

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA FIDELIZACIÓN DE
CLIENTES EN EL GIMNASIO UNIVERSITARIO UAJMS – 2023**

**Trabajo de investigación de Taller de profesionalización II presentado a
consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”,
como requisito para optar por el Grado Académico de Licenciatura en
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

CAMATA FLORES JOSE LUIS

TUTOR

ALEMAN CASTILLO ROXANA

TARIJA – BOLIVIA

GESTIÓN 2023

DEDICATORIA

A Dios por ser mi fortaleza para cumplir mis objetivos personales y académicos, y a mi familia por ser mi principal fuente de inspiración para seguir inmersa en el maravilloso mundo del aprendizaje.

AGRADECIMIENTOS

En un principio, agradecer a Dios por encaminarme en el camino de lo correcto, ayudarme a mejorar cada día para poder crecer como persona y profesional desarrollando mis conocimientos.

A mis Padres ustedes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio. Siempre han sido mis mejores guías de vida. Hoy cuando concluyo mis estudios, les dedico a ustedes este logro, amados padres, como una meta más conquistada. Orgullosa de haberlos elegido como mis padres y que estén a mi lado en este momento tan importante.

Son muchos los docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios en mi etapa académica, en especial a mi asesor la Lic. Roxana Alemán Castillo por haberme apoyado, orientado y apoyado durante la realización del presente trabajo de investigación, que se culmina con gran satisfacción.

A mis amigos y compañeros de viaje, hoy culminan esta maravillosa aventura y no puedo dejar de recordar cuantas tardes y horas de trabajo nos juntamos a lo largo de nuestra formación. Hoy nos toca cerrar un capítulo maravilloso en esta historia de vida y no puedo dejar de agradecerles por su apoyo y constancia, al estar en las horas más difíciles, por compartir horas de estudio. Gracias por estar siempre allí.

Por último, agradecer a la universidad que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para aprender conocimientos.

Índice

CAPÍTULO I INTRODUCCIOÓN

Introducción	1
1.1. Realidad problemática.	3
1.2 Planteamiento del problema.....	6
1.2.1. Problema general.....	6
1.2.2. Definición del problema.	7
1.2.3. Formulación del problema.....	7
1.3. Justificación e importancia de la investigación.....	7
1.3.1 Justificación científica.	8
1.3.2. Justificación práctica.....	8
1.2.3. Justificación social.....	8
1.4. Objetivos de la investigación.	8
1.4.1. Objetivo general.	8
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Delimitación de la investigación.	9
1.7.1. Geográfica	9
1.7.2. Teórica	9
1.7.3. Temporal.....	9

CAPÍTULO II MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de estudios.	10
2.1.1. Antecedentes internacionales.	10
2.1.2. Antecedentes nacionales.	12
2.2. Bases teóricas de calidad del servicio.	13
2.2.1. Definiciones de calidad de servicio.	13
2.2.2. Importancia de calidad de servicio.	13
2.2.3. Características de calidad de servicio.....	15
2.3. Modelos teorías relacionadas a la calidad de servicio.	16
2.3.1. El modelo SERVQUAL.....	16
2.4. Bases teóricas de fidelización del cliente.	20
2.4.1. Definiciones de fidelización del cliente.	20

2.4.2. Importancia de la fidelización.....	21
2.4.3. Características de la fidelización	22
2.4.4. Teorías Relacionadas A La Variable Fidelización.	22
2.5. Definición Conceptual De La Terminología Empleada Calidad De Servicio.	24

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo Y Diseño De Investigación.....	25
3.1.1. Tipo de Investigación.....	25
3.1.2. Métodos y Técnicas.	25
3.1.2.1 Métodos.....	25
1.6.2.2.2 Encuesta.....	27
1.6.2.2.3 Cuestionario.....	28
3.1.2. Diseño de investigación.	28
3.2. Población y Muestra.	28
3.2.1. Población.	28
3.2.2. Muestra.....	28
3.3. Fuentes de información.	29
3.3.1. Fuentes de Información Primaria.....	29
3.3.2. Fuentes de Información Secundaria.	29
3.4. Hipótesis.....	30
3.4.1. Hipótesis general.	30
3.4.2. Hipótesis específicas.	31
3.5. Variables – Operacionalización.....	31
3.5.1. Definición conceptual de la calidad de servicio.	31
3.5.1. Definición operacional de calidad de servicio.	31
3.5.2. Definición conceptual de fidelización del cliente.	31
3.5.3. Definición operacional de fidelización del cliente.....	32
3.6. Descripción de instrumentos utilizados.....	32
3.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos.	33

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Validación del Instrumento.	35
4.1.1. Análisis de Fiabilidad.	35

4.2. Resultados de la encuesta	37
4.3. Resultados por dimensiones de la calidad de servicio	40
4.4. Resultados por Dimensiones de la Fidelización del Cliente.....	44
4.5. Análisis de la correlación de Pearson.....	49
4.5.1. Hipótesis general.	49
4.5.2. Contrastación de hipótesis específicas	51

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	56
5.2. Conclusiones por dimensiones.....	56
5.3 Recomendaciones.....	58
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	64
Anexo1.	65
Anexo 2	68
Anexo 3	70
Anexo 4	72
Anexo 5	74
Anexo 6	77
Anexo 7	78
Anexo 8.	81

Índice de tablas

Tabla 1	35
Tabla 2	36
Tabla 3	37
Tabla 4	39
Tabla 5	40
Tabla 6	41
Tabla 7	42
Tabla 8	42
Tabla 9	44
Tabla 10	45
Tabla 11	46
Tabla 12	47
Tabla 13	48
Tabla 14	49
Tabla 15	51
Tabla 16	53
Tabla 17	54
Tabla 18	55

Índice de gráficos

Gráfico 1	19
Gráfico 2	37
Gráfico 3	38
Gráfico 4	38
Gráfico 5	39
Gráfico 6	40
Gráfico 7	41
Gráfico 8	42
Gráfico 9	43
Gráfico 10	44
Gráfico 11	45
Gráfico 12	46
Gráfico 13	47
Gráfico 14	48
Gráfico 15	50