

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



**“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA  
EMPRESA SKY GAMES DE LA CIUDAD DE TARIJA”**

**POR:**

**FLORES IRAHOLA PAUL ANDRÉS**

**DOCENTE GUÍA:**

**MSc. Lic. BALDIVIEZO MOGRO ROXANA PILAR**

**Tarija – Bolivia**  
**Diciembre 2023**

## ÍNDICE GENERAL

|   |    |
|---|----|
| I. INTRODUCCIÓN.....                        | 1  |
| 1.1 ANTECEDENTES .....                      | 1  |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN .....                     | 3  |
| 1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....        | 4  |
| 1.4 Identificación del Problema.....        | 4  |
| 1.5 Definición del Problema .....           | 5  |
| 1.6 Formulación del Problema .....          | 5  |
| 1.7 OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN .....         | 5  |
| 1.7.1 Objetivo General .....                | 5  |
| 1.7.2 Objetivos Específicos .....           | 5  |
| 1.8 Metodología de la Investigación.....    | 6  |
| 1.9 Tipos de Investigación o estudio .....  | 6  |
| 1.9.1 Investigación Exploratoria:.....      | 6  |
| 1.9.2 Investigación Descriptiva: .....      | 6  |
| 1.10 Métodos o técnicas.....                | 6  |
| 1.11 Diseño de Investigación .....          | 7  |
| 1.12 Población y Muestra .....              | 7  |
| 1.13 Fuentes de información .....           | 8  |
| 1.14 Fuentes o datos primarios.....         | 8  |
| 1.15 Fuentes o datos secundarios .....      | 8  |
| 1.16 DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN ..... | 8  |
| 1.17 Geográfica .....                       | 8  |
| 1.18 Teórica .....                          | 8  |
| 1.19 Temporal .....                         | 9  |
| II. MARCO TEÓRICO .....                     | 11 |
| 2.1 Marketing .....                         | 11 |
| 2.2 Tipos de Marketing .....                | 11 |
| 2.3 Marketing Estratégico .....             | 11 |
| 2.4 Marketing Operativo.....                | 12 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 2.5    | Marketing de Servicios .....  | 12 |
| 2.6    | Las 7'PS del Marketing.....   | 13 |
| 2.6.1  | Producto.....   | 13 |
| 2.6.2  | Precio.....   | 14 |
| 2.6.3  | Plaza .....   | 15 |
| 2.6.4  | Promoción.....  | 16 |
| 2.6.5  | Personas .....  | 16 |
| 2.6.6  | Proceso.....  | 17 |
| 2.6.7  | Productividad .....   | 19 |
| 2.7    | Servicio .....  | 19 |
| 2.8    | Modelo SERVQUAL.....  | 20 |
| 2.9    | Las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL.....                          | 21 |
| 2.9.1  | Elementos tangibles.....  | 21 |
| 2.9.2  | Confiabilidad.....  | 21 |
| 2.9.3  | Capacidad de Respuesta .....  | 22 |
| 2.9.4  | Seguridad .....   | 22 |
| 2.9.5  | Empatía.....  | 22 |
| 2.9.6  | Atención al Cliente.....  | 23 |
| 2.10   | Momentos de Verdad.....   | 25 |
| 2.10.1 | Momento menos cero de la verdad o momento de necesidad.....         | 25 |
| 2.10.2 | Momento cero de la verdad o momento de investigación .....          | 26 |
| 2.10.3 | Primer momento de la verdad o momento de elección.....              | 26 |
| 2.10.4 | Verdadero momento de la verdad o momento después de la compra ..... | 26 |
| 2.10.5 | Segundo momento de la verdad o momento de compra .....              | 27 |
| 2.10.6 | Tercer momento de la verdad o momento de reacción.....              | 27 |
| 2.11   | El Ciclo del Servicio.....  | 27 |
| 2.12   | Círculos de Lealtad .....   | 28 |
| 2.13   | La Flor de Servicio .....   | 28 |
| 2.13.1 | Información .....   | 29 |
| 2.13.2 | Consulta .....  | 29 |
| 2.13.3 | Toma de Pedidos .....   | 29 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 2.13.4 | Cortesía u Hospitalidad.....               | 30 |
| 2.13.5 | Atención .....                             | 30 |
| 2.13.6 | Excepciones.....                           | 30 |
| 2.13.7 | Facturación .....                          | 30 |
| 2.13.8 | Pago .....                                 | 31 |
| 2.14   | Posicionamiento.....                       | 31 |
| 2.15   | Posicionamiento de Marca .....             | 32 |
| 2.16   | Definición de Juegos Recreativos.....      | 32 |
| 2.17   | Juegos Arcade.....                         | 32 |
| 2.18   | Características de los Juegos Arcade ..... | 33 |
| 2.19   | Definición de Parques .....                | 33 |
| III.   | ANÁLISIS DEL MACROENTORNO .....            | 35 |
| 3.1    | ANÁLISIS PESTEL .....                      | 35 |
| 3.1.1  | Análisis Político Legal .....              | 35 |
| 3.1.2  | Análisis Económico.....                    | 36 |
| 3.1.3  | Análisis Social.....                       | 36 |
| 3.1.4  | Análisis Tecnológico .....                 | 38 |
| 3.1.5  | Análisis Ambiental.....                    | 39 |
| IV.    | ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....             | 41 |
| 4.1    | FLOR DEL SERVICIO .....                    | 41 |
| 4.2    | Información .....                          | 41 |
| 4.3    | Consultas .....                            | 42 |
| 4.4    | Toma de Pedidos.....                       | 42 |
| 4.5    | Hospitalidad o Cortesía.....               | 43 |
| 4.6    | Atención .....                             | 43 |
| 4.7    | Excepciones.....                           | 44 |
| 4.8    | Facturación .....                          | 44 |
| 4.9    | Pago.....                                  | 44 |
| V.     | MODELO SERVQUAL .....                      | 47 |
| 5.1    | Introducción.....                          | 47 |
| 5.2    | Objetivo General del Modelo .....          | 47 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 5.3   | Métodos o Técnicas de Recolección de Datos ..... | 47  |
| 5.3.1 | Encuesta.....                                    | 47  |
| 5.3.2 | Población y Muestra.....                         | 48  |
| 5.4   | ANÁLISIS DE LOS DATOS DEL CUESTIONARIO.....      | 50  |
| VI.   | ANÁLISIS DE DATOS POR DIMENSIÓN .....            | 74  |
| 6.1   | Dimensión 1: .....                               | 74  |
| 6.2   | Dimensión 2 .....                                | 75  |
| 6.3   | Dimensión 3 .....                                | 76  |
| 6.4   | Dimensión 4 .....                                | 77  |
| 6.5   | Dimensión 5 .....                                | 78  |
| 6.6   | Análisis del Total de las Dimensiones.....       | 79  |
| VII.  | PROPUESTA DE ESTRATEGIAS POR DIMENSIÓN.....      | 81  |
| 7.1   | Dimensión 1: Elementos Tangibles .....           | 82  |
| 7.2   | Dimensión 2: Capacidad de Respuesta .....        | 85  |
| 7.3   | Dimensión 3: Confiabilidad .....                 | 89  |
| 7.4   | Dimensión 4: Empatía.....                        | 92  |
| 7.5   | Dimensión 5: Seguridad.....                      | 95  |
| 7.6   | PRESUPUESTO.....                                 | 99  |
|       | CONCLUSIONES .....                               | 103 |
|       | RECOMENDACIONES .....                            | 104 |
|       | ANEXOS.....                                      | 106 |
|       | BIBLIOGRAFÍA .....                               | 115 |