

**PLAN DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LÍNEA DE
HELADOS COLOMBINA PARA LA EMPRESA PUYO S.A DE LA CIUDAD DE
SAN JUAN DE PASTO
(Resumen Analítico)**

***CUSTOMER SERVICE IMPROVEMENT PLAN IN THE COLOMBINA ICE
CREAM LINE FOR THE COMPANY PUYO S.A. OF THE CITY OF SAN JUAN DE
PASTO
(Analytical Summary)***

Autores (*Authors*): ACHICANOY CHAVES, Angie Esperanza; DE LA CRUZ
VILLOTA, Diana Marcela.

Facultad (*Faculty*): Ciencias Contables, Económicas y Administrativas.

Programa (*Program*): Administración de Negocios Internacionales.

Asesor (*Support*): JESÚS ANDRÉS VILLOTA RAMÍREZ.

Fecha de terminación del estudio (*End of the research*): noviembre 2024.

Modalidad de Investigación (*Kind of research*): Monografía.

PALABRAS CLAVE:

PLAN DE MEJORAMIENTO
SERVICIO AL CLIENTE
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
FIDELIZACIÓN
EMPRESA PUYO S.A.

KEYWORDS:

IMPROVEMENT PLAN
CUSTOMER SERVICE
CUSTOMER SATISFACTION
LOYALTY
PUYO S.A. COMPANY

RESUMEN: La investigación presentada en el trabajo de grado titulado Plan de mejoramiento del servicio al cliente en la línea de helados Colombina para la empresa Puyo S.A de la ciudad de San Juan de Pasto, aborda la importancia del servicio al cliente como un factor clave para el éxito empresarial, destacando su papel en la satisfacción y fidelización de los clientes. Un servicio de calidad no solo incrementa la posibilidad de que los clientes repitan sus compras, sino que también los convierte en embajadores de la marca. En un mercado competitivo, la

gestión efectiva del servicio al cliente se convierte en un diferenciador crucial que va más allá de la transacción, ayudando a las empresas a construir relaciones sólidas con sus clientes y a destacar frente a la competencia.

El estudio se enfoca en la empresa Puyo S.A., una distribuidora de productos de consumo masivo con una trayectoria de más de 70 años en la región, que se ha consolidado como un actor importante en la comercialización de productos como los helados Colombina. La investigación tiene como objetivo principal mejorar el servicio al cliente de esta línea de helados en la ciudad de San Juan de Pasto, identificando las estrategias y acciones necesarias para aumentar la satisfacción de los consumidores y fortalecer la fidelidad a la marca. A través de un análisis exhaustivo de la situación actual de la empresa y la caracterización de sus clientes, se busca establecer un plan de mejora que permita a Puyo S.A. destacarse en un mercado altamente competitivo.

El proyecto se estructura en tres partes: en la primera, se aborda el diagnóstico del servicio al cliente en la línea de helados Colombina, incluyendo la medición de la satisfacción del cliente y la identificación de los momentos clave en el ciclo de servicio. En la segunda, se presenta el marco teórico que sustenta la investigación, destacando teorías y metodologías sobre la cultura del servicio, el triángulo del servicio y la medición de la satisfacción. Finalmente, la tercera parte describe la metodología de investigación utilizada, basada en un enfoque cuantitativo y descriptivo, y detalla los instrumentos de recolección de datos y el proceso de análisis. Este enfoque integral busca proporcionar soluciones efectivas para mejorar la experiencia del cliente en la empresa.

ABSTRACT: *The research presented in the degree thesis entitled Customer service improvement plan for the Colombina ice cream line for the company Puyo S.A. of the city of San Juan de Pasto, addresses the importance of customer service as a key factor for business success, highlighting its role in customer satisfaction and loyalty. Quality service not only increases the possibility of customers repeating their purchases, but also turns them into brand ambassadors. In a competitive market, effective customer service management becomes a crucial differentiator that goes beyond the transaction, helping companies build strong relationships with their customers and stand out from the competition.*

The study focuses on the company Puyo S.A., a distributor of consumer products with a history of more than 70 years in the region, which has established itself as an important player in the marketing of products such as Colombina ice cream. The main objective of the research is to improve customer service for this ice cream line in the city of San Juan de Pasto, identifying the strategies and actions necessary to increase consumer satisfaction and strengthen brand loyalty. Through an exhaustive analysis of the current situation of the company and the characterization of its customers, an improvement plan is sought to allow Puyo S.A. to stand out in a highly competitive market.

The project is structured in three parts: the first addresses the diagnosis of customer service in the Colombina ice cream line, including the measurement of customer satisfaction and the identification of key moments in the service cycle. The second presents the theoretical framework that supports the research, highlighting theories and methodologies on service culture, the service triangle, and satisfaction measurement. Finally, the third part describes the research methodology used, based on a quantitative and descriptive approach, and details the data collection instruments and the analysis process. This comprehensive approach seeks to provide effective solutions to improve the customer experience in the company.

CONCLUSIONES: Puyo S.A., con más de 70 años de experiencia, se ha destacado como una de las principales distribuidoras de productos de consumo masivo en Nariño y Putumayo, especialmente en la comercialización de helados Colombina. Este logro se atribuye a su habilidad para formar alianzas estratégicas y su enfoque en ofrecer un servicio al cliente de calidad. Sin embargo, la investigación ha identificado áreas críticas que requieren atención para mantener su competitividad en un mercado dinámico. Entre los principales problemas destacan la desactualización de las rutas de distribución, el aumento en las peticiones, quejas y reclamos (PQR), la ausencia de protocolos de atención claros y la falta de coordinación entre equipos. Estos factores han generado insatisfacción en los clientes y afectado negativamente la percepción de la empresa.

El servicio al cliente de Puyo S.A. ha sido un pilar de su éxito, pero su deterioro representa una amenaza significativa para su posición en el mercado. La falta de caracterización de su perfil de cliente y una supervisión insuficiente han resultado en experiencias negativas que pueden perjudicar la fidelidad de los consumidores. Si estos problemas no son abordados con prontitud, la empresa corre el riesgo de perder su ventaja competitiva, lo que afectaría tanto sus ingresos como su sostenibilidad a largo plazo.

En conclusión, el fortalecimiento del servicio al cliente no solo solucionará los problemas actuales de Puyo S.A., sino que también contribuirá a su crecimiento sostenido. Este esfuerzo permitirá consolidar su posición como líder en la distribución de helados Colombina y asegurar la satisfacción y fidelidad de sus consumidores.

CONCLUSIONS: *Puyo S.A., with more than 70 years of experience, has stood out as one of the main distributors of consumer products in Nariño and Putumayo, especially in the marketing of Colombina ice cream. This achievement is attributed to its ability to form strategic alliances and its focus on offering quality customer service. However, research has identified critical areas that require attention to maintain its competitiveness in a dynamic market. Among the main problems are the outdated distribution routes, the increase in requests, complaints and claims*

(PQR), the absence of clear service protocols and the lack of coordination between teams. These factors have generated customer dissatisfaction and negatively affected the perception of the company.

Puyo S.A.'s customer service has been a pillar of its success, but its deterioration represents a significant threat to its position in the market. The lack of characterization of its customer profile and insufficient supervision have resulted in negative experiences that can harm consumer loyalty. If these problems are not addressed promptly, the company risks losing its competitive advantage, which would affect both its revenues and its long-term sustainability.

In conclusion, strengthening customer service will not only solve Puyo S.A.'s current problems, but will also contribute to its sustained growth. This effort will allow it to consolidate its position as a leader in the distribution of Colombina ice cream and ensure the satisfaction and loyalty of its consumers.

RECOMENDACIONES: Para que Puyo S.A. mejore significativamente su servicio al cliente, es fundamental implementar un enfoque estructurado y proactivo. Primero, se recomienda llevar a cabo un programa continuo de investigación de mercados para monitorear la satisfacción de los clientes y analizar las tendencias del sector. Este análisis debe basarse en encuestas, entrevistas y estudios de la competencia, permitiendo detectar cambios en las expectativas del cliente y ajustarse a sus necesidades de manera oportuna. Esta estrategia asegurará que la empresa mantenga su ventaja competitiva y minimice las quejas al mejorar de forma continua sus servicios.

Además, la creación de un departamento especializado en la gestión de peticiones, quejas y reclamos (PQR) es clave para canalizar las inquietudes de los clientes de manera eficiente. Un sistema centralizado y formalizado permitirá rastrear y resolver problemas rápidamente, identificando patrones para implementar soluciones preventivas. Este enfoque también fortalecerá la confianza del cliente en la capacidad de respuesta de la empresa.

Asimismo, es esencial que la empresa desarrolle un plan de mejoramiento continuo como parte de su estrategia corporativa. Este debe liderarse desde la gerencia, asignando recursos específicos y garantizando que el servicio al cliente sea una prioridad organizacional. Revisar y actualizar periódicamente este plan permitirá mantener la competitividad y adaptarse a los cambios del mercado.

Finalmente, se sugiere realizar evaluaciones constantes con los clientes finales para medir su percepción sobre la calidad del producto y el servicio. La retroalimentación obtenida permitirá ajustar las estrategias de la empresa y garantizar que los helados Colombina sigan destacándose por su calidad y relación precio-valor.

RECOMMENDATIONS: *In order for Puyo S.A. to significantly improve its customer service, it is essential to implement a structured and proactive approach. First, it is recommended to carry out an ongoing market research program to monitor customer satisfaction and analyze industry trends. This analysis should be based on surveys, interviews, and competitor studies, allowing it to detect changes in customer expectations and adjust to their needs in a timely manner. This strategy will ensure that the company maintains its competitive advantage and minimizes complaints by continuously improving its services.*

In addition, the creation of a department specialized in the management of requests, complaints, and claims (PQR) is key to channeling customer concerns efficiently. A centralized and formalized system will allow problems to be tracked and resolved quickly, identifying patterns to implement preventive solutions. This approach will also strengthen customer confidence in the company's responsiveness.

It is also essential that the company develops a continuous improvement plan as part of its corporate strategy. This plan must be led by management, allocating specific resources and ensuring that customer service is an organizational priority. Periodically reviewing and updating this plan will allow you to maintain competitiveness and adapt to market changes.

Finally, it is suggested to carry out constant evaluations with end customers to measure their perception of product and service quality. The feedback obtained will allow you to adjust the company's strategies and ensure that Colombina ice creams continue to stand out for their quality and price-value ratio.