

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



TESIS DE GRADO

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA
EMPRESA “TRANS JUÁREZ C.””**

Elaborado Por: **ARMELLA FLORES DORIZ YOLANDA**

Tutor: **PhD. ROXANA ALEMAN CASTILLO**

Trabajo final, presentado a consideración de la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**, como requisito para optar el grado académico de licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA- BOLIVIA

2023

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por la vida, por permitirme culminar con éxito mi carrera, darme buena salud, fortaleza en todo momento.

A mi madre y padre por sus consejos el apoyo incondicional, y a toda mi familia por estar siempre impulsándome a ser mejor y lograr con éxito mi carrera.

A TODOS LOS QUE APORTARON DURANTE ESTE PROCESO.

ÍNDICES DE CONTENIDO

RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	xx
1.1 Situación Problemática	xx
1.2 Formulación del Problema.....	xxi
1.2.1 Problema general	xxi
1.2.2 Problema específico	xxi
1.3 Justificación de la investigación	xxi
1.3.1 Justificación teórica	xxii
1.3.2 Justificación metodológica.....	xxii
1.3.3 Justificación Práctica y económica	xxiii
1.3.4 Justificación social	xxiv
1.4 Objetivos de la investigación	xxiv
1.4.1 Objetivo General.....	xxiv
1.4.2 Objetivos Específicos.....	xxiv
2 CAPITULO II: MARCO TEORICO	xxv
2.1 Antecedentes del tema de investigación	xxv
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	xxv
2.1.2 Antecedentes nacionales	xxvi
2.1.3 Antecedentes departamentales	xxvii
2.2 Bases teóricas.....	xxviii

2.2.1	Calidad de servicio.....	xxviii
2.2.2	Satisfacción de los clientes	xxxiv
2.3	Marco conceptual.....	xxxvi
3	CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES	xxxvii
3.1	Formulación de hipótesis	xxxvii
3.1.1	Hipótesis general.....	xxxvii
3.2	Identificación de Variables	xxxvii
3.3	Operacionalización de las variables.....	38
3.4	Matriz de consistencia.....	39
4	CAPITULO IV: METODOLOGIA	40
4.1	Diseño metodológico o característica de la investigación	40
4.1.1	Tipo de Investigación:.....	40
4.1.2	Nivel de Investigación	40
4.1.3	Diseño de investigación	41
4.2	Unidades de análisis.....	41
4.3	Campo de verificación	42
4.3.1	Delimitación Temporal.....	42
4.3.2	Delimitación Espacial	42
4.3.3	Delimitación Geográfica.....	42
4.4	Población de estudio	42
4.5	Muestra	43
4.5.1	Tipo de muestra.....	43
4.5.2	Tamaño de la Muestra:.....	44

4.6	Selección de la muestra.....	44
4.7	Técnicas e instrumento de recolección de datos	45
4.7.1	Técnica de recolección de datos	45
4.7.2	Instrumento de recolección de datos.....	45
4.8	Confiabilidad y validez del constructo del instrumento	48
4.8.1	Validez del constructo del instrumento.....	48
4.8.2	Confiabilidad del instrumento en general.....	49
4.9	Limitaciones.....	50
4.10	Fuentes de información.....	50
4.11	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	51
5	CAPÍTULO V: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	52
5.1	Resultados de la investigación.....	52
5.1.1	Descripción de la muestra.....	52
5.1.2	Perfil de los encuestados.....	52
5.1.3	Análisis descriptivo.....	56
5.1.4	Contrastación de las hipótesis.....	79
6	CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN	87
6.1	Discusión de resultados.....	87
6.1.1	Contrastación de resultados	87
6.1.2	Interpretación de resultado.....	88
7	CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
7.1	Conclusiones.....	92
7.2	Recomendaciones	95

8	REFERENCIAS.....	97
9	ANEXOS	101

INDICES DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz de Operacionalización de las Variables</i>	38
Tabla 2 <i>Matriz de consistencia</i>	39
Tabla 3 <i>Distribución de los Ítems por Dimensiones</i>	46
Tabla 4 <i>Distribución de los Ítems por Dimensiones</i>	47
Tabla 5 <i>Estadísticas de Fiabilidad en General</i>	49
Tabla 6 <i>Estadísticas de Fiabilidad de la Calidad de servicio</i>	49
Tabla 7 <i>Estadísticas de fiabilidad Satisfacción de los clientes</i>	50
Tabla 8 <i>Tabla de distribución según sexo</i>	52
Tabla 9 <i>Tabla de Distribución Según Edad</i>	53
Tabla 10 <i>Frecuencia de Viajes</i>	55
Tabla 11 <i>Calidad del servicio en los elementos Tangibles (según la percepción de los clientes)</i> 58	
Tabla 12 <i>Calidad del Servicio en los Elementos Tangibles (Según la Percepción de los Clientes)</i>	60
Tabla 13 <i>Calidad del Servicio en la Dimensión de Capacidad de Respuesta</i>	62
Tabla 14 <i>Calidad del Servicio en la Dimensión de Seguridad (Según la Percepción de los Clientes)</i>	64
Tabla 15 <i>Calidad del Servicio en la Dimensión de Empatía</i>	66
Tabla 16 <i>Los Promedios Totales de las Cinco Dimensiones de la Calidad del Servicio en la Empresa "Trans Juárez C."</i>	67
Tabla 17 <i>Nivel de Calidad del Servicio de la Empresa "Trans Juárez C." con Destino desde Tarija hasta la república de Argentina en el año 2023 (según la Percepción de los Clientes)</i>	69
Tabla 18 <i>Nivel del Rendimiento Percibido por los Clientes</i>	71
Tabla 19 <i>Nivel de cumplimiento con las Expectativas</i>	74
Tabla 20 <i>Niveles de satisfacción</i>	76

Tabla 21 <i>Promedios Total general de la Satisfacción de los Clientes de la Empresa 'Trans Juárez C.'</i>	77
Tabla 22 <i>Nivel total de la satisfacción de los Clientes de la empresa 'Trans Juárez C.'</i>	78
Tabla 23 <i>Estadístico de prueba Kolmogorov-Smirnov para la Calidad del Servicio</i>	80
Tabla 24 <i>Estadístico de prueba Kolmogorov-Smirnova para la Satisfacción de los Clientes</i>	82
Tabla 25 <i>Correlación de las variables Mediante el Estadístico Rho de Spearman</i>	85

INDICES DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo SERVQUAL</i>	xxxii
Figura 2 <i>Modelo SERVPERF</i>	xxxiii
Figura3 <i>Beneficios de la Satisfacción de los Clientes</i>	xxxvi
Figura 4 <i>Diseño del Alcance Correlacional de las Variables</i>	41
Figura 5 <i>Ubicación Geográfica de la Empresa 'Trans Juárez C.'</i>	42
Figura 6 <i>Participación Según Sexo</i>	53
Figura 7 <i>Encuestados Según Edad (Años)</i>	54
Figura 8 <i>Frecuencia de viajes</i>	55
Figura9 <i>Promedios por Ítem en la dimensión de los elementos Tangibles Según la Percepción de los Clientes</i>	57
Figura 10 <i>Nivel de la Calidad de Servicio Según la Percepción de los Clientes en los Elementos Tangibles</i>	58
Figura11 <i>Promedios por Ítem en la dimensión de Fiabilidad Según la Percepción de los Clientes</i>	59
Figura 12 <i>Nivel de la Calidad de Servicio en la Dimensión de Fiabilidad (Según la Percepción de los Clientes)</i>	60
Figura13 <i>Promedios por Ítem en la dimensión de Capacidad de Respuesta Según la Percepción de los Clientes</i>	61
Figura 14 <i>Nivel de la Calidad del Servicio en la Dimensión de Capacidad de Respuesta</i>	62
Figura 15 <i>Promedios por Ítem en la dimensión de Seguridad del Servicio Según la Percepción de los Clientes</i>	63
Figura 16 <i>Nivel de la Calidad del Servicio en la Dimensión de Seguridad (Según la Percepción de los Clientes)</i>	64
Figura17 <i>Promedio por Ítem y Promedio Total en la Dimensión de Empatía Según la Percepción de los Clientes</i>	65

Figura 18 Nivel de la Calidad de Servicio en la Dimensión de Empatía (Según la Percepción de los Clientes)	66
Figura 19 Percepción de los clientes en las cinco dimensiones de la calidad de servicio	68
Figura 20 Nivel de la Calidad de Servicio en la Empresa "Trans Juárez C." con Destino desde Tarija hasta la república de Argentina (Según la Percepción de los clientes)	69
Figura21 Promedio por Ítem y Promedio Total del rendimiento percibido	70
Figura 22 Representación gráfica del nivel de rendimiento percibido por los clientes	72
Figura23 Promedio por Ítem y Promedio Total de del Cumplimiento de Expectativas	73
Figura 24 Representación gráfica del Nivel de Cumplimiento con las Expectativas	74
Figura25 Promedio por Ítem y Promedio Total de los Niveles de Satisfacción	75
Figura 26 Representación gráfica de los niveles de satisfacción	76
Figura 27 Promedio General de la Satisfacción.....	77
Figura 28 Representación gráfica del nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa "Trans Juárez C." con destino desde Tarija hasta la república de Argentina.....	79
Figura 29 Distribución de los datos de la calidad del servicio	81
Figura 30 Distribución de los datos de satisfacción de los clientes	83
Figura 31 Puntos de Dispersión de la Correlación entre la calidad de Servicio y Satisfacción de los Clientes.....	86

INDICES DE ANEXOS

Anexo A Propuesta	101
Anexo B Cronograma de Actividades	104
Anexo C Presupuesto de Investigación.....	105
Anexo D Oficina Trans Juárez.....	106
Anexo E Número de Identificación Tributaria (NIT).....	107
Anexo F Licencia de Funcionamiento	108
Anexo G Encuesta Aplicada	109
Anexo H Lista de pasajeros con destino desde Tarija hasta la república de Argentina.....	111
Anexo I Estadísticas de Confiabilidad General por Elementos	112
Anexo J Estadísticas de con fiabilidad de la variable calidad del servicio por elementos	116
Anexo K Estadísticas de con fiabilidad de la variable de satisfacción de los clientes	118
Anexo L Promedio total de la calidad del servicio por dimensiones.....	119
Anexo M Promedio de la Dimensión de Tangibilidad por Elemento.....	120
Anexo N Promedio de la Dimensión de Fiabilidad por Elementos	121
Anexo O Promedio de la Dimensión de Capacidad de Respuesta por Elemento	122
Anexo P Promedio de la Dimensión de Seguridad por Elementos.....	123
Anexo Q Promedio de la Dimensión de Empatía por Elemento	124
Anexo R Promedio total calidad	124
Anexo S Promedio del Rendimiento Percibido por Ítems	125
Anexo T Promedio de las Expectativas Cumplidas por Ítems.....	126
Anexo U Promedio de los Niveles de satisfacción	126

Anexo V Promedio del Grado de Satisfacción en General de la Satisfacción de los Clientes por Dimensiones..... 127