**UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO COMO
HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA
PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LA EMPRESA SETAR**

Por:

CIRILO LOAIZA REJAS

Tesis presentada a consideración de la **UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

Agosto de 2012

TARIJA – BOLIVIA

V^oB^o

Lic. Waldo Gumiel Vela

Lic. Bernardo Muñoz Vargas

DECANO

**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

Lic. Víctor Vargas Rivera

VICEDECANO

**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

Lic. Luis Enrique Gutierrez Perez

Lic. Fernando Sosa Calvo

Lic. Imer Adin Colque Alanoca

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo éstas responsabilidad del autor.

DEDICATORIA:

A Dios Todopoderoso.

A mis queridos Padres:
Luís Loayza y Lucia Rejas.

A mis Hermanos:
Florentino, Teófilo, Julián, Olga y Antonio.

A mi Estrellita Adorada, mi Hijita:
Lucia Jhamilet

A mis Sobrinos:
Cristian, Gladys, Lorena y Limber Loaiza

A mis Amigos Incondicionales:
Richard Padilla (*Lanudín*), Magaly, Marleni
y Noelia

A la memoria de mis Hermanos:
Anselmo y Brígida.

AGRADECIMIENTOS:

Agradecimiento especial al Lic. Waldo Gumiel Vela, mi profesor guía, por la colaboración brindada durante la realización del presente trabajo; al Lic. Julián Loaiza Rojas por su apoyo incondicional en este inédito trabajo; a Claudia Roxana Vilte, por el apoyo brindado en todo momento; y al tribunal examinador, quienes viabilizaron la culminación de esta investigación.

PENSAMIENTO:

El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena:
Adopción de mercadotecnia y comunicación fluida.

*La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
La lealtad de los empleados impulsa su productividad.
La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
La lealtad del cliente impulsa las utilidades.
Y la consecución de nuevos públicos.*

Christopher Lovelock