

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: ADM-599 TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II
PROYECTO DE GRADO**



**“PLAN DE MEJORAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL
TRANSPORTE PÚBLICO DE MICROS DE LA CIUDAD DE TARIJA”**

POR:

CALIZAYA SUSTACHA YESENIA MARISEL

ILLESCAS GARCIA DANIELA

DOCENTE GUÍA:

LIC. ANIBAL JORGE CAYO ZENTENO

Proyecto de grado presentado a consideración de la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho” como requisito para optar al Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

Marzo 2021

TARIJA – BOLIVIA

Lic. Aníbal Jorge Cayo Zenteno
DOCENTE GUÍA

M.Sc. Lic. Anselmo Rodríguez
Ortega
**DECANO DE FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS**

M.Sc. Lic. Victor Jorge Vargas
Rivera
**VICEDECANO DE FACULTAD
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS**

M.Sc. Lic. Victor Jhon Vaca Jerez
**DIRECTOR DE LOS DEPARTAMENTOS
DE ADMINISTRACIÓN Y
ADMINISTRACIÓN APLICADA**

APROBAR POR:

TRIBUNAL:

M.Sc. Lic. Victor Jhon Vaca Jerez
DOCENTE TRIBUNAL

Lic. Oscar Fernando Sossa Calvo
DOCENTE TRIBUNAL

ADVERTENCIA

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo ésta únicamente responsabilidad de los autores.

DEDICATORIA

A Dios:

Por la vida que nos dio y por ser quien nos sostiene todo el tiempo.

A nuestros padres:

Por ser ellos quienes nos brindan su apoyo incondicional y su aliento para poder luchar por nuestros sueños.

A nuestros docentes:

Por vernos sus conocimientos de manera paciente.

AGRADECIMIENTO

A nuestros amigos y compañeros por acompañarnos durante todo este tiempo.

A nuestro docente guía Lic. Anibal Jorge Cayo, por habernos colaborado y brindado su apoyo para realizar el presente trabajo.

PENSAMIENTO

“Pregúntate si lo que estas haciendo hoy te acerca al lugar en el que quieres estar mañana”.

Walt Disney

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
1. ANTECEDENTES	1
2. JUSTIFICACIÓN.....	2
2.1. Justificación Teórica.....	2
2.2. Justificación Práctica.....	2
2.3. Justificación Social.....	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
3.1. Formulación del problema.....	5
4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	5
4.1. Hipótesis.....	5
4.2. Variables	5
5. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	5
5.1. Objetivo general	5
5.2. Objetivos específicos.....	6
6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	6
6.1. Tipos de investigación.....	6
6.2. Método de investigación.....	6
6.3. Técnicas de recolección de datos.....	6
6.4. Fuentes de datos	7
6.4.1. Fuentes Primarias	7
6.4.2. Fuentes Secundarias	7
7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
7.1. Delimitación geográfica	7
7.2. Delimitación temática.....	7
7.3. Delimitación temporal	8

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. PLAN DE MEJORAS	10
1.2. PLANEACIÓN	10

1.3. ESTRATEGIAS.....	11
1.4. MARKETING DE SERVICIOS.....	11
1.5. SERVUCCIÓN.....	12
1.6. SERVICIO.....	13
1.6.1. Características del servicio.....	13
1.7. CALIDAD.....	16
1.7.1. Calidad del servicio.....	17
1.8. SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....	24
1.9. MODELOS DE MEDICIÓN.....	25
1.9.1. Modelo SERVQUAL.....	25
1.9.2. Modelo SERVPERF.....	30
1.10. TRANSPORTE.....	33
1.10.1. Concepto de transporte.....	33
1.10.2. Transporte público.....	33

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. ANÁLISIS EXTERNO – MACROAMBIENTE.....	37
2.1.1. Entorno Político.....	37
2.1.2. Entorno Económico.....	38
2.1.3. Entorno Cultural.....	40
2.1.4. Entorno Tecnológico.....	42
2.1.5. Entorno Medio Ambiental.....	42
2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA ORGANIZACIÓN ..	44
2.2.1. Rivalidad entre Competidores.....	44
2.2.2. Amenaza de Nuevos Entrantes.....	47
2.2.3. Amenaza de productos sustitutos.....	48
2.2.4. Poder de Negociación de los Proveedores.....	49
2.2.5. Poder de Negociación de los Clientes.....	49
2.2. ANÁLISIS INTERNO.....	51
2.2.1. Descripción general del transporte público.....	51
2.2.2. Organización del transporte público.....	52

2.2.3. Ordenanzas municipales del transporte público.....	59
2.3. ESTUDIO DE MERCADO	70
2.3.1. Identificación del problema	70
2.3.2. Problema gerencial	71
2.3.3. Problema de investigación de mercados	71
2.3.4. Objetivo de la investigación de mercados	71
2.3.5. Diseño de la investigación.....	72
2.3.6. Método de investigación.....	72
2.3.7. Determinación de la muestra	73
2.4. ANÁLISIS DE LOS DATOS DEL CUESTIONARIO	76
2.5. MATRIZ FODA	99
2.6. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO.....	101

CAPÍTULO III

PLAN DE MEJORAS

INTRODUCCIÓN.....	103
3.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MEJORA	103
3.1.1. Objetivo general	103
3.1.2. Objetivos específicos.....	103
3.2. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MEJORA	104
3.2.1. Comunicación	104
3.2.2. Personal.....	112
3.2.3. Elementos tangibles.....	116
3.3. PRESUPUESTO.....	119
3.4. RESUMEN DEL PLAN DE MEJORAS	120
3.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA.....	124
WEBGRAFIA.....	125
ANEXOS	126
ANEXO 1: Sesiones de grupo	127
ANEXO 2: Matriz causa-efecto.....	132

ANEXO 3: Matriz de Objetivos	133
ANEXO 4: Índice de calidad del aire (ICA).....	134
ANEXO 5: El crecimiento urbano de la ciudad de Tarija.....	135
ANEXO 6: Paradas de micros	136
ANEXO 7: Estado de las paradas establecidas.....	137
ANEXO 8: Ubicación de las nuevas paradas	138
ANEXO 9: Encuesta	139
ANEXO 10: Público objetivo.....	143
ANEXO 11: Respuesta a la solicitud de información.....	144

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Marco conceptual del modelo SERVQUAL	26
Ilustración 2: Modelo conceptual de la calidad del servicio.....	29
Ilustración 3: Población proyectada de Tarija por sexo según quinquenal de edad, 2020.....	40
Ilustración 4: Comparación del Índice de calidad del aire (ICA) antes y durante la pandemia.....	43
Ilustración 5: Cantidad de personas que pueden transportar los micros y los taxis trufis durante la pandemia	46
Ilustración 6: Porcentaje de la población por edades	74
Ilustración 7: Matriz FODA.....	100
Ilustración 8: Página de Facebook.....	105
Ilustración 9: Sección de noticias de la computadora.....	107
Ilustración 10: Sección de noticias del celular	107
Ilustración 11: Artículo instantáneo para la página de Facebook.....	108
Ilustración 12: Anuncio en Marketplace.....	109
Ilustración 13: Modelo de uniforme	118

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Resultados de la encuesta piloto	75
Gráfica 2: Sexo de los encuestados	76
Gráfica 3: Edad de los encuestados	77
Gráfica 4: Personas que hacen uso del transporte público de micros.....	78
Gráfica 5: Transporte público utilizado con mayor frecuencia.....	79
Gráfica 6: Opinión del usuario sobre el servicio.....	80
Gráfica 7: Elementos tangibles	81
Gráfica 8: Fiabilidad.....	83
Gráfica 9: Capacidad de respuesta.....	85
Gráfica 10: Seguridad.....	87
Gráfica 11: Empatía.....	89
Gráfica 12: Modelo SERVPERF	91
Gráfica 13: Recomendaciones para mejorar el servicio	92
Gráfica 14: Forma de comunicación	93
Gráfica 15: Red social utilizada con mayor frecuencia	94
Gráfica 16: Educación vial	95
Gráfica 17. Horario en el que el transporte público es usado con mayor frecuencia.....	96
Gráfica 18: Frecuencia de uso.....	97
Gráfica 19: Satisfacción del usuario	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Correspondencia entre las dimensiones de la calidad del servicio	19
Tabla 2: Entorno político.....	37
Tabla 3: PIB de Bolivia por departamentos	38
Tabla 4: Impuestos para el sector de transporte público	39
Tabla 5: Población proyectada de Tarija por Municipios	41
Tabla 6: Entorno tecnológico	42
Tabla 7: Organización de los Micros y los Taxis Trufis	44
Tabla 8: Tarifas	45
Tabla 9: Amenaza de nuevos entrantes.....	47
Tabla 10: Amenaza de productos sustitutos	48
Tabla 11: Poder de negociación de los proveedores.....	49
Tabla 12: Poder de negociación de los clientes.....	50
Tabla 13: Evaluación de las cinco fuerzas de Porter	50
Tabla 14: Rutas de las líneas de micro	53
Tabla 15: Verificación de las paradas establecidas.....	59
Tabla 16: Tarifas de micros	69
Tabla 17: Proyecciones de la población de Tarija según provincia y municipio 2015 - 2020	73
Tabla 18: Sexo de los encuestados	77
Tabla 19: Personas que hacen uso del transporte público de micros.....	78
Tabla 20: Total de personas que hacen uso del servicio de transporte público de micros	78
Tabla 21: Transporte público utilizado con mayor frecuencia.....	79
Tabla 22: Opinión del usuario sobre el servicio	80
Tabla 23: Elementos tangibles	82
Tabla 24: Promedio de la dimensión elementos tangibles.....	83
Tabla 25: Fiabilidad.....	84
Tabla 26: Promedio de la dimensión fiabilidad.....	85

Tabla 27: Capacidad de respuesta.....	86
Tabla 28: Promedio de la dimensión capacidad de respuesta	87
Tabla 29: Seguridad.....	88
Tabla 30: Promedio de la dimensión seguridad	89
Tabla 31: Empatía.....	90
Tabla 32: Promedio de la dimensión empatía	91
Tabla 33: Recomendaciones para mejorar el servicio	93
Tabla 34: Forma de comunicación	94
Tabla 35: Red social utilizada con mayor frecuencia	95
Tabla 36: Educación vial	96
Tabla 37: Horario en el que el transporte público es usado con mayor frecuencia.....	97
Tabla 38. Frecuencia de uso	98
Tabla 39: Satisfacción del usuario	99
Tabla 40: Campaña de publicidad para publicaciones	110
Tabla 41: Presupuesto de la estrategia de comunicación	111
Tabla 42: Costo del capacitador	114
Tabla 43: Costo del refrigerio	115
Tabla 44: Costo del material de escritorio.....	115
Tabla 45: Presupuesto del programa de capacitación.....	115
Tabla 46: Costo del aseo de los micros por persona	117
Tabla 47: Costo del aseo del total micros.....	117
Tabla 48: Costo del uniforme para los choferes.....	118
Tabla 49: Presupuesto final.....	119
Tabla 50: Fondo de recaudación.....	120
Tabla 51: Resumen del plan de mejoras	120

