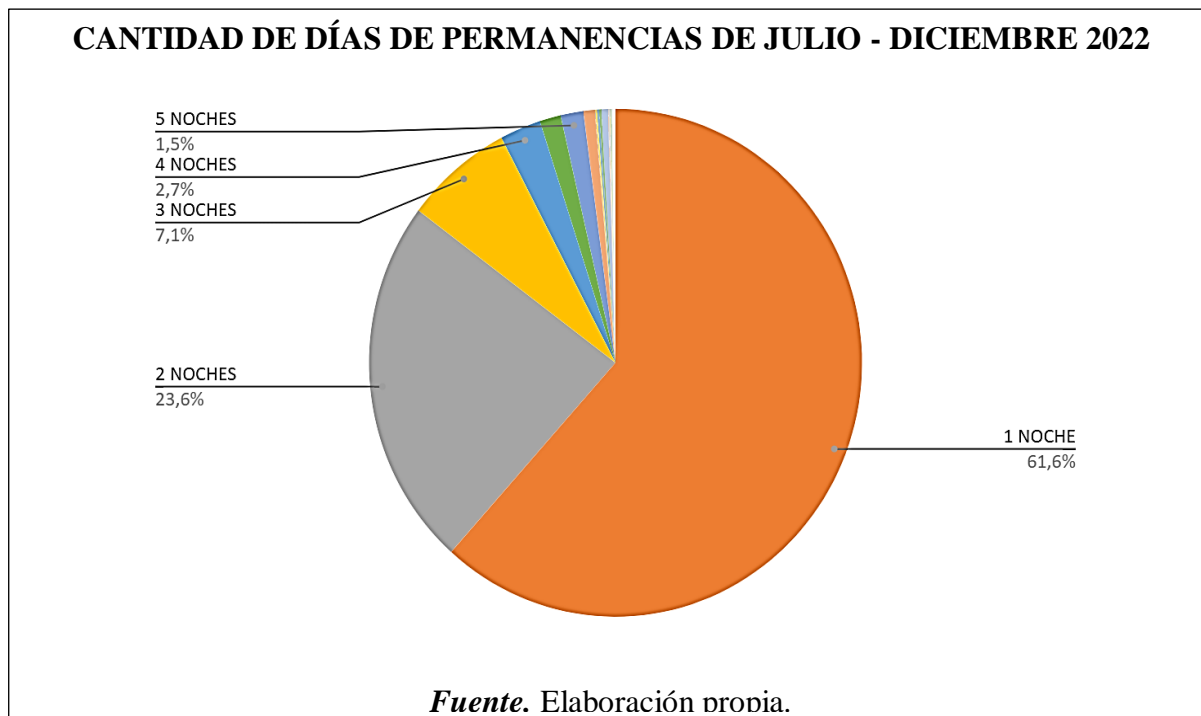
Con respecto a las reservas realizadas por agencias de viaje online podemos ver que los huéspedes que utilizan este medio prefieren usar la plataforma de Booking, teniendo en cuenta esta información podemos suponer que es debido a las promociones que encuentran en este aplicativo, teniendo en cuenta que guarden relación con los resultados del cuestionario.

Tabla 19. Cantidad de días de permanencias de Julio - Diciembre 2022.

CANTIDAD DE DÍAS DE PERMANENCIAS DE JULIO - DICIEMBRE 2022		
1 NOCHE	1737	61,66%
2 NOCHES	666	23,64%
3 NOCHES	200	7,10%
4 NOCHES	76	2,70%
DAY USE	39	1,38%
5 NOCHES	42	1,49%
6 NOCHES	21	0,75%
7 NOCHES	1	0,04%
8 NOCHES	3	0,11%
9 NOCHES	4	0,14%
10 NOCHES	4	0,14%
11 NOCHES	12	0,43%
15 NOCHES	1	0,04%
16 NOCHES	2	0,07%
17 NOCHES	1	0,04%
18 NOCHES	1	0,04%
28 NOCHES	2	0,07%
30 NOCHES	3	0,11%
32 NOCHES	1	0,04%
36 NOCHES	3	0,11%

Fuente. Elaboración propia.

**GRÁFICO 15. DÍAS DE PERMANENCIA DE HUESPEDES EN EL HOTEL
SONESTA AREQUIPA DE JULIO - DICIEMBRE 2022.**



INTERPRETACIÓN:

En cuanto a la tabla 19, podemos observar que a mayoría de los huéspedes se quedaron solo una noche (61.66% del total), seguida por estancias de dos noches (23.64%) y tres noches (7.10%). Hay una cantidad muy pequeña de huéspedes que se quedan más de tres noches, y algunos se quedan hasta 36 noches.

En general, la tabla proporciona una visión detallada de cómo los huéspedes reservan y cuánto tiempo suelen quedarse en este hotel durante el período de seis meses de julio a diciembre de 2022. Parece que la mayoría de las reservas se hacen directamente, en lugar de a través de agencias de viajes online, y que la mayoría de los huéspedes se quedan solo una o dos noches. Sin embargo, sin más contexto, estas son solo suposiciones basadas en los datos presentados.

DISCUSIÓN

El análisis global de los datos sugiere que el Hotel Sonesta Arequipa se ha consolidado como una opción preferida para viajeros corporativos y particulares que van de vacaciones. Varias observaciones hechas en el análisis son consistentes con los hallazgos de la literatura más amplia sobre la industria hotelera.

La preeminencia de los viajes relacionados con el trabajo que se encuentra en la Tabla 5 se alinea con la investigación que muestra que los viajeros de negocios constituyen una proporción significativa de los huéspedes de hoteles, especialmente en áreas urbanas y comerciales (Taborda, 2020). El segundo gran grupo identificado en este estudio, los turistas, representa un segmento de mercado clave para muchos hoteles, como destaca Decaroli Liendo (2019).

El descubrimiento del hotel a través de la empresa para la que trabajan, señalado en la Tabla 6, habla de la importancia de los contratos corporativos en la industria hotelera. Las corporaciones a menudo tienen proveedores preferidos para los servicios relacionados con los viajes, incluido el alojamiento en hoteles, y estas relaciones pueden tener un impacto significativo en el patrocinio de los hoteles (Mera Delgado y Cayotopa Ylatoma, 2010).

En cuanto a los métodos de reserva, la preferencia por métodos directos como el correo electrónico o a través de la empresa, que se encuentra en las tablas 7 y 8, hace eco de la tendencia en la industria. Muchas empresas y viajeros prefieren la reserva directa porque suele ofrecer mejores tarifas, flexibilidad y un servicio personalizado (Begazo, 2018).

La inclinación hacia las reservas directas que se muestra en las tablas 16 y 18 está en línea con investigaciones recientes, que muestran una preferencia creciente entre los viajeros por las reservas directas de hotel (Pinto y Castro, 2019). Sin embargo, las agencias de viajes

en línea siguen siendo una fuente importante de reservas, particularmente entre los viajeros de ocio que buscan ofertas y descuentos, como se ve en la Tabla 9.

Los datos de la Tabla 20, que muestran que la mayoría de los huéspedes se quedan solo una noche, concuerdan con los hallazgos de otros estudios (como Talón, Figueroa y Abad, 2016), que indican que los viajes de negocios tienden a ser de estadía corta y, a menudo, se extienden a solo una noche.

Finalmente, el alto nivel de satisfacción con el hotel y la intención de volver que se observan en la Tabla 12, junto con la inclinación a volver a utilizar el mismo método de reserva (Tabla 13), subrayan la importancia de la satisfacción del cliente en la industria de la hospitalidad. Estudios previos (Begazo, 2018; Taborda, 2020) confirman que la satisfacción del cliente juega un papel fundamental en la intención de retorno y la lealtad.

En general, los resultados de los datos del cuestionario y las correlaciones con la literatura más amplia revelan que las operaciones del hotel están bien alineadas con las tendencias generales de la industria y las preferencias de los clientes. Sin embargo, es posible que el hotel desee considerar estrategias para aumentar la duración de la estadía y promover las reservas repetidas, especialmente entre los huéspedes no corporativos.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Por lo tanto, los hallazgos revelan que en el Hotel Sonesta Arequipa, llegan primordialmente dos tipos de turistas, el principal es el corporativo, el cual prefiere realizar sus reservas de forma directa con el hotel debido a las tarifas corporativas, la velocidad en la generación de reservas y la facilidad del contacto con el hotel, el segundo tipo es el que busca promociones y tarifas económicas, pero no tiene fines laborales, simplemente desea descansar o salir un poco de la rutina, estos turistas realizan sus reservas por las agencias de viaje online por la cantidad de promociones y descuentos que encuentra en ellas

SEGUNDA

La principal motivación de los huéspedes que realizan su reserva mediante agencias de viaje online es poder encontrar promociones y paquetes que se acomoden a sus presupuestos, también consideran que es más fácil y rápido realizar las reservas por ese medio.

TERCERA

Basándonos en los cuestionarios recibidos y en la ficha de observación podemos decir que el Hotel recibe un gran número de huéspedes corporativos, los cuales llegan principalmente debido a que sus empresas realizan las reservas directamente con el hotel, esa es la principal motivación.

SUGERENCIAS

PRIMERA

Se recomienda que el hotel siga manteniendo un perfil en las agencias online, así como la información detallada de las habitaciones como del hotel para que el huésped pueda tener una mejor información del producto que está deseando adquirir, así como los servicios que incluyen; así como el vínculo que se tiene con las empresas al confiar a sus trabajadores hospedándose en el hotel, cumpliendo con un buen servicio.

SEGUNDA

Recomendamos al hotel hacer uso de la publicidad de los servicios que se brinda, para así poder generar interés, curiosidad y poder motivar al cliente a consultar, interactuar y poder adquirir el servicio o producto que se ofrece.

TERCERA

Al tener un buen número de reservas por ambos canales de reservas se le recomienda al hotel que continúe brindando un buen trato de calidad y servicio a todos los huéspedes, para que ellos tengan una buena satisfacción y vuelvan a adquirir los productos del Hotel Sonesta Arequipa.

REFERENCIAS

- Acuña Chico, J. (2014). *Marketing Turístico para la Captación de Nuevos Clientes en el Parque Nacional Llanganates ubicado en las Provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza y Napo* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. Archivo digital. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/7719>
- Alpízar Domínguez, A. J., & Hernández Jaimes, L. (2015). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en Estelaris mueblerías* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. Archivo digital. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/62621>
- Alvarez Reguera, M. (2018). *Marketing digital turístico, pasado, presente y futuro* [Tesis de licenciatura, Universidad de León]. Archivo digital. <https://buleria.unileon.es/handle/10612/8535>
- Andrade Delgado, T. G. (2016). *Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad* [Tesis de titulación, Universidad de Cuenca]. Archivo digital. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26148/1/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Arguello Zambrano, S. (2014). *Plan estratégico de marketing para fomentar los atractivos turísticos del Canton Montalvo, provincia de Los Rios* [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. Archivo digital. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7279>

- Anteportamlatinam Valero, J. (2014). *Relevancia del e-commerce para la empresa actual* [Tesis de licenciatura, Universidad de Valladolid]. Archivo digital.
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/5942>
- Baquero Castillo, A. (2014). *Estudio del E-Commerce en el sector turístico aplicado a las aerolíneas y operadores turísticos de la ciudad de Guayaquil-Ecuador* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Archivo digital.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1128>
- Barrio, M. F., Ballester, M. T., Domecq, C. F., & Romero, P. A. (2016). El papel de las OTAs en el proceso de distribución de las cadenas hoteleras españolas. *Esic market*, 47(155).
<https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/215>
- Bedoya Segura, B. (2014). *La confianza y el uso del marketing digital como estrategia: Un desafío para las empresas en evolución* [Tesis de especialización, Universidad Militar Nueva Granada]. Archivo digital.
<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/13267>
- Begazo Flores, B. L. (2019). *Análisis Comparativo de las Reservas de Alojamiento por Medio del Canal de Reservas Agencias de Viajes en Línea y Canal de Reservas Directo del Hotel Boutique Katari At Plaza de Armas* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. Archivo digital.
http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM_81fb87e1deddcf5b6a8c0641b1822fbe
- Cabrejo Fonseca, L. N., & Jiménez Riaño, D. J. (2018). *Plan de negocios para la Agencia de Viajes Online "Colombian Routes"* [Tesis de licenciatura, Universidad

Pedagógica y Tecnológica de Colombia Administración Turística y Hotelera].

Archivo digital. <https://core.ac.uk/download/pdf/217560433.pdf>

Camacho Miñano, M. & Del Campo, C. (2013). Impacto de la motivación intrínseca en el rendimiento académico a través de trabajos voluntarios: Un análisis empírico.

Revista Complutense de Educación, (26), 67-80.

<https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/42581>

Carmona Martínez, A. T. (2019). *Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente, de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel, en la ciudad de Trujillo* [Tesis de licenciatura, Universidad Catolico Santo Toribio de Mogrovejo].

Archivo digital. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1922>

Castillo Zeledon, U., Gomez Hernandez, Y., Meneses Picado, G. & Gomez Garcia, R.

(2020). Situación del sector hotelero y su aporte al crecimiento económico en el municipio de Estelí, en el II semestre del año 2019. *Revista Científica de FAREM-Estelí*,

volumen (33), 89.

<https://rcientificaesteli.unan.edu.ni/index.php/RCientifica/article/download/981/973/1414>

Cavero Noya, O. (2018). *El impacto de las herramientas de comunicación online del sector hotelero en la elección de hoteles en jóvenes turistas peruanos y extranjeros de 18 a 35 años* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

Archivo digital.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624434>

Chacón León, H. A. (2020). *Plan de mantenimiento preventivo para incrementar la productividad de los equipos de chancado secundario en una empresa minera.*

[Tesis de licenciatura, Universidad Peruana los Andes]. Archivo digital.

https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1789/T037_46600172_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cuadros Torre, C. M. (2020). *Fidelidad del cliente del Hotel JW Marriott el Convento Cusco* [Tesis de licenciatura, Universidad Andina del Cusco]. Archivo digital.

<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3990>

Cruz Acuña, E. (2006). *Manual de Procedimientos para el Departamento de Recepción y Manual de Puestos para Hotel Arenal Manoa, La Fortuna de San Carlos* [Tesis de bachillerato, Instituto Tecnológico de Costa Rica Sede Regional San Carlos].

Archivo digital. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/4028>

De Castro Torrecilla, J. (2020). *Plataformas digitales en el turismo y su implicación en la transformación del marketing del sector* [Tesis de licenciatura, Universidad de Valladolid]. Archivo digital.

<https://1library.co/title/plataformas-digitales-turismo-implicaci%C3%B3n-transformaci%C3%B3n-marketing-sector>

Delgado Carvajal, E. (2019). *Plan de marketing para el fomento y desarrollo turístico en la comuna de hijuelas* [Tesis de licenciatura, Universidad de Valparaíso]. Archivo digital. <http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvsc1/964>

Díaz Soto, J. (2011). *Sistema de Control de Reserva y Cobros en un Hotel* [Tesis de licenciatura, Universidad del Biobío]. Archivo digital.

<http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/727>

Dominguez, P., Richert, S. & Castro, R. (2006). Contraste de la capacidad de respuesta a correos electrónicos entre hoteles independientes y de cadena. *Estudios y perspectivas en turismo*, volumen (15), 5.

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322006000100001

Eilers Romero, E. (2018). *La formalización de procedimientos del área de recepción en un hotel independiente de 5 estrellas en Lima, Perú en el año 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Archivo digital.

<https://repositorio.usil.edu.pe/items/a74b0ac1-5f6d-4165-924b-64a27dd62488/full>

Espinosa Logroño, J. (2015). *Propuesta de un plan de marketing para el Hostal “El Roble” ubicado en la ciudad de Quito* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial]. Archivo digital.

<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15997>

Espinoza Tellez, M., Murillo Castro, A. & Cuarezma Palacios, L. (2018). *Marketing digital: Herramientas Publicitarias utilizadas por las organizaciones en el marketing digital* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Archivo digital. <https://repositorio.unan.edu.ni/9409/1/19048.pdf>

García Suárez, A. (2018). *Diseño de un hotel boutique en el Municipio de Barichara Santander* [Tesis de licenciatura, Universidad Santo Tomás]. Archivo digital.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/16259/2019alvarogarcia.pdf?sequence=1>

Giraldez Puig, M. (2008). *Mecanismos de Control en el Sector Hotelero Andaluz* (1ra ed.)

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/29637.pdf>

Gómez Valderrama, C. G. (2020). *Motivación intrínseca y extrínseca de los trabajadores de la universidad privada de la selva peruana SAC-2020*. [Tesis de licenciatura,

- Universidad Privada de la Selva Peruana]. Archivo digital.
<http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/66/Motivacion%20intrinseca%20y%20extrinseca%20de%20los%20trabajadores%20de%20la%20UPS.pdf>
- Gonzales Vásquez, Z. (2016). *Impacto del turismo en el Perú, como actividad económica, en el Hotel tres estrellas “Lucky Star” de la ciudad de Chiclayo, durante el período 2009 – 2014* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Archivo digital.
<http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/869>
- Guzmán-Sala, A., & Castro, A. M. (2016). Evaluation of tourist sites in Tabasco, Mexico. *International journal of scientific management and tourism*, 2(2), 151-161.
<http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/100>
- Guzmán Martínez, J. M. (2019). *Motivación intrínseca y autoconcepto en estudiantes de comunicación de la Universidad de Lima-2019*. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres].
https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_2f7bbd20fa663b7c300a8ddfd00be6bb
- Hernandez Aro, Y. (2010). *Procedimiento para la elaboración e implementación del plan de marketing en pequeños y medianos hoteles de tránsito del destino Villa Clara* [Tesis de maestría, Universidad Central Marta Abreu de las Villas]. Archivo digital. <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/7226?show=full>
- Huacón Diaz, K. (2018). *Los sistemas de reservas en los servicios hoteleros de la ciudad de Babahoyo de la provincia de Los Ríos* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. Archivo digital.
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6542>

- Jara, J., Barzola, L. & Aviles P. (2019). Importancia del Marketing Digital en el Comercio electrónico. *E-IDEA Journal of business sciences*, volumen (3), 26.
<https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/download/14/14/50>
- Jiménez Lopez, O. (2021). *Diferencias en el nivel de reserva de habitaciones entre el uso orgánico de publicaciones en facebook y el uso de facebook ads en la fan page de Hotel Platinum en la ciudad de Tacna, periodo de Julio a Setiembre 2018 y Julio a Setiembre 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. Archivo digital. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1881>
- Latorre Bueno, P. (2019). *La eficiencia del sector hotelero en Barcelona: una aplicación de la metodología DEA* [Tesis de licenciatura, Universidad de Jaén]. Archivo digital.
http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/10668/1/TFG_PAULA_LATORRE_BUE_NO.pdf
- Lavado Alva, K. S. (2017). *La calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo del centro histórico de la ciudad de Trujillo en el turista nacional*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Archivo digital.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/9796>
- Llorente, L. (2022). Programas de fidelidad para hacer crecer tu venta directa. *Tecnohotel: revista profesional para la hostelería y restauración*, 491, 29.
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/593308>
- López Villagaray, C. D. (2019). *El liderazgo y su relación con la motivación de los colaboradores de la Municipalidad de Pachacámac* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Archivo digital.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/944>

- Luna Gúzman, D., Perez Lopez, O & Quiroz Zuñiga, C. (2016). *Reconfiguración de la instalación hidráulica del Hotel Misión Guanajuato* [Tesis de licenciatura, Instituto Politécnico Nacional]. Archivo digital. <https://tesis.ipn.mx/jspui/handle/123456789/24080>
- Maldonado Córdova, A. V., Pérez Espinoza, M. J., & Lalangui Ramírez, J. (2018). Marketing turístico: una oportunidad de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas para su crecimiento sostenible. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 114-119. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Manzuoli, J. P. (2005). Una visión renovadora sobre el proceso de decisión de compra. *Revista electrónica FCE*, 5, 1-60. http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia/MM05/Lecturas/5_Una_vision_renovadora_sobre_el_proceso_de_decision_de_compra.pdf
- Marino, C. & Catalan C. (2016). Determinantes de la compra por internet en servicios turísticos: el caso de Chile. *Gestión turística, volumen (26)*, 58. <http://revistas.uach.cl/index.php/gestur/article/view/1705/1783>
- Mariscal Suarez, T. (2017). *Aproximación teórica del Big Data sobre el marketing Digital* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Archivo digital. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9956>
- Martínez Hermosilla, R. (2020). *Análisis de las puntuaciones online de lugares turísticos*. [Tesis de maestría, universidad politécnica de Cartagena] Archivo digital. <https://repositorio.upct.es/handle/10317/9107>
- Mateo Soriano, M. (2001). La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. *Proyecto social: Revista de relaciones laborales (9)*, 163-184. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=209932>

- Mera Delgado, D. L. (2020). *Diagnóstico de la gestión del área de reservas en la atención del cliente online del hotel Sunec* [Tesis de licenciatura, Universidad de Lambayeque]. Archivo digital <https://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/302>
- Miranda Aguilar, V. J., & Valencia Herrera, A. (2018). *La supervivencia de las agencias de viaje y turismo: gestión del marketing digital como estrategia para la atracción de clientes turistas* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Archivo digital. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13122>
- Montesdeoca Chulde, J. (2018). *Análisis de la segmentación del mercado del hostel "La Terraza" ubicado en Quito-Ecuador y propuesta de un plan estratégico de marketing en base al resultado durante el año 2018*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Archivo digital. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2971477>
- Moreno Barrera, D. (2018). *Sistema WEB para mejorar la Gestión Hotelera de Inversiones Turísticas L&B SAC - Hotel B'liam en el Distrito de Tumbes, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Archivo digital. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28041>
- Morrillo Moreno, C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución de conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, vol 1 (enero - julio), 141 - 142. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Morillo Moreno, C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, (1), 150. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

- Ojeda Rincon, D. & Sanabria Mendoza, M. (2021). *Herramientas tecnológicas viables para la promoción del sector hotelero del municipio de Guateque Boyacá – Colombia* [Tesis de especialización, Universidad Santo Tomás]. Archivo digital. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/33779>
- Ortiz Quiroga, G. A., & Rodriguez Lujan, E. T. (2018). *El rol de los medios sociales en planes de marketing en agencias de viajes de la ciudad de La Paz* [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. Archivo digital. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/17673>
- Paitán, H. Ñ., Mejía, E. M., Ramírez, E. N., & Paucar, A. V. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5a ed.). Ediciones de la U. <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=VzOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+cuantitativa-cualitativa+y+..&ots=RWJwbMf42R&sig=CJw6-8eZIAfB-aG9WC0BoiAj9vQ>
- Pareja Limaco, A. A. (2018). *Marketing digital y su relación en la decisión de compra en la tienda de Saga Falabella, Independencia* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Archivo digital. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24866>
- Perera Jimenez J. & Duque Briceño L. (2014). *Diagnóstico situacional del hotel Caribe Princess con el fin de mejorar la calidad de los servicios prestados* [Informe Técnico, Instituto Tecnológico de la Zona Maya]. Archivo digital. http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2014-54.pdf

- Pilay Pincay, M. (2020). *Diseñar un plan de Marketing turístico para la ciudad de Jipijapa de la provincia de Manabí* [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Archivo digital.
<http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2745>
- Queijeiro Lata, J. (2018). *Tecnologías y aplicaciones para potenciar la compra online en empresas de alimentación y gran consumo* [Tesis de bachillerato, Universidad Pontificia Comillas]. Archivo digital.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/19064>
- Quintero Echeverry, A. & Giraldo Botero, L. (2020). *Estrategias de comercio electrónico para fomentar el crecimiento del turismo corporativo en los hoteles de la ciudad de Pereira* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Pereira]. Archivo digital.
<https://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/7183>
- Ricard Santoma, V. (2008). *Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto mapping al caso de las cadenas hoteleras en España* [Tesis de doctorado, Universidad Ramon Llull]. Archivo digital.
<https://www.tesisenred.net/handle/10803/9316#page=1>
- Rufino Saavedra, K., Saavedra Juarez, D. & Jove Baldárrago, Y. (2020). *Desarrollo de sistema web de control de reserva y habitaciones del hospedaje “Una Noche Más”* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Piura]. Archivo digital.
<https://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2290>
- Sanchez Benites, T. (2017). *Calidad del servicio percibida por el huésped en el Hotel Tallan dos estrellas en la ciudad de Piura* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Archivo digital.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52821>

- Satizabal Espinosa, C. & Valencia Jimenez, M. (2017). *Plan de Mercadeo para Hotel el Faro Buga* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Occidente]. Archivo digital. <https://dspace-uao.metacatalogo.com/handle/10614/9769>
- Sequeira, Y., López Obando, N. & Blass Canda, Z. (2018). *Marketing digital: Marketing digital en empresas* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Archivo digital. <https://repositorio.unan.edu.ni/10811/1/19194.pdf>
- Sevilla Aviles, O. (2021). El impacto del comercio electrónico en el turismo de Latinoamérica. *Centro Internacional de Investigación y Desarrollo Journal*, volumen (2), 524. <https://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/download/93/95>
- Simunic, M., Pilepic, L., & Perisic, M. (2018). The level of hotel reservation synchronization processes using information technology tools. https://www.researchgate.net/publication/327393657_THE_LEVEL_OF_HOTEL_RESERVATION_SYNCHRONIZATION_PROCESSES_USING_INFORMATION_TECHNOLOGY_TOOLS
- Solis Vera, M. (2015). *Estudio sobre las principales motivaciones de los vacacionistas limeños para elegir como destino la región de Ica durante el mes de abril 2015* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/2478>
- Taborda Aparicio, C. (2020). *Motivación del turista en la elección de un hotel en la ciudad de Buga* [Tesis de licenciatura, Universidad Antonio Nariño]. Archivo digital. <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/2198>

Valdivia González, M. (2021). *Motivación extrínseca y satisfacción del cliente en la empresa Happyland Huánuco 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Archivo digital. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/7313>

Valenzuela Avalos, G. (2019). *La motivación como factor determinante en el rendimiento de los vendedores de seguros* [Tesis de bachillerato, Universidad San Ignacio de Loyola]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/ef444908-4e46-413b-af32-0eed95bffa0>

Vizcaíno, A. & Sepúlveda Ríos, I. J. (2018). *Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios*. Sello editorial Universidad de Guadalajara.
http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/servicio_al_cliente_e_integracion_del_marketing_mix_de_servicios.pdf

Warckemister Michael, M. F. (2014). *Las agencias de viaje online como factor determinante en el flujo de ventas de hoteles 5 estrellas en recoleta* [Tesis de licenciatura, Universidad Abierta Interamericana]. Archivo digital.
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC127384.pdf>

Zegarra Zuñiga, A. (2020). *Influencia del ewom (electronic Word-of-mouth) en la administración hotelera. Arequipa 2020* [Tesis de bachillerato, Universidad Católica San Pablo]. Archivo digital.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSP_95dac1f78296efa0a3fc24af94199473

Zuñiga Motta, L. (2017). *Propuesta de un Modelo para la Gestión de Pedidos y Alojamiento aplicado a las Mypes del Sector Hotelero* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Archivo digital.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621797>

ANEXOS

ANEXO 1: CARTA DE ACEPTACIÓN DE USO DE DATOS

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Arequipa, 19 de Julio del 2022

Señoritas:

RODRIGO VALLENAS FERNANDA SOFIA

ZAMBRANO GUTIÉRREZ FAVIA LUCIA

Presente.-

Asunto :

Proyecto de investigación

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a ustedes, para saludarles muy cordialmente y hacer de su conocimiento que la Gerencia del Hotel Sonesta Arequipa accede a su solicitud para la realización del Proyecto de tesis **"Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online y reservas directas, Arequipa- 2022"**.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresarles los sentimientos de mi especial consideración y estima.

Atentamente,



IVAN PEREZ GARCIA

Gerente General

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ASEGURAR LA COHERENCIA

EN EL PLAN DE TESIS

TÍTULO: "Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online y reservas directas, Arequipa-2022".

AUTORAS: RODRIGO VALLENAS, FERNANDA SOFÍA & ZAMBRANO GUTIÉRREZ FAVIA LUCÍA.

DISEÑO TEÓRICO					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL:</p> <p>¿Cuál es la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa que genera una reserva mediante agencias de viajes online confirmada y una reserva directa confirmada?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>-¿Cuál es la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa que realizó una reserva mediante agencia de viaje online?.</p> <p>-¿Cuál es la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa que realizó una reserva directa?.</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Identificar la motivación entre el turista del Hotel Sonesta que confirma su reserva mediante agencias de viajes online y reservas directas, Arequipa 2022.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar la motivación del turista que realiza su reserva mediante agencia de viaje online.</p> <p>Identificar la motivación del turista que realiza su reserva mediante reservas directas.</p>	<p>Dado que la motivación del turista influye en la elección de un medio de reserva para un establecimiento hotelero, es probable que, las reservas que ingresan de forma directa tengan una motivación laboral, mientras que las reservas de agencias de viaje sean motivadas a realizarse por las promociones que brindan estas páginas.</p>	<p>Motivación del turista:</p> <p>Motivación intrínseca</p> <p>Motivación extrínseca</p> <p>Reserva hotelera:</p> <p>Reserva online.</p> <p>Reserva directa.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA:</p> <p>La presente investigación es de tipo básico.</p> <p>ENFOQUE:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>El nivel de investigación es descriptivo y explicativo.</p>	<p>POBLACIÓN:</p> <p>Reservas del hotel Sonesta Arequipa del mes de Julio a Diciembre del 2022. N: 2817.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>La muestra seleccionada será de 338 huéspedes.</p> <p>TÉCNICAS:</p> <p>Se aplicó la técnica de la encuesta y la ficha de observación.</p> <p>INSTRUMENTOS:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Ficha de observación.</p>

ANEXO 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de este consentimiento es proveer a los participantes de esta encuesta, una clara explicación de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente encuesta es conducida por las egresadas Rodrigo Fernanda y Zambrano Favia, de la Universidad Católica Santa María. El objetivo de este estudio es: "Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online y reservas directas, Arequipa- 2022".

Si usted accede a permitir que los huéspedes del hotel respondan la encuesta, les tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en esta encuesta será estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta actividad.

Desde ya le agradecemos el consentimiento.

Acepto el consentimiento de esta encuesta para entregarles a los huéspedes del hotel Sonesta Arequipa, conducida por las egresadas Rodrigo Fernanda y Zambrano Favia. He sido informado que la meta de este estudio es: "Estudio comparativo de la motivación del turista del Hotel Sonesta Arequipa entre las reservas confirmadas mediante agencias de viaje online y reservas directas, Arequipa- 2022".

Hago constar que he leído y entendido en su totalidad este documento, por lo que en constancia firmo y acepto su contenido.

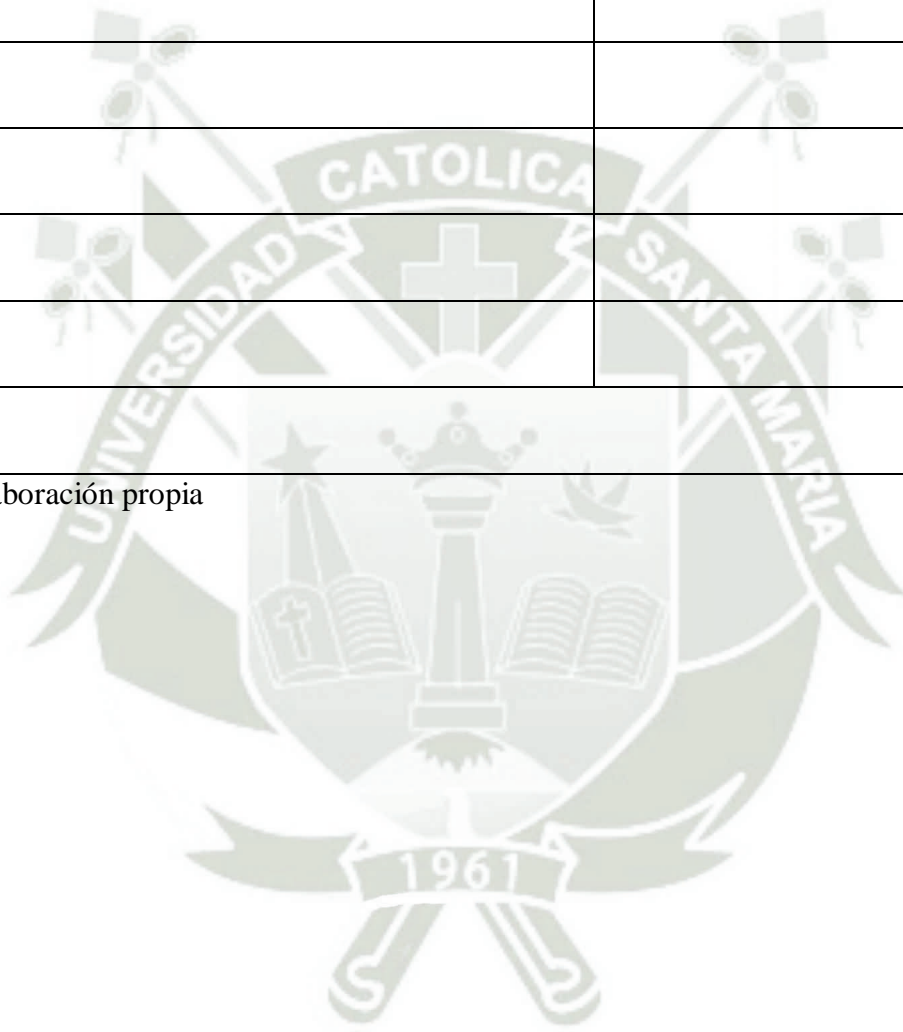

IVAN PEREZ GARCIA
Gerente General

ANEXO 4: FICHA DE OBSERVACIÓN

RESERVAS DE JULIO - DICIEMBRE DEL 2023	
N.º DE RESERVA	
MES:	
TIPO DE RESERVA:	
DIRECTA	
AGENCIAS DE VIAJE ONLINE	
DIRECTAS	
CORPORATIVA	
PARTICULAR	
PLAN DEL HOTEL	
FUNCIONARIOS	
AGENCIA DE VIAJES	
AGENCIAS DE VIAJE ONLINE	
BOOKING	
EXPEDIA	
ROIBACK	
SYNXIS	
DESPEGAR	
HOTELBEDS	

RESERVAS DE JULIO - DICIEMBRE DEL 2023	
WEBBEDS	
DÍAS DE PERMANENCIA	
1	
2	
3	
4	
5	
OTRO:	

Fuente: Elaboración propia



ANEXO 5: CUESTIONARIO Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

CUESTIONARIO

Escuela Profesional de Turismo y Hotelería Cuestionario sobre la motivación en la elección del canal de reserva para el Hotel Sonesta Arequipa

Estimado huésped, lo invitamos a participar del siguiente cuestionario para identificar la motivación al elegir su medio de reserva en Hotel Sonesta Arequipa

- Este cuestionario es anónima y personal, los resultados serán manejados exclusivamente para la investigación.

- Agradecemos su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario.

- Lea con mucha atención y marque la(s) alternativa(as) que considere conveniente.

De antemano agradecemos por su participación y colaboración en el desarrollo de este cuestionario que será de gran utilidad para la culminación de nuestra investigación.

1. ¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?

- Trabajo.
- Descanso.
- Turismo.
- Salud
- Otro:

2. ¿De qué forma usted conoció el hotel?

- Familiar / amigo.
- Consejo de la agencia de viaje.

- Por la agencia en la que labora.
 - Búsqueda propia.
 - Redes sociales.
 - Otro:
3. ¿Por qué medio realizó la reserva?
- Correo electrónico.
 - Redes sociales.
 - Vía telefónica.
 - Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, página Sonesta, página GHL).
 - La empresa en la que labora la realizó.
 - Directo en recepción.
 - Otro:
4. En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en la recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?
- Tarifa corporativa.
 - Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños)
 - Trato directo con el hotel.
 - Rapidez para generar la reserva.
 - Recomendación de un tercero.
5. En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta o Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?

- Facilidad para hacer la reserva.
- Promociones y descuentos.
- Rapidez para generar la reserva.
- Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.
- Otro:

6. ¿Por qué elige el Hotel Sonesta Arequipa?

- Calidad de servicios.
- Precio.
- Promoción.
- Ubicación.
- Por la empresa en la que labora.
- Otro:

7. ¿Qué tipo de huésped se considera usted?

- Frecuente.
- Ocasional.

8. ¿Volvería a hospedarse en el Hotel Sonesta Arequipa?

- Si.
- No.

9. En el caso que su respuesta anterior sea afirmativa ¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?

- Si.
- No.

¡Muchas Gracias, por su ayuda!

VALIDACIÓN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:


- I.1. Apellidos y nombres: Flores Vilca, Ivonne Virginia
 I.2. Cargo e institución donde labora: Docente
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario
 I.4. Autores del instrumento: Fernanda Sofia Rodrigo Vallenas y Favia Lucia Zambrano Gutiérrez.

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	CALIFICACIÓN				
		DEFICIENTE 01 – 20%	REGULAR 21 – 40%	BUENA 41 – 60%	MUY BUENA 61–80%	EXCELENTE 81 – 100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en calidad y cantidad suficiente.				X	
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados.					X
7. CONSISTENCIA	Pretendo obtener datos basado en teorías o modelos teóricos.					X
8. ANÁLISIS	Descompone adecuadamente las variables/ Indicadores/ medidas.					X
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden a los objetivos de investigación.					X
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse.					X

APROBADO	DESAPROBADO	OBSERVADO
X		

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Marcar con un aspa):

Aplicable	Sí	
Instrumento validado por	Mg. Ivonne Virginia Flores Vilca	
Correo Electrónico	ifloresv@ucsm.edu.pe	
Teléfono	959179432	

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres: DUCHE PÉREZ, Aleixandre Brian

I.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Católica de Santa María

I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta sobre motivación de los turistas para elegir un Hotel

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	CALIFICACIÓN				
		DEFICIENTE 01 – 20%	REGULAR 21 – 40%	BUENA 41 – 60%	MUY BUENA 61 – 80%	EXCELENTE 81 – 100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en calidad y cantidad suficiente.				X	
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados.				X	
7. CONSISTENCIA	Pretendo obtener datos basado en teorías o modelos teóricos.				X	
8. ANÁLISIS	Descompone adecuadamente las variables/ indicadores/ medidas.				X	
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden a los objetivos de investigación.				X	
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse.				X	

APROBADO	DESAPROBADO	OBSERVADO
X		

III. CALIFICACIÓN GLOBAL [Marcar con un aspa]:

DNI: 42803545

TELÉFONO: 994786927


 FIRMA DE EXPERTO INFORMANTE

ANEXO 6. MATRIZ DE DATOS – FICHA DE OBSERVACION

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1	JULIO	2	OTAS	BOOKING	4
2	JULIO	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
3	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
4	JULIO	1	OTAS	EXPEDIA	3
5	JULIO	4	OTAS	EXPEDIA	2
6	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
7	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
8	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
9	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
10	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
11	JULIO	3	OTAS	BOOKING	2
12	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
13	JULIO	1	OTAS	SYNXIS	5
14	JULIO	2	OTAS	BOOKING	4
15	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
16	JULIO	13	DIRECTA	CORPORATIVA	3
17	JULIO	15	DIRECTA	CORPORATIVA	3
18	JULIO	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
19	JULIO	14	DIRECTA	CORPORATIVA	2
20	JULIO	16	DIRECTA	CORPORATIVA	2
21	JULIO	16	DIRECTA	CORPORATIVA	2
22	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
23	JULIO	2	OTAS	EXPEDIA	2
24	JULIO	1	OTAS	BOOKING	3
25	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
26	JULIO	11	DIRECTA	CORPORATIVA	1
27	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
28	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
29	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
30	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
31	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
32	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
33	JULIO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
34	JULIO	8	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
35	JULIO	14	DIRECTA	CORPORATIVA	1
36	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
37	JULIO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
38	JULIO	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
39	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	5
40	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
41	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
42	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
43	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
44	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
45	JULIO	4	DIRECTA	CORPORATIVA	4
46	JULIO	16	DIRECTA	CORPORATIVA	1
47	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
48	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
49	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
50	JULIO	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
51	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
52	JULIO	85	DIRECTA	CORPORATIVA	1
53	JULIO	1	OTAS	ROIBACK	2
54	JULIO	4	DIRECTA	PARTICULAR	1
55	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	28 NOCHES
56	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
57	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
58	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
59	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
60	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
61	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	10 NOCHES
62	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
63	JULIO	1	OTAS	BOOKING	1
64	JULIO	1	OTAS	ROIBACK	2
65	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
66	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
67	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
68	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
69	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
70	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
71	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
72	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
73	JULIO	4	OTAS	BOOKING	1
74	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
75	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
76	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	DAY USE
77	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
78	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
79	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
80	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
81	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
82	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
83	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
84	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
85	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
86	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
87	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
88	JULIO	2	OTAS	ROIBACK	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
89	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
90	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
91	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
92	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
93	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
94	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
95	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
96	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
97	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
98	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
99	JULIO	2	OTAS	ROIBACK	1
100	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
101	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
102	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
103	JULIO	2	OTAS	ROIBACK	2
104	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
105	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
106	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
107	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
108	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
109	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
110	JULIO	1	OTAS	EXPEDIA	2
111	JULIO	1	OTAS	BOOKING	1
112	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
113	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	3
114	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
115	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
116	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
117	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
118	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
119	JULIO	2	OTAS	EXPEDIA	1
120	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
121	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
122	JULIO	4	OTAS	BOOKING	1
123	JULIO	1	OTAS	BOOKING	1
124	JULIO	4	OTAS	ROIBACK	1
125	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
126	JULIO	2	OTAS	ROIBACK	1
127	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	5
128	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
129	JULIO	2	OTAS	EXPEDIA	1
130	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
131	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
132	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
133	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
134	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
135	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
136	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
137	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
138	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	DAY USE
139	JULIO	4	OTAS	ROIBACK	1
140	JULIO	3	DIRECTA	PARTICULAR	2
141	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1S
142	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
143	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	3
144	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
145	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
146	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
147	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
148	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
149	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
150	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
151	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
152	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
153	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
154	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
155	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
156	JULIO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
157	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
158	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
159	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
160	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
161	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
162	JULIO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
163	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
164	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
165	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
166	JULIO	2	OTAS	EXPEDIA	1
167	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
168	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
169	JULIO	2	OTAS	BOOKING	10
170	JULIO	4	DIRECTA	CORPORATIVA	4
171	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
172	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
173	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
174	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
175	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
176	JULIO	3	OTAS	SYNXIS	3

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
177	JULIO	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
178	JULIO	2	OTAS	ROIBACK	1
179	JULIO	3	OTAS	BOOKING	4
180	JULIO	2	OTAS	EXPEDIA	3
181	JULIO	3	OTAS	EXPEDIA	3
182	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
183	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
184	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
185	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
186	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
187	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
188	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
189	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
190	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
191	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
192	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
193	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	DAY USE
194	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
195	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
196	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
197	JULIO	6	OTAS	BOOKING	1
198	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
199	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
200	JULIO	4	DIRECTA	PARTICULAR	1
201	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
202	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
203	JULIO	4	DIRECTA	PARTICULAR	4
204	JULIO	10	OTAS	BOOKING	2
205	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
206	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
207	JULIO	4	OTAS	ROIBACK	2
208	JULIO	2	OTAS	BOOKING	3
209	JULIO	2	OTAS	BOOKING	4
210	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
211	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
212	JULIO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
213	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
214	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
215	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
216	JULIO	1	OTAS	BOOKING	1
217	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
218	JULIO	2	OTAS	ROIBACK	1
219	JULIO	2	OTAS	EXPEDIA	2
220	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
221	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
222	JULIO	7	OTAS	BOOKING	1
223	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
224	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
225	JULIO	4	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
226	JULIO	1	OTAS	DESPEGAR	1
227	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
228	JULIO	2	OTAS	BOOKING	2
229	JULIO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
230	JULIO	3	OTAS	EXPEDIA	1
231	JULIO	4	OTAS	BOOKING	1
232	JULIO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
233	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
234	JULIO	1	DIRECTA	PARTICULAR	DAY USE
235	JULIO	2	OTAS	BOOKING	DAY USE
236	JULIO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
237	JULIO	2	OTAS	BOOKING	1
238	JULIO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
239	AGOSTO	23	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
240	AGOSTO	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
241	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
242	AGOSTO	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
243	AGOSTO	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
244	AGOSTO	3	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
245	AGOSTO	4	OTAS	BOOKING	1
246	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
247	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
248	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	6
249	AGOSTO	8	OTAS	BOOKING	2
250	AGOSTO	2	OTAS	EXPEDIA	9
251	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
252	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
253	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	3
254	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
255	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
256	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
257	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
258	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
259	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
260	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
261	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
262	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
263	AGOSTO	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
264	AGOSTO	26	DIRECTA	CORPORATIVA	2

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
265	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
266	AGOSTO	15	DIRECTA	CORPORATIVA	3
267	AGOSTO	20	DIRECTA	CORPORATIVA	2
268	AGOSTO	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
269	AGOSTO	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
270	AGOSTO	20	DIRECTA	CORPORATIVA	1
271	AGOSTO	11	DIRECTA	CORPORATIVA	1
272	AGOSTO	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
273	AGOSTO	9	DIRECTA	CORPORATIVA	1
274	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
275	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
276	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
277	AGOSTO	3	DIRECTA	PARTICULAR	1
278	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
279	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	2
280	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	9
281	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	1
282	AGOSTO	3	OTAS	EXPEDIA	1
283	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
284	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
285	AGOSTO	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
286	AGOSTO	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
287	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	3
288	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	28
289	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
290	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
291	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
292	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
293	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
294	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
295	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
296	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
297	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
298	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
299	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	3
300	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
301	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
302	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
303	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	3
304	AGOSTO	2	OTAS	EXPEDIA	6
305	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
306	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
307	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	5
308	AGOSTO	1	OTAS	SYNXIS	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
309	AGOSTO	1	OTAS	SYNXIS	1
310	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	4
311	AGOSTO	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
312	AGOSTO	8	OTAS	BOOKING	1
313	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
314	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
315	AGOSTO	3	OTAS	ROIBACK	5
316	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
317	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
318	AGOSTO	4	OTAS	ROIBACK	5
319	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
320	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
321	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
322	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
323	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
324	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
325	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
326	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
327	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
328	AGOSTO	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
329	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
330	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
331	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
332	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
333	AGOSTO	1	OTAS	SYNXIS	1
334	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	1
335	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
336	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	1
337	AGOSTO	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
338	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
339	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
340	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
341	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
342	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
343	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
344	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
345	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	2
346	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
347	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
348	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
349	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
350	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
351	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
352	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
353	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	9
354	AGOSTO	3	OTAS	BOOKING	1
355	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
356	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
357	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
358	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
359	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
360	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
361	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
362	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
363	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
364	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
365	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
366	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
367	AGOSTO	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
368	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
369	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
370	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
371	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
372	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
373	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
374	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
375	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
376	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
377	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
378	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
379	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
380	AGOSTO	5	OTAS	BOOKING	1
381	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
382	AGOSTO	2	OTAS	EXPEDIA	2
383	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
384	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
385	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
386	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
387	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
388	AGOSTO	2	OTAS	EXPEDIA	1
389	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	36
390	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	36
391	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	3
392	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
393	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
394	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
395	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	3
396	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
397	AGOSTO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
398	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	1
399	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
400	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
401	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
402	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
403	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
404	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
405	AGOSTO	17	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
406	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
407	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
408	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
409	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	2
410	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
411	AGOSTO	4	DIRECTA	CORPORATIVA	3
412	AGOSTO	1	OTAS	EXPEDIA	2
413	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	2
414	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
415	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
416	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
417	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
418	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
419	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
420	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
421	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
422	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
423	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
424	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
425	AGOSTO	4	DIRECTA	PARTICULAR	4
426	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
427	AGOSTO	4	OTAS	BOOKING	1
428	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
429	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
430	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
431	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
432	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
433	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE
434	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
435	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	5
436	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
437	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
438	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
439	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
440	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
441	AGOSTO	6	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
442	AGOSTO	1	OTAS	EXPEDIA	1
443	AGOSTO	6	DIRECTA	PARTICULAR	2
444	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
445	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
446	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
447	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
448	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
449	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
450	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	2
451	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
452	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
453	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
454	AGOSTO	1	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
455	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
456	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
457	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
458	AGOSTO	2	OTAS	SYNXIS	1
459	AGOSTO	2	OTAS	SYNXIS	1
460	AGOSTO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
461	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	4
462	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	3
463	AGOSTO	2	OTAS	HOTELSBED	1
464	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
465	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
466	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
467	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
468	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
469	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
470	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
471	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
472	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
473	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	3
474	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
475	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
476	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
477	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
478	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
479	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
480	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	1
481	AGOSTO	1	OTAS	EXPEDIA	1
482	AGOSTO	1	OTAS	EXPEDIA	3
483	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
484	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
485	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
486	AGOSTO	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
487	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
488	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
489	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
490	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
491	AGOSTO	12	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
492	AGOSTO	23	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
493	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE
494	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
495	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
496	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
497	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
498	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
499	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
500	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
501	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
502	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
503	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
504	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
505	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
506	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
507	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
508	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
509	AGOSTO	1	OTAS	EXPEDIA	1
510	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
511	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
512	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
513	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
514	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE
515	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
516	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
517	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
518	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
519	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
520	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
521	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
522	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
523	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
524	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	10
525	AGOSTO	3	OTAS	ROIBACK	1
526	AGOSTO	5	OTAS	EXPEDIA	1
527	AGOSTO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
528	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
529	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
530	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
531	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
532	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	2
533	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
534	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE
535	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
536	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
537	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
538	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
539	AGOSTO	2	OTAS	EXPEDIA	1
540	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
541	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
542	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
543	AGOSTO	2	OTAS	ROIBACK	4
544	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
545	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
546	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
547	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
548	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
549	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
550	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
551	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
552	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
553	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
554	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
555	AGOSTO	4	OTAS	BOOKING	2
556	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
557	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
558	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
559	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
560	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
561	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
562	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
563	AGOSTO	2	OTAS	EXPEDIA	2
564	AGOSTO	5	DIRECTA	PARTICULAR	2
565	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
566	AGOSTO	2	DIRECTA	PLAN DEL HOTEL	1
567	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
568	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	3
569	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
570	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
571	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
572	AGOSTO	31	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
573	AGOSTO	4	DIRECTA	PARTICULAR	3
574	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	4
575	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	4
576	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
577	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
578	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
579	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
580	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
581	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
582	AGOSTO	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
583	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	3
584	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
585	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
586	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
587	AGOSTO	1	OTAS	ROIBACK	3
588	AGOSTO	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	2
589	AGOSTO	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
590	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
591	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
592	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
593	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
594	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
595	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
596	AGOSTO	3	OTAS	BOOKING	2
597	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
598	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
599	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
600	AGOSTO	1	OTAS	BOOKING	1
601	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
602	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
603	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	1
604	AGOSTO	4	OTAS	BOOKING	1
605	AGOSTO	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
606	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
607	AGOSTO	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
608	AGOSTO	2	OTAS	BOOKING	2
609	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
610	AGOSTO	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
611	SEPTIEMBRE	38	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
612	SEPTIEMBRE	31	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
613	SEPTIEMBRE	8	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
614	SEPTIEMBRE	32	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
615	SEPTIEMBRE	15	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
616	SEPTIEMBRE	3	OTAS	ROIBACK	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
617	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
618	SEPTIEMBRE	4	OTAS	ROIBACK	4
619	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
620	SEPTIEMBRE	6	OTAS	BOOKING	2
621	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
622	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
623	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
624	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
625	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
626	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
627	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
628	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	2
629	SEPTIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	3
630	SEPTIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	2
631	SEPTIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
632	SEPTIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
633	SEPTIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
634	SEPTIEMBRE	6	OTAS	BOOKING	3
635	SEPTIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
636	SEPTIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
637	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
638	SEPTIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
639	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	5
640	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
641	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
642	SEPTIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
643	SEPTIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
644	SEPTIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
645	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
646	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
647	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
648	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
649	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
650	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
651	SEPTIEMBRE	14	DIRECTA	PARTICULAR	4
652	SEPTIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	2
653	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
654	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
655	SEPTIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
656	SEPTIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
657	SEPTIEMBRE	20	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
658	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
659	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
660	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
661	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
662	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	17
663	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	2
664	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
665	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
666	SEPTIEMBRE	28	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
667	SEPTIEMBRE	6	DIRECTA	PARTICULAR	2
668	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
669	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PLANES DEL HOTEL	1
670	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE
671	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
672	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
673	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
674	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
675	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
676	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
677	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PLANES DEL HOTEL	1
678	SEPTIEMBRE	4	OTAS	BOOKING	2
679	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PLANES DEL HOTEL	1
680	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
681	SEPTIEMBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
682	SEPTIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
683	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PLANES DEL HOTEL	1
684	SEPTIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
685	SEPTIEMBRE	78	DIRECTA	CORPORATIVA	1
686	SEPTIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
687	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
688	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
689	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
690	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
691	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
692	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
693	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
694	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
695	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
696	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
697	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
698	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
699	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
700	SEPTIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
701	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
702	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	3
703	SEPTIEMBRE	3	OTAS	AGENCIA DE VIAJES	1
704	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
705	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
706	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
707	SEPTIEMBRE	25	DIRECTA	CORPORATIVA	4
708	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
709	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
710	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
711	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
712	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
713	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
714	SEPTIEMBRE	4	DIRECTA	PARTICULAR	1
715	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
716	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
717	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
718	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
719	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
720	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
721	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
722	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
723	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
724	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	3
725	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
726	SEPTIEMBRE	5	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
727	SEPTIEMBRE	3	OTAS	ROIBACK	2
728	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
729	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
730	SEPTIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
731	SEPTIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
732	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
733	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
734	SEPTIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
735	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	DAYUSE
736	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
737	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
738	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
739	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
740	SEPTIEMBRE	4	OTAS	ROIBACK	1
741	SEPTIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
742	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
743	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
744	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
745	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
746	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
747	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
748	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
749	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2
750	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
751	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
752	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
753	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
754	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
755	SEPTIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	1
756	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
757	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
758	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
759	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
760	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
761	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
762	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
763	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
764	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
765	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
766	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
767	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	32
768	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
769	SEPTIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	1
770	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
771	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
772	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
773	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
774	SEPTIEMBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
775	SEPTIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	5
776	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
777	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
778	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
779	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
780	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	5
781	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PLANES DEL HOTEL	1
782	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
783	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
784	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
785	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
786	SEPTIEMBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
787	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
788	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
789	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
790	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
791	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
792	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
793	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
794	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
795	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
796	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
797	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
798	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
799	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
800	SEPTIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
801	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
802	SEPTIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
803	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
804	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
805	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
806	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
807	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
808	SEPTIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
809	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
810	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
811	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	1
812	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
813	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
814	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
815	SEPTIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	1
816	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
817	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
818	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
819	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
820	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
821	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
822	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	1
823	SEPTIEMBRE	90	DIRECTA	CORPORATIVA	1
824	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
825	SEPTIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
826	SEPTIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
827	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PLANES DEL HOTEL	1
828	SEPTIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
829	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
830	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
831	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
832	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
833	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
834	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
835	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
836	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA DE VIAJES	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
837	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
838	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
839	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
840	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
841	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
842	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
843	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
844	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
845	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
846	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
847	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
848	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
849	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
850	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
851	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
852	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
853	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
854	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
855	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
856	SEPTIEMBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
857	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
858	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
859	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
860	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
861	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
862	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
863	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
864	SEPTIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
865	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
866	SEPTIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
867	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
868	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
869	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
870	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
871	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
872	SEPTIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	1
873	SEPTIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	1
874	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
875	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
876	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
877	SEPTIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	DAYUSE
878	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
879	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
880	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
881	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
882	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
883	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
884	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
885	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
886	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
887	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
888	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
889	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
890	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
891	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
892	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
893	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
894	SEPTIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
895	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
896	SEPTIEMBRE	2	DIRECTA	FUNCIONARIOS	1
897	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
898	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
899	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
900	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
901	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
902	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
903	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
904	SEPTIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
905	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
906	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
907	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
908	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
909	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
910	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
911	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
912	SEPTIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
913	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
914	OCTUBRE	3	DIRECTA	AGENCIA	3
915	OCTUBRE	3	OTAS	BOOKING	3
916	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
917	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
918	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	7
919	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	7
920	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
921	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	6
922	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
923	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
924	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
925	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
926	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
927	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
928	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
929	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
930	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
931	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
932	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
933	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
934	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
935	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
936	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
937	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
938	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
939	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
940	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
941	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
942	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
943	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
944	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
945	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
946	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
947	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
948	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
949	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
950	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
951	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
952	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
953	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
954	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
955	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
956	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
957	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
958	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
959	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
960	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
961	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
962	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
963	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
964	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
965	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
966	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
967	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
968	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
969	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
970	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
971	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
972	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
973	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
974	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
975	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
976	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
977	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
978	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
979	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
980	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
981	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
982	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
983	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
984	OCTUBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
985	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
986	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
987	OCTUBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
988	OCTUBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
989	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
990	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
991	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
992	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
993	OCTUBRE	32	DIRECTA	CORPORATIVA	1
994	OCTUBRE	27	DIRECTA	CORPORATIVA	1
995	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
996	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
997	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
998	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
999	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1000	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1001	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1002	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1003	OCTUBRE	31	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1004	OCTUBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1005	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1006	OCTUBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1007	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1008	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1009	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1010	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1011	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1012	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1013	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1014	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1015	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1016	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1017	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1018	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1019	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1020	OCTUBRE	33	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1021	OCTUBRE	28	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1022	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1023	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1024	OCTUBRE	10	DIRECTA	AGENCIA	1
1025	OCTUBRE	5	DIRECTA	AGENCIA	1
1026	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1027	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1028	OCTUBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1029	OCTUBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1030	OCTUBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1031	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1032	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1033	OCTUBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1034	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1035	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1036	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1037	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1038	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1039	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1040	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1041	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1042	OCTUBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1043	OCTUBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1044	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1045	OCTUBRE	3	DIRECTA	AGENCIA	1
1046	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1047	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1048	OCTUBRE	6	DIRECTA	AGENCIA	1
1049	OCTUBRE	4	DIRECTA	AGENCIA	1
1050	OCTUBRE	5	DIRECTA	AGENCIA	1
1051	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1052	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	18
1053	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
1054	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
1055	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
1056	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1057	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1058	OCTUBRE	1	OTAS	AGENCIA	1
1059	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	9
1060	OCTUBRE	3	OTAS	BOOKING	2
1061	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1062	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1063	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1064	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1065	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1066	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1067	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1068	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1069	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1070	OCTUBRE	2	OTAS	HOTELBEDS	2
1071	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	3
1072	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1073	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	3
1074	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1075	OCTUBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1076	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1077	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1078	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1079	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1080	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1081	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1082	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1083	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1084	OCTUBRE	33	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1085	OCTUBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1086	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1087	OCTUBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1088	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1089	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1090	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1091	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1092	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1093	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1094	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1095	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1096	OCTUBRE	32	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1097	OCTUBRE	27	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1098	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1099	OCTUBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1100	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1101	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1102	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1103	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1104	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1105	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1106	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1107	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1108	OCTUBRE	31	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1109	OCTUBRE	28	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1110	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1111	OCTUBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1112	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1113	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1114	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1115	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1116	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1117	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1118	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1119	OCTUBRE	31	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1120	OCTUBRE	28	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1121	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1122	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	4
1123	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1124	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1125	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1126	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	3
1127	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1128	OCTUBRE	3	OTAS	BOOKING	3
1129	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	7
1130	OCTUBRE	3	OTAS	EXPEDIA	7
1131	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1132	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1133	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
1134	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
1135	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1136	OCTUBRE	2	OTAS	BOIBACK	5
1137	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
1138	OCTUBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	5
1139	OCTUBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	2
1140	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1141	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1142	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1143	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1144	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1145	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1146	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1147	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1148	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1149	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1150	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
1151	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1152	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1153	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1154	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
1155	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1156	OCTUBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	2
1157	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1158	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1159	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
1160	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1161	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1162	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
1163	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1164	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1165	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
1166	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
1167	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1168	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1169	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1170	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
1171	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	10
1172	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1173	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1174	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1175	OCTUBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1176	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1177	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1178	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1179	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1180	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1181	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
1182	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1183	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1184	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1185	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1186	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1187	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1188	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1189	OCTUBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1190	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1191	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1192	OCTUBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1193	OCTUBRE	19	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1194	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1195	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1196	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1197	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1198	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	4
1199	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	4
1200	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1201	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1202	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1203	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1204	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1205	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1206	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1207	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1208	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1209	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	4
1210	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1211	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1212	OCTUBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
1213	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1214	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1215	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1216	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1217	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1218	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1219	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1220	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1221	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1222	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1223	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1224	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1225	OCTUBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
1226	OCTUBRE	4	OTAS	ROIBACK	1
1227	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1228	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1229	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1230	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1231	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1232	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1233	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1234	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1235	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1236	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1237	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1238	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1239	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1240	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1241	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1242	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1243	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1244	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1245	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1246	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1247	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1248	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1249	OCTUBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1250	OCTUBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1251	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1252	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
1253	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
1254	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
1255	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
1256	OCTUBRE	4	DIRECTA	PARTICULAR	2
1257	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1258	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1259	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1260	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1261	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
1262	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1263	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1264	OCTUBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1265	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1266	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1267	OCTUBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1268	OCTUBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1269	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1270	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1271	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1272	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
1273	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1274	OCTUBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1275	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1276	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1277	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1278	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1279	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1280	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1281	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1282	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1283	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1284	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1285	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1286	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
1287	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
1288	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	4
1289	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
1290	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1291	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1292	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1293	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
1294	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	0
1295	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	4
1296	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	4
1297	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
1298	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1299	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1300	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1301	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1302	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1303	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1304	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1305	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1306	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1307	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1308	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1309	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1310	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1311	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1312	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	3
1313	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1314	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1315	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1316	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1317	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1318	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1319	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1320	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1321	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1322	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	0
1323	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1324	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1325	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1326	OCTUBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
1327	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1328	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1329	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1330	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1331	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1332	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1333	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1334	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1335	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1336	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1337	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1338	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1339	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1340	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1341	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1342	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1343	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1344	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1345	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1346	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1347	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1348	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1349	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1350	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
1351	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	3
1352	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1353	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	0
1354	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1355	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1356	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1357	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1358	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1359	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1360	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1361	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1362	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1363	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
1364	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1365	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1366	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1367	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1368	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1369	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1370	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1371	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1372	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1373	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
1374	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
1375	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
1376	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1377	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1378	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
1379	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1380	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1381	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1382	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1383	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1384	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1385	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1386	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1387	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
1388	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1389	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1390	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1391	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1392	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1393	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1394	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
1395	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1396	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1397	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1398	OCTUBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	4
1399	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1400	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1401	OCTUBRE	1	OTAS	SYNXIS	3
1402	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1403	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1404	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1405	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1406	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1407	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1408	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1409	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1410	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1411	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
1412	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	4
1413	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1414	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1415	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1416	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1417	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1418	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1419	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1420	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1421	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1422	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1423	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1424	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1425	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1426	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
1427	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1428	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1429	OCTUBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1430	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
1431	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1432	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1433	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1434	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1435	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1436	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1437	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1438	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1439	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1440	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1441	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1442	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1443	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1444	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1445	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1446	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1447	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1448	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1449	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1450	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1451	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1452	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1453	OCTUBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
1454	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1455	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	5
1456	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1457	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1458	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1459	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1460	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1461	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1462	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1463	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1464	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1465	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1466	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1467	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1468	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1469	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1470	OCTUBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
1471	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1472	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1473	OCTUBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1474	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1475	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1476	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1477	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1478	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1479	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1480	OCTUBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1481	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1482	OCTUBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1483	OCTUBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1484	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1485	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1486	OCTUBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1487	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1488	OCTUBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
1489	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1490	OCTUBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1491	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1492	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1493	OCTUBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1494	OCTUBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
1495	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1496	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1497	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1498	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1499	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1500	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1501	OCTUBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1502	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1503	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1504	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1505	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1506	OCTUBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1507	OCTUBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1508	OCTUBRE	2	OTAS	SYNXIS	1
1509	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1510	NOVIEMBRE	20	DIRECTA	AGENCIA	1
1511	NOVIEMBRE	12	DIRECTA	AGENCIA	1
1512	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
1513	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
1514	NOVIEMBRE	20	DIRECTA	AGENCIA	1
1515	NOVIEMBRE	12	DIRECTA	AGENCIA	1
1516	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	AGENCIA	1
1517	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1518	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1519	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1520	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1521	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1522	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1523	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1524	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1525	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1526	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1527	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1528	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1529	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1530	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1531	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1532	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1533	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1534	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1535	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1536	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1537	NOVIEMBRE	27	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1538	NOVIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1539	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1540	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1541	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1542	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1543	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1544	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1545	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1546	NOVIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1547	NOVIEMBRE	27	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1548	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	0
1549	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1550	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1551	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1552	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1553	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1554	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1555	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1556	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1557	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1558	NOVIEMBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1559	NOVIEMBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1560	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1561	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1562	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1563	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1564	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1565	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1566	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1567	NOVIEMBRE	25	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1568	NOVIEMBRE	25	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1569	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1570	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1571	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1572	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1573	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1574	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1575	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1576	NOVIEMBRE	30	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1577	NOVIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1578	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1579	NOVIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1580	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1581	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1582	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1583	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1584	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1585	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1586	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1587	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1588	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1589	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1590	NOVIEMBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1591	NOVIEMBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1592	NOVIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1593	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1594	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1595	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1596	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1597	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1598	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1599	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1600	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1601	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1602	NOVIEMBRE	27	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1603	NOVIEMBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1604	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1605	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1606	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1607	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1608	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1609	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1610	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1611	NOVIEMBRE	26	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1612	NOVIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1613	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1614	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1615	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1616	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1617	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1618	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1619	NOVIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1620	NOVIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1621	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1622	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1623	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1624	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1625	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1626	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1627	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1628	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1629	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1630	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1631	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1632	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1633	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1634	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	9
1635	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1636	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	15
1637	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1638	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1639	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1640	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
1641	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
1642	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1643	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1644	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1645	NOVIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1646	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1647	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1648	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1649	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1650	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1651	NOVIEMBRE	30	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1652	NOVIEMBRE	28	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1653	NOVIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1654	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1655	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1656	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1657	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1658	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1659	NOVIEMBRE	32	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1660	NOVIEMBRE	30	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1661	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1662	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1663	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1664	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1665	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1666	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1667	NOVIEMBRE	26	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1668	NOVIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1669	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1670	NOVIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1671	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1672	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1673	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1674	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1675	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1676	NOVIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1677	NOVIEMBRE	30	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1678	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1679	NOVIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1680	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1681	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1682	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1683	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1684	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1685	NOVIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1686	NOVIEMBRE	23	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1687	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1688	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1689	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1690	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1691	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1692	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1693	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1694	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	DIRECTA	2
1695	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
1696	NOVIEMBRE	2	OTAS	WEBBEDS	1
1697	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	AGENCIA	1
1698	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1699	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1700	NOVIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
1701	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1702	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1703	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1704	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1705	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1706	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1707	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1708	NOVIEMBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1709	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1710	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1711	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1712	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1713	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1714	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1715	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1716	NOVIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1717	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1718	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1719	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1720	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1721	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1722	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1723	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1724	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1725	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1726	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1727	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1728	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1729	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	5
1730	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
1731	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1732	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	PARTICULAR	1
1733	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1734	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1735	NOVIEMBRE	2	OTAS	HOTELBEDS	1
1736	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	4
1737	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1738	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1739	NOVIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	4
1740	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1741	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1742	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	2
1743	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1744	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1745	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1746	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1747	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1748	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1749	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1750	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1751	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1752	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1753	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1754	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1755	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
1756	NOVIEMBRE	9	DIRECTA	PARTICULAR	1
1757	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	PARTICULAR	1
1758	NOVIEMBRE	9	DIRECTA	PARTICULAR	3
1759	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	PARTICULAR	3
1760	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	3

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1761	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1762	NOVIEMBRE	9	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1763	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1764	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1765	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1766	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1767	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1768	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1769	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1770	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1771	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1772	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	16
1773	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	16
1774	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1775	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1776	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1777	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
1778	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1779	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1780	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1781	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1782	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1783	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
1784	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1785	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1786	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1787	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1788	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1789	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1790	NOVIEMBRE	1	OTAS	ROIBACK	1
1791	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	11
1792	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	9
1793	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1794	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1795	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1796	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
1797	NOVIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
1798	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVO	2
1799	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1800	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1801	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1802	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1803	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1804	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1805	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1806	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1807	NOVIEMBRE	4	OTAS	ROIBACK	3
1808	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1809	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1810	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1811	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1812	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1813	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1814	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1815	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1816	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1817	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1818	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1819	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1820	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1821	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1822	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1823	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1824	NOVIEMBRE	2	OTAS	DESPEGAR	2
1825	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1826	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1827	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1828	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1829	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1830	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1831	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1832	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1833	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1834	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1835	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1836	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1837	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1838	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1839	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1840	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	2
1841	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1842	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1843	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1844	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1845	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1846	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1847	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1848	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1849	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
1850	NOVIEMBRE	1	OTAS	HOTELBEDS	1
1851	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1852	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1853	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1854	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1855	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1856	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1857	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1858	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1859	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1860	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1861	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1862	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1863	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1864	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1865	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1866	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1867	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1868	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1869	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	6
1870	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1871	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1872	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1873	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1874	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1875	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1876	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1877	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1878	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1879	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1880	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1881	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1882	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1883	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1884	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1885	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	3
1886	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
1887	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	11
1888	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1889	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1890	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1891	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1892	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1893	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1894	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1895	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1896	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
1897	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
1898	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1899	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1900	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1901	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1902	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1903	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
1904	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1905	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1906	NOVIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	1
1907	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1908	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1909	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1910	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1911	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1912	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1913	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1914	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1915	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1916	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1917	NOVIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1918	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1919	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1920	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1921	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1922	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1923	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1924	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
1925	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1926	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1927	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1928	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1929	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1930	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1931	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1932	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1933	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1934	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1935	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1936	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1937	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1938	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
1939	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1940	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1941	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1942	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1943	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1944	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1945	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1946	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1947	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1948	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1949	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1950	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	6
1951	NOVIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1952	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1953	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1954	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1955	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1956	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1957	NOVIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1958	NOVIEMBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1959	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1960	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1961	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
1962	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1963	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
1964	NOVIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
1965	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1966	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
1967	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1968	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
1969	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
1970	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1971	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1972	NOVIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
1973	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1974	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1975	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1976	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1977	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1978	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
1979	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1980	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
1981	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1982	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1983	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
1984	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1985	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
1986	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
1987	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
1988	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
1989	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
1990	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
1991	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
1992	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
1993	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1994	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1995	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
1996	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
1997	NOVIEMBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1998	NOVIEMBRE	20	DIRECTA	CORPORATIVA	1
1999	NOVIEMBRE	20	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2000	NOVIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2001	NOVIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2002	NOVIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2003	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2004	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2005	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2006	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2007	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2008	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2009	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2010	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2011	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2012	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
2013	NOVIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2014	NOVIEMBRE	2	OTAS	HOTELBEDS	1
2015	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2016	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2017	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2018	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2019	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	1
2020	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2021	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2022	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2023	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2024	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2025	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2026	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	7
2027	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	7
2028	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2029	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2030	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	3
2031	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	AGENCIA	1
2032	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2033	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2034	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2035	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2036	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2037	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2038	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2039	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2040	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2041	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2042	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2043	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	0
2044	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2045	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2046	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2047	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2048	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2049	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2050	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2051	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2052	NOVIEMBRE	2	OTAS	DESPEGAR	1
2053	NOVIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2054	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	3
2055	NOVIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
2056	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2057	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	EXPEDIA	1
2058	NOVIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2059	NOVIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2060	NOVIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2061	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2062	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2063	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2064	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2065	NOVIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2066	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2067	NOVIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2068	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2069	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2070	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2071	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2072	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2073	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2074	NOVIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2075	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
2076	NOVIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2077	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
2078	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKIG	4
2079	DICIEMBRE	3	OTAS	BOOKIG	3
2080	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2081	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2082	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2083	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2084	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2085	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2086	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2087	DICIEMBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2088	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2089	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2090	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2091	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2092	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2093	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2094	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2095	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2096	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2097	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2098	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2099	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2100	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2101	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2102	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2103	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2104	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2105	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2106	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2107	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2108	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2109	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2110	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2111	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2112	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2113	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2114	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2115	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2116	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2117	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2118	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2119	DICIEMBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2120	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2121	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2122	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2123	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2124	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2125	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2126	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2127	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2128	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2129	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2130	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2131	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2132	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2133	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2134	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2135	DICIEMBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2136	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2137	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2138	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2139	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2140	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2141	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2142	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2143	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2144	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2145	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2146	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2147	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2148	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2149	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2150	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2151	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2152	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2153	DICIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2154	DICIEMBRE	20	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2155	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2156	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2157	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2158	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2159	DICIEMBRE	27	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2160	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2161	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2162	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2163	DICIEMBRE	19	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2164	DICIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2165	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2166	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	3
2167	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	3
2168	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2169	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2170	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2171	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2172	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2173	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2174	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2175	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2176	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2177	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2178	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2179	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2180	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2181	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2182	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2183	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2184	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2185	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2186	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2187	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2188	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2189	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2190	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2191	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2192	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2193	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2194	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2195	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2196	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2197	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2198	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2199	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2200	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2201	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2202	DICIEMBRE	2	OTAS	DESPEGAR	2
2203	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2204	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2205	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2206	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2207	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2208	DICIEMBRE	9	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2209	DICIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2210	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2211	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2212	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2213	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2214	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2215	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2216	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2217	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2218	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2219	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2220	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2221	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2222	DICIEMBRE	30	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2223	DICIEMBRE	31	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2224	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2225	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2226	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2227	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2228	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2229	DICIEMBRE	22	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2230	DICIEMBRE	19	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2231	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2232	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2233	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2234	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2235	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2236	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2237	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2238	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2239	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2240	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2241	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2242	DICIEMBRE	26	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2243	DICIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2244	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2245	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2246	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2247	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2248	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2249	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2250	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2251	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2252	DICIEMBRE	28	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2253	DICIEMBRE	24	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2254	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2255	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2256	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2257	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2258	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2259	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2260	DICIEMBRE	29	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2261	DICIEMBRE	26	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2262	DICIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2263	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2264	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2265	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2266	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2267	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2268	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2269	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2270	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2271	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2272	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2273	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2274	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2275	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2276	DICIEMBRE	9	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2277	DICIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2278	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2279	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2280	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2281	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2282	DICIEMBRE	9	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2283	DICIEMBRE	9	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2284	DICIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2285	DICIEMBRE	14	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2286	DICIEMBRE	21	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2287	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2288	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2289	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2290	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2291	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2292	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2293	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2294	DICIEMBRE	9	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2295	DICIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2296	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2297	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2298	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2299	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2300	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2301	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2302	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2303	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2304	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2305	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2306	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2307	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2308	DICIEMBRE	7	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2309	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2310	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2311	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2312	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2313	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2314	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2315	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2316	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
2317	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	4
2318	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
2319	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2320	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2321	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2322	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	4
2323	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
2324	DICIEMBRE	2	OTAS	HOTELBEDS	3
2325	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2326	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	6
2327	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2328	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2329	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
2330	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	1
2331	DICIEMBRE	3	OTAS	EXPEDIA	5
2332	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	5

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2333	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	6
2334	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	4
2335	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2336	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2337	DICIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
2338	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2339	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	4
2340	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2341	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	8
2342	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2343	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2344	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2345	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2346	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2347	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2348	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2349	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
2350	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2351	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	4
2352	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2353	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2354	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2355	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2356	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2357	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2358	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2359	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2360	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2361	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2362	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2363	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2364	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2365	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2366	DICIEMBRE	3	OTAS	EXPEDIA	1
2367	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2368	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2369	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
2370	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	7
2371	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	3
2372	DICIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	1
2373	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2374	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2375	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	30
2376	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	30

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2377	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	30
2378	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2379	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2380	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2381	DICIEMBRE	3	DIRECTA	AGENCIA	1
2382	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2383	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2384	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2385	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2386	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2387	DICIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	4
2388	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	3
2389	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	8
2390	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2391	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2392	DICIEMBRE	3	OTAS	EXPEDIA	1
2393	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2394	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2395	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2396	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2397	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2398	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2399	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2400	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2401	DICIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	2
2402	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2403	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2404	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	0
2405	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2406	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2407	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2408	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2409	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2410	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2411	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2412	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2413	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2414	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2415	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2416	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2417	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2418	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2419	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2420	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2421	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2422	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2423	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2424	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2425	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2426	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2427	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2428	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2429	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2430	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2431	DICIEMBRE	12	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2432	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2433	DICIEMBRE	3	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2434	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2435	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2436	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2437	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2438	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2439	DICIEMBRE	6	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2440	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2441	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
2442	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2443	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2444	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
2445	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
2446	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2447	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2448	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2449	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2450	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2451	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2452	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2453	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2454	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2455	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	6
2456	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	6
2457	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2458	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2459	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2460	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	5
2461	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2462	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2463	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2464	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	9

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2465	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2466	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2467	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2468	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2469	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
2470	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2471	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2472	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2473	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2474	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2475	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2476	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2477	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2478	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	4
2479	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	4
2480	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2481	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	5
2482	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2483	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2484	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2485	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2486	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2487	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2488	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2489	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	4
2490	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	3
2491	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	8
2492	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2493	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2494	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	4
2495	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2496	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
2497	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2498	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2499	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
2500	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2501	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2502	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2503	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2504	DICIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	1
2505	DICIEMBRE	4	OTAS	BOOKING	1
2506	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	6
2507	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2508	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2509	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	4
2510	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2511	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	0
2512	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2513	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2514	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2515	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2516	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2517	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2518	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
2519	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2520	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2521	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2522	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2523	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2524	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2525	DICIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	1
2526	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2527	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2528	DICIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	2
2529	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2530	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2531	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2532	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2533	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2534	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2535	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2536	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2537	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2538	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2539	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2540	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2541	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2542	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2543	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2544	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
2545	DICIEMBRE	1	OTAS	SYNXIS	6
2546	DICIEMBRE	2	OTAS	SYNXIS	5
2547	DICIEMBRE	2	OTAS	SYNXIS	5
2548	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2549	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2550	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2551	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2552	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2553	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2554	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2555	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2556	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2557	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
2558	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
2559	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
2560	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	4
2561	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	4
2562	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	4
2563	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2564	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2565	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	2
2566	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	2
2567	DICIEMBRE	2	DIRECTA	AGENCIA	2
2568	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
2569	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2570	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2571	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2572	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2573	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2574	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2575	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2576	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2577	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
2578	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2579	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	2
2580	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2581	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2582	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2583	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2584	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
2585	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
2586	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2587	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2588	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2589	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2590	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2591	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	4
2592	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2593	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2594	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2595	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2596	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2597	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2598	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2599	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2600	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2601	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2602	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2603	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2604	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2605	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2606	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2607	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2608	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2609	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2610	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2611	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2612	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	5
2613	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2614	DICIEMBRE	4	OTAS	ROIBACK	2
2615	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	1
2616	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2617	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2618	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2619	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
2620	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2621	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
2622	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
2623	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2624	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2625	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2626	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2627	DICIEMBRE	2	OTAS	SYNXIS	1
2628	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2629	DICIEMBRE	2	OTAS	HOTELBEDS	3
2630	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	5
2631	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	5
2632	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2633	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2634	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2635	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2636	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2637	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2638	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	0
2639	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	0
2640	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2641	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2642	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2643	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2644	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2645	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2646	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2647	DICIEMBRE	1	OTAS	ROIBACK	3
2648	DICIEMBRE	1	DIRECTA	AGENCIA	1
2649	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2650	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2651	DICIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	2
2652	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	5
2653	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2654	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2655	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2656	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2657	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	3
2658	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2659	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2660	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2661	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	5
2662	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2663	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2664	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2665	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2666	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2667	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2668	DICIEMBRE	18	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2669	DICIEMBRE	8	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2670	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2671	DICIEMBRE	11	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2672	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2673	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2674	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2675	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2676	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	6
2677	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	5
2678	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	5
2679	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	5
2680	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2681	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2682	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2683	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	3
2684	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2685	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	6
2686	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2687	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2688	DICIEMBRE	1	OTAS	HOTELBEDS	1
2689	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2690	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	4
2691	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2692	DICIEMBRE	4	DIRECTA	PARTICULAR	1
2693	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2694	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	2
2695	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2696	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2697	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2698	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	3
2699	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2700	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2701	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2702	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2703	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2704	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2705	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	4
2706	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2707	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2708	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2709	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	0
2710	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	5
2711	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	5
2712	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2713	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2714	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2715	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2716	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2717	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2718	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2719	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	4
2720	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	4
2721	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	4
2722	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2723	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2724	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2725	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2726	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2727	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2728	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2729	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	1
2730	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1
2731	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2732	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2733	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	2
2734	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2735	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVO	1
2736	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVO	1
2737	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2738	DICIEMBRE	1	OTAS	DESPEGAR	6
2739	DICIEMBRE	2	OTAS	DESPEGAR	6
2740	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	3
2741	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2742	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2743	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	3
2744	DICIEMBRE	16	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2745	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2746	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2747	DICIEMBRE	2	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2748	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2749	DICIEMBRE	21	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2750	DICIEMBRE	10	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2751	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2752	DICIEMBRE	4	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2753	DICIEMBRE	17	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2754	DICIEMBRE	5	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2755	DICIEMBRE	15	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2756	DICIEMBRE	13	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2757	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2758	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	3
2759	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	3
2760	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2761	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2762	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	1
2763	DICIEMBRE	3	OTAS	BOOKING	3
2764	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2765	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	2
2766	DICIEMBRE	4	OTAS	ROIBACK	1
2767	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2768	DICIEMBRE	3	OTAS	EXPEDIA	3
2769	DICIEMBRE	1	OTAS	BOOKING	3
2770	DICIEMBRE	2	OTAS	EXPEDIA	2
2771	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2772	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	1

Nº	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2773	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2774	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2775	DICIEMBRE	3	OTAS	EXPEDIA	2
2776	DICIEMBRE	1	OTAS	EXPEDIA	2
2777	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2778	DICIEMBRE	1	DIRECTA	PARTICULAR	1
2779	DICIEMBRE	2	OTAS	DESPEGAR	1
2780	DICIEMBRE	1	OTAS	DESPEGAR	1
2781	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	2
2782	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2783	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2784	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2785	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2786	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2787	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2788	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2789	DICIEMBRE	2	OTAS	DESPEGAR	3
2790	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	2
2791	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2792	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2793	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2794	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2795	DICIEMBRE	4	DIRECTA	PARTICULAR	1
2796	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2797	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2798	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2799	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2800	DICIEMBRE	6	DIRECTA	PARTICULAR	1
2801	DICIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	1
2802	DICIEMBRE	1	DIRECTA	CORPORATIVA	1
2803	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2804	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2805	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2806	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2807	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2808	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2809	DICIEMBRE	3	DIRECTA	PARTICULAR	1
2810	DICIEMBRE	2	OTAS	ROIBACK	3
2811	DICIEMBRE	4	DIRECTA	PARTICULAR	1
2812	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2813	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2814	DICIEMBRE	2	DIRECTA	PARTICULAR	1
2815	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1
2816	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1

N°	MES	CANTIDAD DE HUESPEDES	TIPO DE RESERVA	SUBTIPO DE RESERVA	CANTIDAD DE DIAS DE PERMANENCIA
2817	DICIEMBRE	2	OTAS	BOOKING	1

Fuente: Elaboración propia en base a información recolectada del sistema Zeus



ANEXO 7. MATRIZ DE DATOS – CUESTIONARIO.

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huésped se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
1	Trabajo	La empresa	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa	Frecuente	Si	Si
2	Turismo	Familiar / Amigo	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
3	Descanso	Búsqueda propia	Vía telefonica	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños, etc.)	Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
4	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
5	Trabajo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Tarifa corporativa		Promociones y descuentos	Frecuente	Si	Si
6	Descanso	Familiar / Amigo	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa	La empresa en la que labora la realizo	Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
7	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Si	Si
8	Turismo	Redes sociales	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
9	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefonica	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Si	Si
10	Descanso	Familiar / Amigo	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Recomendación de un tercero		Rapidez para generar la reserva	Ocasional	Si	Si
11	Descanso	Familiar / Amigo	Vía telefonica	Rapidez para generar la reserva	Facilidad para hacer la reserva	Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
12	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
13	Trabajo	Búsqueda propia	Vía telefonica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
14	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos		Promociones	Ocasional	Si	Si
15	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
16	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos		Promociones	Ocasional	Si	Si
17	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
18	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
19	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
20	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Si	Si
21	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
22	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.), Rapidez para generar la reserva	Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Ubicación	Ocasional	Si	Si
23	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefonica	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
24	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo			Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
25	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos		Promociones	Ocasional	Si	Si
26	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
27	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
28	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa		Promociones	Frecuente	Si	Si
29	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
30	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Si	Si
31	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
32	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Si	Si
33	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Si	Si
34	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
35	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
36	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
37	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva		Promociones	Ocasional	Si	Si
38	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
39	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios, Rapidez para generar la reserva		Promociones	Ocasional	Si	Si
40	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
41	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Si	Si
42	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
43	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
44	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
45	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
46	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
47	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Si	Si
48	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electronico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si
49	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Si	Si

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huésped se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
50	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
51	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
52	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
53	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
54	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
55	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
56	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
57	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
58	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
59	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
60	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico		Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
61	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
62	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
63	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
64	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
65	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Precio	Ocasional	Sí	Sí
66	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
67	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
68	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Precio	Ocasional	Sí	Sí
69	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
70	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
71	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
72	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
73	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
74	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
75	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
76	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
77	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva, Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
78	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva, Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
79	Trabajo	Consejo de la agencia de viaje	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
80	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
81	Turismo	Búsqueda propia	Directo en recepción	Trato directo con el hotel, Recomendación de un tercero		Precio	Ocasional	Sí	Sí
82	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
83	Trabajo	Búsqueda propia	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
84	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
85	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
86	Descanso	Familiar / Amigo	Vía telefónica	Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
87	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Agencia de viajes	Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
88	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
89	Trabajo	Consejo de la agencia de viaje	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
90	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
91	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
92	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
93	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva	Precio	Ocasional	Sí	Sí
94	Descanso	Familiar / Amigo	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
95	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
96	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
97	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	No
98	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
99	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
100	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa		Precio	Ocasional	Sí	Sí

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huésped se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
101	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
102	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
103	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
104	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realiza	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
105	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realiza	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
106	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
107	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
108	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
109	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Directo en recepción	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.), Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
110	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
111	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realiza	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
112	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.), Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
113	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
114	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
115	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
116	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
117	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
118	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
119	Trabajo	Búsqueda propia	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
120	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
121	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
122	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
123	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
124	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realiza	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
125	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
126	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realiza	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
127	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Precio	Ocasional	Sí	Sí
128	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
129	Turismo	Por la empresa en la que labora	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
130	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
131	Turismo	Por la empresa en la que labora	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
132	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí
133	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realiza	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
134	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
135	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
136	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Directo en recepción	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
137	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huéspedes se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
138	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
139	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
140	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
141	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
142	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva	Precio	Ocasional	Sí	Sí
143	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
144	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
145	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
146	Descanso	Familiar / Amigo	Redes sociales		Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
147	Trabajo	Familiar / Amigo	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva, Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
148	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
149	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
150	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí
151	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
152	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
153	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
154	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Precio	Ocasional	Sí	Sí
155	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
156	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
157	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
158	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Precio	Ocasional	Sí	Sí
159	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
160	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
161	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
162	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Redes sociales		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Precio	Ocasional	Sí	Sí
163	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
164	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
165	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
166	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
167	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
168	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
169	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
170	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
171	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
172	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
173	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
174	Descanso	Búsqueda propia	Directo en recepción	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
175	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Correo electrónico	Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
176	Trabajo	Consejo de la agencia de viaje	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
177	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
178	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	No
179	Trabajo	Búsqueda propia	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
180	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Correo electrónico	Rapidez para generar la reserva, Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
181	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huésped se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
182	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
183	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
184	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	No
185	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
186	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
187	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	No
188	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	La empresa en la que labora la realizo	Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
189	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
190	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
191	Descanso	Consejo de la agencia de viaje	Agencia de viajes	Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
192	Salud	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
193	Trabajo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
194	Trabajo	Búsqueda propia	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
195	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
196	Trabajo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
197	Turismo	Familiar / Amigo	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
198	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Agencia de viajes	Recomendación de un tercero		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
199	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
200	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
201	Luna de miel	Familiar / Amigo	Correo electrónico	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.), Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
202	Descanso	Búsqueda propia	Correo electrónico	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.)		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
203	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
204	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
205	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Ubicación	Ocasional	Sí	No
206	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
207	Descanso	Búsqueda propia	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
208	Turismo	Familiar / Amigo	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
209	Trabajo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
210	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
211	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
212	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
213	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
214	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
215	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Agencia de viajes	Rapidez para generar la reserva, Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
216	Trabajo	Búsqueda propia	Vía telefónica	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
217	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
218	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
219	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
220	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
221	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
222	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
223	Descanso	Familiar / Amigo	Correo electrónico	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.)		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
224	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción). ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL). ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huésped se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
225	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí
226	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
227	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
228	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
229	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
230	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
231	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
232	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
233	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
234	Descanso	Consejo de la agencia de viaje	agencia de viaje	Rapidez para generar la reserva, Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
235	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
236	Turismo	Búsqueda propia	Correo electrónico	Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
237	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
238	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
239	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
240	Descanso	Redes sociales	Vía telefónica	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.)		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
241	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
242	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
243	Descanso	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos	Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
244	Salud	Búsqueda propia	Directo en recepción	Trato directo con el hotel		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
245	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
246	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
247	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
248	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
249	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
250	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
251	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
252	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
253	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
254	Trabajo	Búsqueda propia	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
255	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
256	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
257	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
258	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Directo en recepción	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Ubicación	Ocasional	Sí	No
259	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	No
260	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
261	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
262	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
263	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
264	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Precio	Frecuente	Sí	Sí
265	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
266	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
267	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
268	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
269	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
270	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotels, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)		Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Promociones	Ocasional	Sí	Sí
271	Descanso	Búsqueda propia	Directo en recepción	Tarifa corporativa, Recomendación de un tercero		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
272	Descanso	Redes sociales	Redes sociales	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños , etc.)		Promociones	Ocasional	Sí	Sí

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huéspedes se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
273	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
274	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños etc.)	Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.	Precio	Ocasional	Sí	Sí
275	Descanso	Búsqueda propia	Redes sociales	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
276	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí
277	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
278	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
279	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
280	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí
281	Descanso	Búsqueda propia	Redes sociales	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños etc.), Recomendación de un tercero		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
282	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
283	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
284	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
285	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
286	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
287	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
288	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
289	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
290	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
291	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Directo en recepción	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Ubicación	Ocasional	Sí	No
292	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
293	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
294	Descanso	Búsqueda propia	Redes sociales	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños etc.), Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
295	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
296	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
297	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
298	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
299	Descanso	Familiar / Amigo	Redes sociales	Paquetes (noche de bodas, romántico, relax, cumpleaños etc.)		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
300	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
301	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Precio	Ocasional	Sí	Sí
302	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
303	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
304	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Precio	Ocasional	Sí	No
305	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
306	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
307	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
308	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
309	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
310	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
311	Descanso	Búsqueda propia	Directo en recepción	Recomendación de un tercero		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
312	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
313	Descanso	Búsqueda propia	Redes sociales	Trato directo con el hotel, Recomendación de un tercero		Precio	Ocasional	Sí	Sí
314	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
315	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizo	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
316	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí

Nro. De Encuesta	¿Cuál es el motivo por el cual realizó el viaje?	¿De qué forma usted conoció el hotel?	¿Por qué medio realizó la reserva?	En caso haya reservado directamente con el hotel (correo electrónico, redes sociales, vía telefónica, por su empresa, directo en recepción), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	En caso haya reservado a través de una agencia de viajes online con el hotel (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL), ¿Qué lo motivó a realizar la reserva por este medio?	¿Por qué elige Sonesta Hotel Arequipa?	¿Qué tipo de huésped se considera usted?	¿Volvería a hospedarse en el Sonesta Hotel Arequipa?	¿Usted volvería a reservar a través del mismo medio?
317	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
318	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
319	Trabajo	Búsqueda propia	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	No
320	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Frecuente	Sí	Sí
321	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Por la empresa en la que labora	Ocasional	Sí	Sí
322	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
323	Turismo	Por la empresa en la que labora	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Rapidez para generar la reserva		Precio	Ocasional	Sí	Sí
324	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Vía telefónica	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	No
325	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
326	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
327	Trabajo	Por la empresa en la que labora	La empresa en la que labora la realizó	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
328	Turismo	Consejo de la agencia de viaje	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Promociones y descuentos, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
329	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
330	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Precio	Frecuente	Sí	Sí
331	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Ubicación	Ocasional	Sí	Sí
332	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Rapidez para generar la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
333	Turismo	Búsqueda propia	Páginas web (Hotelbeds, Despegar, Booking, Expedia, Página Sonesta ó Página GHL)	Facilidad para hacer la reserva, Información accesible sobre habitaciones, disponibilidad y precios.		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
334	Trabajo	Redes sociales	Redes sociales	Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Promociones	Ocasional	Sí	Sí
335	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	No
336	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí
337	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Ocasional	Sí	Sí
338	Trabajo	Por la empresa en la que labora	Correo electrónico	Tarifa corporativa, Trato directo con el hotel, Rapidez para generar la reserva		Calidad de servicios	Frecuente	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia en base a información recolectada del cuestionario.