

**FACULTAD DE CIENCIAS**

**EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**



**“RELACIÓN ENTRE EL USO DE LAS REDES  
SOCIALES Y SATISFACCIÓN EN LOS USUARIOS  
DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO  
MIRABUS”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y  
HOTELERÍA**

**AUTORA:**

**YESSICA LILIANA CAHUANA ROBLES**

**ASESORA:**

**LIC. BERTHA MIRANDA GUEVARA**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

**“CREATIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD EN EL DESARROLLO DE  
PRODUCTOS TURÍSTICOS”**

**LIMA – PERÚ**

**2013**

## Dedicatoria

*Dedico este trabajo de tesis a mis padres, que sin cuyo apoyo y sacrificio no hubiese culminado mi carrera gracias a ello hicieron de mí, una persona capaz y responsable.*

*A Mathias que es el motor de mi vida, el cual hace que todo lo que haga valga la pena. A Quienes de una u otra manera me brindaron su apoyo y sabiduría.*

## Agradecimiento

*Agradezco ante todo a Dios por iluminarme y  
Darme el valor suficiente para enfrentar esta  
prueba. A mis padres por la confianza depositada  
en mí.*

## PRESENTACIÒN

La presente investigación “Relación entre el uso de redes sociales y satisfacción en los usuarios de la Empresa de Transporte Turístico Mirabus”, es el resultado del interés por determinar la relación entre el uso de redes sociales y la satisfacción a través de los diversos factores que componen la primera variable uso de redes sociales, proveniente de la teoría de Dholakia y Rego (2006) y la segunda variable satisfacción del usuario, proveniente de la teoría de Evanschitzky y Hise (2004).

Esta investigación se ha dividido por capítulos, en el capítulo I, se plantea el problema de la investigación, el cual describe la realidad problemática, así mismo los objetivos que se definieron al realizar la investigación , la justificación y alcances de las investigación, el marco referencial el cual se incluye los antecedentes de investigaciones anteriores que sean similares con la presente investigación , el marco teórico y conceptual, se describen todos los conceptos teóricos relacionados al tema de la investigación. En el capítulo II, se desarrolla el marco metodológico, en el cual se describe la metodología de la investigación relacionado al tipo de estudio, diseño. En el capítulo III, se describe los resultados obtenidos de las herramientas aplicadas, en el capítulo IV, señala la discusión de los resultados, en el capítulo V se señalan las conclusiones, en el capítulo VI, señala las sugerencias, en el capítulo VII, señala las fuentes bibliográficas y finalmente en el capítulo VIII, se encuentran los anexos.

La tesis que a continuación se presenta pretende establecer una metodología de análisis sobre la importancia del uso de redes sociales y la satisfacción en los usuarios del transporte turístico Mirabus.

# ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	1
Agradecimientos	2
Presentación	3
<b>RESUMEN</b>	<b>5</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
1.1.1. Realidad Problemática	8
1.1.2. Formulación del problema	9
1.1.3. Justificación	10
1.1.4. Antecedentes	11
1.1.5. Objetivos	13
1.2. MARCO REFERENCIAL	14
1.2.2. Marco Teórico	14
1.2.3. Marco conceptual	20
<b>2. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>23</b>
2.1. Hipótesis	23
2.1.1.- Hipótesis General	23
2.1.2.- Hipótesis Específicas	23
2.2. Variables	23
2.2.1. Definición Conceptual	23
2.2.2. Definición o peracional	24
2.3. Metodología	26
2.3.1. Tipos de estudio	26
2.3.2. Diseño	26
2.4. Población y Muestra	27
2.5. Método de investigación	28
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
2.6.1. Técnicas de recolección de datos	28
2.6.2. Instrumento de recolección de datos	28
2.7. Métodos de análisis de datos	28
<b>3. RESULTADOS</b>	<b>30</b>
<b>4. DISCUSIÓN</b>	<b>58</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>59</b>
<b>6. SUGERENCIAS</b>	<b>61</b>
<b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>62</b>
<b>8. ANEXOS</b>	<b>64</b>

## RESUMEN

La presente investigación correlacional tiene por finalidad definir la relación entre el uso de las redes sociales y la satisfacción del usuario de transporte turístico Mirabus al hacer el ingreso a las redes sociales. Por lo cual se determinó la aplicación de una encuesta a todos los turistas que toman el servicio turístico Mirabus y que hayan accedido a la R.S. del mismo, a través de lo obtenido se identificó los factores que mayor inciden sobre el uso de redes sociales y como consecuencia de ello se comprobó la relación positiva entre las variables de estudio basados en soportes estadísticos (prueba de hipótesis, regresión lineal) y soportes teóricos de las dimensiones del uso de las redes sociales (servicio al cliente, contenido valioso, confianza, usabilidad e implantación de la red) y satisfacción del usuario del Mirabus(facilidad de uso, disponibilidad, eficacia, información relevante). El resultado de la investigación demostró que si existe una relación positiva entre el uso de redes sociales y satisfacción del usuario a un 90.0% siendo la dimensión confianza más representativa de la variable independiente y disponibilidad de la variable dependiente.

## ABSTRACT

This correlational research aims to define the relationship between the use of social networks and user satisfaction Mirabus tourist transport. Which was determined by applying a survey to all the tourists who take the tourist service Mirabus and have accessed the RS thereof, obtained through what is identified the factors most affect the use of social networks and consequently the positive relationship was found between the study variables based on statistical supports (hypothesis testing, linear regression) and supports theoretical dimensions of the use of social networks (customer service, valuable content, trust, usability and implementation of the network) and user satisfaction Mirabus (ease of use, availability, efficiency, relevant information). The result of the research showed that if there is a positive relationship between the use of social networks and user satisfaction to a 90.0% confidence being the most representative dimension of the independent variable and the dependent variable availability.