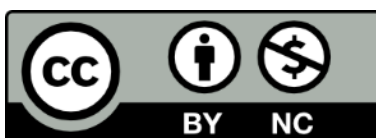


CONSULTORIA EMPRESARIAL
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA EN EL AREA DE SERVICIOS DE
LA EMPRESA TACAY NATURAL OILS DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO



DANIEL ESTEBAN GIRALDO ALVAREZ
PABLO NICOLAS ROLDAN NUÑEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2021

CONSULTORIA EMPRESARIAL
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA EN EL AREA DE SERVICIOS DE
LA EMPRESA TACAY NATURAL OILS DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO

DANIEL ESTEBAN GIRALDO ALVAREZ
PABLO NICOLAS ROLDAN NUÑEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en negocios
internacionales

Asesor

Mg. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ
Profesional en Relaciones Internacionales
Magister en Historia

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2021

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

El presente trabajo denominado CONSULTORÍA EMPRESARIAL de la empresa TACAY NATURAL OILS es responsabilidad de los autores y no compromete a la UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS.

Agradezco a la universidad, a mis padres y a mi tía por apoyarme en el transcurso de mi carrera, y de poder lograr así mi sueño de graduarme profesionalmente.

PABLO ROLDAN

Doy gracias a Dios por guiarme y darme la sabiduría de terminar de manera correcta mi carrera.

A mi familia por apoyarme y facilitarme los recursos para poder lograr mis sueños realidad.

DANIEL GIRALDO

Contenido

Introducción	8
Objetivos	9
Objetivos específicos:	9
Tema, Descripción y Metodología de la Consultoría	10
Identificar los factores que se involucran en el servicio de la Cia.....	11
Clientes:	11
Tercerización:	13
Oscar Martínez y medios digitales:.....	14
Call center:	15
Solicitar organigrama de la compañía y manual de funciones de los cargos de Calidad del Servicio y Servicio al Cliente.....	17
Solicitar si existe el cronograma de capacitación a las áreas Comercial y logística aplicada en el 2020 y el que se piensa desarrollar en el 2021.....	19
Establecer todos los factores necesarios que requiere la compañía para prestar su servicio	20
Conclusiones y Recomendaciones	22
Referencias.....	23

Lista de tablas

Tabla 1. Etapa de relación cliente empresa. Tercerización	12
Tabla 2. Nivel de Satisfacción.....	12
Tabla 3 Etapa de relación cliente empresa. Medios digitales.....	14
Tabla 4. Nivel de Satisfacción.....	14
Tabla 5 Etapa de relación cliente empresa. Call center.....	15
Tabla 6. Nivel de Satisfacción.....	15

Lista de tablas

Figura 1. Organigrama.....	17
Figura 2. Capacidad de producción.....	19

Resumen

La empresa Tacay Natural Oils es una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos cosméticos y alimentos del cacay e hizo parte de la asesoría empresarial debido a que vio la necesidad de realizar un diagnóstico en el área de servicio al cliente a causa de diversas fallas presentadas en la relación con los grupos de interés de la empresa. Para llevar a cabo este diagnóstico de manera correcta y efectiva se contó con la ayuda del gerente y director comercial, el señor Oscar Martínez, y la asesora comercial, la señora Ingrid Velásquez, quienes cooperaron con información clave de la empresa que permitió que la consultoría empresarial se llevara a cabo de la mejor manera.

El proceso de consultoría empresarial como opción de grado fue organizado por la facultad de negocios internacionales de la universidad Santo Tomas sede Villavicencio, quienes bajo el amparo de la cámara de comercio contactaron diversas empresas de la región que permitieron dar inicio a esta asesoría por parte de los estudiantes y con la supervisión de docentes encargados por la universidad.

Palabras claves: Empresa, proceso, diagnostico, servicio, plan, objetivos, estrategias, gestión, indicadores, call center, tercerización, clientes, encuestas, sondeos, bases de datos.

Introducción

El presente trabajo trata puntos referentes al manejo de servicio al cliente desarrollado por la empresa Tacay Natural Oils durante su tiempo de funcionamiento y como podría mejorar este a futuro, poniendo en práctica diferentes conceptos relacionados con el servicio empresarial, tales como servucción y triangulo del servicio, con el propósito de mejorar la atención al cliente.

Para realizar el correcto diagnóstico de la empresa y posibles soluciones a diversos problemas de la misma, se desarrollaron cinco puntos clave, en los cuales en los primeros de ellos se realizó, por medio de encuestas, matrices en la herramienta Excel y utilizando la teoría del triángulo, un análisis de como se había comportado el servicio al cliente en Tacay Natural Oils y el porqué de algunos resultados adversos para la empresa. En los puntos cuatro y cinco, se valoran los factores que requiere la empresa para tener una atención al cliente que sea idónea para su público objetivo y como puede funcionar de la manera correcta.

Las estrategias utilizadas en el desarrollo del diagnóstico, tiene como soporte decenas de investigaciones realizadas a la empresa y los clientes, como también material teórico suministrado por Tacay Natural Oils, lo cual nos permite identificar correctamente las necesidades de la compañía para así implementar una planificación con diversos métodos que nos confiere el conocimiento para establecer que está fallando en la empresa y cuales políticas son necesarias para el mejoramiento de la compañía.

Objetivos

Objetivo General

- Realizar una asesoría empresarial a la compañía Tacay Natural Oils que permita efectuar un diagnóstico real para saber en qué condición se encuentra la empresa en el área de gestión de servicio al cliente ya partir de ahí crear diversas estrategias que permitan el mejoramiento en la comunicación entre cliente y empresa.

Objetivos específicos

- Definir qué elementos han sido utilizados por la compañía y como estos han afectado el funcionamiento en el área de servicio al cliente.
- Evaluar por medio de encuestas desde el punto de vista de los clientes cómo ha evolucionado la atención al cliente en Tacay Natural Oils y cuales herramientas creen que han funcionado.
- Buscar diversas estrategias que incluyan factores teóricos y prácticos que se puedan aplicar a la compañía y que permitan adelantar a la compañía en el área establecida.
- Mostrar al empresario el diagnóstico realizado y todas las estrategias implementadas.

Tema, Descripción y Metodología de la Consultoría

Bajo la supervisión del empresario Oscar Martínez se decidió que la consultoría empresarial sería netamente del tema de gerencia del servicio al cliente, esto debido a que el, como dueño de la empresa, notaba ciertas falencias en esta área de la compañía.

Esta asesoría está basada en la metodología investigativa, en la que se aplicaron métodos cuantitativos y cualitativos, ya que inicialmente se recopiló información por medio de encuestas realizadas a los clientes de la empresa que se tabularon en diversas tablas de la herramienta Excel, esto permitió empezar a hacer un análisis por medio de un balance logístico que poco a poco nos fue arrojando cuales eran debilidades y fortalezas de la empresa.

Esta investigación se llevó a cabo en todas las áreas de la compañía, y permitió tener un contacto directo con los clientes de la empresa, con lo cual cada uno de ellos manifestó sus sugerencias y recomendaciones que tenían para hacer hacia Tacay Natural Oils, estos resultados fueron consolidados, analizados y en base a estos se identificaron las herramientas necesarias para prestar un excelente servicio.

Identificar los factores que se involucran en el servicio de la Cia

A raíz de las crisis vividas anteriormente por pérdidas de cliente en consecuencia de un mal servicio al cliente, la empresa Tacay – Natural Oils ha incluido estos factores para mejorar la calidad de su servicio:

Clientes

Con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes de manera correcta, la empresa Tacay - Natural Oils, segmenta este factor de la siguiente manera:

Distribuidores: En este segmento se encuentran droguerías, tiendas naturistas y de belleza, supermercados, restaurantes y hoteles, el objetivo con este segmento es vender productos al por mayor de acuerdo a las necesidades de cada una de ellas. Al manejar productos cosméticos y de alimentación, el mercado potencial de Tacay – Natural Oils se expande y esto crea clientes potenciales en la región y a nivel nacional.

Consumidores finales: En este segmento se encuentran las personas que pueden acceder a los productos comprando directamente a la empresa Tacay – Natural Oils a través de la tienda virtual y demás medio digitales, en este aspecto cabe destacar que queda mucho por avanzar en la atención al cliente de manera física.

Estrategia: La estrategia de Tacay – Natural Oils para prestar un buen servicio al cliente este fundamentado en el mejoramiento de los procesos de transformación, así como en la determinación de las condiciones más adecuadas de conservación con el fin de ofrecer a los clientes unos productos de óptimas características. Este proceso está sustentado por un Programa de capacitación integral y continua de nuestros colaboradores, la estricta observancia de las BPM, la aplicación de análisis de laboratorio, el seguimiento y control durante todos los procesos para garantizar la inocuidad y excelente calidad de los productos, así como la seguridad industrial en cada una de las operaciones realizadas.

Personal: El área del personal de la empresa Tacay – Natural Oils es reducido, por eso desde su dueño hasta los operarios de la planta están comprometidos con hacer cumplir las estrategias planteadas y desarrollar un óptimo servicio al cliente que de la misma manera permita una gran expansión de la compañía. Una atención veloz y eficaz que permita la resolución de

dudas y el trato amable con los clientes a través de los medios digitales es el objetivo a cumplir por parte de la empresa.

Sistemas: Los sistemas determinan en Tacay – Natural Oils la forma de trabajo, por eso, el sistema gerencial rige por encima de los demás, este sistema está manejando por Oscar Martínez, quien es dueño y presidente de la empresa y él es quien toma las decisiones respecto al manejo del servicio al cliente y por eso las normas y procedimientos dependen estrictamente de él.

Otro sistema muy importante es el sistema técnico Tacay - Natural Oils cuenta con una planta de Procesamiento, la cual está dotada con la infraestructura y la maquinaria requerida para el total aprovechamiento de la producción de productos y subproductos, y también entre sus proyectos está en tener un call center para atender todas las solicitudes de manera inmediata. Hacer recopilación de los instrumentos aplicados en los últimos 6 o 12 meses para medir su relación con el cliente y desarrollar una matriz en Excel para su análisis

En los últimos 6 meses la empresa Tacay Natural Oils ha pasado por 3 etapas en su relación con los clientes, la primera de ellas fue el proceso de tercerización de su servicio al cliente, la segunda fue cuando el señor Oscar Martínez decidió asumir por sí solo el servicio al cliente de la compañía por medio de WhatsApp y redes sociales, y la tercera y última es el proceso de la pronta implementación de un call center. Para poder analizar esta relación cliente-empresa por medio de los diferentes instrumentos aplicados, se le preguntó a cinco tiendas naturistas ubicada en la ciudad de Villavicencio que son clientes de la empresa como calificaban de 1 a 5 la experiencia en cada una de las etapas y cuál era su nivel de satisfacción.

Tercerización

Tabla 1. Etapa de relación cliente empresa. Tercerización

Etapa de relación cliente empresa	Nro.	Cliente	Calificación	Puntaje
Tercerización	1	Naturista el limonar	Muy Malo	1
	2	Naturista girasoles del llano	Malo	2
	3	Natural light	Malo	2
	4	Salud y vida	Muy Malo	1
	5	La ortiguita	Muy Malo	1
Calificación			1,4	
Nivel de satisfacción			Muy Malo	

Nota. Por Giraldo & Roldan , 2021

Tabla 2. Nivel de Satisfacción

Nivel de Satisfacción				
Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
x				
	x			
	x			
x				
x				

Nota. Adaptado de (Tacay Natural Oils, 2021)

El principal error de la empresa Tacay Natural Oils fue tercerizar su servicio al cliente y dejarlo en manos de un grupo de personas que no conocían el objetivo de la empresa y no supo mantener la relación con sus clientes. Estas cinco tiendas naturistas evaluaron con el puntaje más bajo la relación en ese entonces y calificaron como muy malo su nivel de satisfacción, esto a causa de que los encargados del servicio al cliente no volvieron a responder las solicitudes, inquietudes y pedidos de producto, esto tuvo como consecuencia que alguna de ellas como la tienda naturista el Limonar llegara a pensar que la compañía se había disuelto. Así como ellos, hubo decenas de clientes que no se les presto ningún tipo de servicio y buscaron otras opciones, provocando de esa manera el descenso de las ventas de la empresa y una gran crisis económica en la misma.

Oscar Martínez y medios digitales:*Tabla 3 Etapa de relación cliente empresa. Medios digitales*

Etapa de relación cliente empresa	Nro.	Cliente	Calificación	Puntaje
Oscar Martínez, WhatsApp y redes sociales	1	Naturista el limonar	Bueno	4
	2	Naturista girasoles del llano	Regular	3
	3	Natural light	Bueno	4
	4	Salud y vida	Bueno	4
	5	La ortiguita	Muy Bueno	5
			Calificación	4
		Nivel de satisfacción	Bueno	

Nota. Por Giraldo & Roldan , 2021

Tabla 4. Nivel de Satisfacción

Nivel de Satisfacción				
Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
			x	
		x		
			x	
			x	
				x

Nota. Por Giraldo & Roldan , 2021

Al momento que el señor Oscar Martínez, gerente y director comercial de Tacay Natural Oils, se percató del error cometido y todas las consecuencias negativas que vinieron a raíz de esto, decidió asumir el servicio al cliente a través de medios digitales. La estrategia utilizada para recuperar todos los clientes perdidos fue establecer comunicación directa con ellos y ofrecer de nuevo los productos de la compañía, esto fue muy bien recibido por todos los clientes quienes decidieron volver a confiar en la compañía y adquirir de nuevo los productos. Las cinco empresas encuestadas dieron un balance positivo de este instrumento utilizado para mejorar la relación cliente – empresa y dieron como bueno su nivel de satisfacción. De esta etapa podemos analizar que no se alcanzó el nivel máximo de satisfacción en los clientes debido a que la empresa tiene el

80% de las tiendas naturistas en el departamento como clientes y tan solo había una persona atendiendo todas las solicitudes de todas ellas, esto provoco demoras en el servicio y por eso la tienda naturista Girasoles del llano califico como regular el nivel de servicio prestado.

Call center

Tabla 5 Etapa de relación cliente empresa. Call center

Etapa de relación cliente empresa	Nro.	Cliente	Calificación	Puntaje
Call center	1	Naturista el limonar	Muy Bueno	5
	2	Naturista girasoles del llano	Muy Bueno	5
	3	Natural light	Muy Bueno	4
	4	Salud y vida	Muy Bueno	5
	5	La ortiguita	Muy Bueno	5
Calificación			4.8	
Nivel de satisfacción			Muy Bueno	

Nota. Por Giraldo & Roldan , 2021

Tabla 6. Nivel de Satisfacción

Nivel de Satisfacción				
Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
				X
				X
			X	
				X
				X

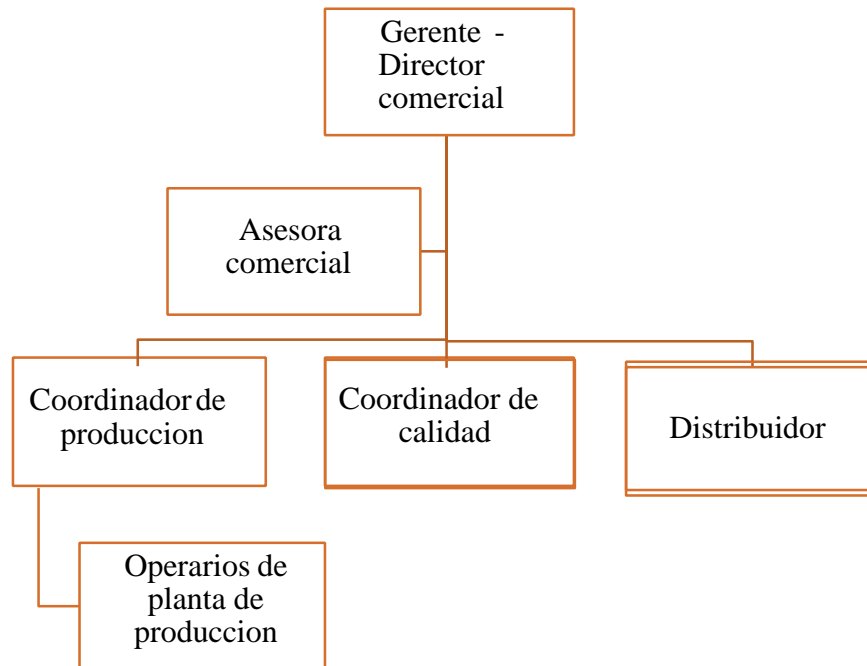
Nota. Por Giraldo & Roldan , 2021

El call center es un instrumento que esta próximo a ser aplicado en el servicio de la empresa Tacay Natural Oils, de este podemos analizar que será la manera mas efectiva de atender a los cientos de clientes que tiene la empresa, la principal ventaja será que el señor Oscar Martínez tendrá control total sobre este y tendrá día a día los reportes consolidados de la relación con cada empresa. El mayor beneficio que tendrá implementar este sistema, es que no solo se prestara un

servicio de venta a los clientes ya establecidos, sino que se podrán buscar nuevas relaciones comerciales que permitan alcanzar nuevos clientes a nivel nacional, aparte, también se podrá dar un servicio post venta que permitirá prestar un mejor soporte a los clientes.

Solicitar organigrama de la compañía y manual de funciones de los cargos de Calidad del Servicio y Servicio al Cliente

Figura 1. Organigrama



Nota. Adaptado de Oscar Martínez, Director Tacay Natural, Giraldo & Roldan , 2021

En el área de servicio al cliente y de calidad de servicio el actual organigrama nos muestra que estas funciones están a cargo del director comercial, Oscar Martínez, y la asesora comercial Ingrid Velásquez, al momento de la implementación del call center, este estará a cargo de estas dos personas y se ha diseñado el siguiente manual de funciones:

- ✓ Supervisar la consecución y mantenimiento de nivel de calidad y satisfacción de clientes
- ✓ Planificar, organizar, priorizar y delegar las tareas para garantizar la calidad de servicio ofrecida al cliente.
- ✓ Coordinar proyectos e iniciativas vinculadas a la atención al cliente.
- ✓ Seguimiento de las operaciones diarias del equipo de atención al cliente.
- ✓ Apoyar al equipo en el cumplimiento de las tareas del equipo de atención al cliente.
- ✓ Implementación de políticas y procesos vinculadas con la atención al cliente.

- ✓ Supervisar y apoyar al equipo en el cumplimiento de las tareas del equipo de atención al cliente.
- ✓ Comunicar a los departamentos y equipos de la empresa implicados el enfoque estratégico de la atención al cliente de la compañía.
- ✓ Revisar y evaluar los puntos de contacto con el cliente.
- ✓ Supervisión y apoyo en la resolución de las quejas de los clientes.
- ✓ Supervisar la resolución de las quejas de los clientes.
- ✓ Gestionar y apoyar la resolución de las incidencias complejas que se hayan escalado.
- ✓ Implementar estrategias para mejorar la calidad, la productividad y el rendimiento del servicio.
- ✓ Apoyo en la comunicación e implementación de políticas y procesos vinculadas con la Atención al Cliente.
- ✓ Supervisar la consecución y mantenimiento de nivel de calidad y satisfacción de clientes.
- ✓ Monitorizar y reportar la información obtenida durante el proceso.
- ✓ Analizar los datos relevantes y determinar outputs del servicio de atención al cliente.
- ✓ Detectar oportunidades y necesidades de información, obtenidas y monitorizadas desde la atención al cliente, de otros departamentos.
- ✓ Definir los reportes para cada área en función de sus necesidades de información. (Tacay Natural Oils, 2021)

Solicitar si existe el cronograma de capacitación a las áreas Comercial y logística aplicada en el 2020 y el que se piensa desarrollar en el 2021

En años anteriores la empresa Tacay – Natural Oils ha sido manejada en todas las áreas por su dueño, el señor Oscar Martínez ha desarrollado solo el área comercial y logística, por eso, anteriormente no se ha desarrollado algún cronograma de capacitaciones en ninguna área de la compañía, esto ha traído diversos problemas de los cuales es consciente el dueño de la empresa.

Para el año 2021, se planea contratar personal que permita delegar funciones, en el área comercial se proyecta llegar a 300 distribuidores a nivel regional, esto incluye el departamento del Meta, Vichada, Casanare y Arauca, esto será respaldado por los siguientes niveles de producción

Figura 2. Capacidad de producción

AÑO	CAPACIDAD PRODUCCIÓN
2019	500
2020	1.500
2021	3.000
2022	8.000
2023	18.000
2024	25.000
2025	34.000
2026	67.500
2027	80.000

Nota. Adaptado de (Tacay Natural Oils, 2021)

En el área logística, se tiene como objetivo poder tener un call center que permita una interacción en tiempo real con el cliente y atender todo tipo de solicitudes de los grupos de interés, se planea de igual forma ampliar el sistema de envío de la compañía.

Cuando todo lo nombrado anteriormente se consolide, se empezarán con las capacitaciones para cada área, el objetivo primordial es contratar el personal idóneo para cada función asignada, y a partir de allí se avanzará a partir de junio del 2021 en el desarrollo de cada una de estas.

Establecer todos los factores necesarios que requiere la compañía para prestar su servicio

La servucción en la empresa Tacay Natural Oils tiene como objetivo ordenar sistemáticamente todos los elementos físicos y humanos que se generan en la relación entre cliente y empresa, la cual nos indicara de qué manera estamos prestando el servicio al cliente. Entre los elementos de la servucción se encuentran el cliente, el soporte físico, el personal que tiene contacto directo con el cliente y como resultado de la interacción de estos está el servicio. (Pava, 2020).

Tacay Natural Oils cometió la equivocación de tercerizar su servicio al cliente, es decir, todos sus clientes quedaron en manos de una distribuidora, en la cual no tenían control ni sabían cómo manejaban las relaciones con los clientes. Al paso del tiempo la empresa empezó a notar que disminuyeron sus ventas, y al contactar directamente con los clientes se dieron cuenta que muchas solicitudes no fueron atendidas y muchos pedidos no fueron realizados, tanto así que se llegó a pensar que la empresa había dejado de funcionar. Partiendo de lo anterior, consideramos que los siguientes factores son necesarios para prestar un óptimo servicio al cliente en Tacay Natural Oils:

El primer objetivo de la empresa debe ser enfocarse en la satisfacción del cliente, para esto es necesario conocer que espera el cliente de la empresa o producto, sus gustos y preferencias, y a partir de allí diseñar el producto y el servicio necesario para cumplir estas expectativas. Tacay Natural Oils necesita implementar un call center especializado, que no solo este a cargo de recibir inquietudes y solicitudes de productos, sino que esté preparado para realizar un servicio postventa que incluya elementos de evaluación y medida que permitan conocer si el cliente fue realmente satisfecho con el producto y servicio prestado por la compañía. De esta manera se puede realizar un proceso de fidelización que permita la retención de clientes.

En el factor externo, la empresa Tacay Natural Oils, tiene grandes falencias en el soporte físico, ya que, como lo nombramos anteriormente, su modelo de negocio se basa en dos segmentos de clientes, las distribuidoras y los clientes directos, y para estos últimos no hay una tienda física propia de la empresa que permita tener una experiencia directa con los trabajadores de la empresa ni existen los medios de distribución correctos, aparte de eso, anteriormente se tercerizo el servicio al cliente y muchas de las solicitudes hechas por clientes directos no fueron atendidas y la empresa los perdió. Creo que el factor importante en este punto es que exista un punto físico en la ciudad

que permita la interacción directa entre cliente-empresa y esto se convierta en una experiencia positiva para el mismo. Con base en esto, se debe preparar personal en el área de atención y distribución, que conozca la empresa y el producto, que tenga sentido de pertenencia por la empresa y se desarrolle la amabilidad en ellos para que la empresa finalmente alcance altos niveles de servicio que conlleven al avance y expansión de la empresa que se quiere.

Conclusiones y Recomendaciones

Al terminar este trabajo analizamos todas las herramientas teóricas utilizadas, vimos la importancia en el ámbito laboral de la teoría del triángulo del servicio y procesos como servucción y como estas son necesarias para desarrollar el ámbito del servicio en una empresa.

Usando como base las herramientas nombradas anteriormente y los diferentes métodos de investigación utilizados, se evidenciaron las falencias internas y externas que tenía la empresa, y bajo estas mismas se construyó la base para desarrollar mejores estrategias que provocara los cambios en los aspectos afectados, tales como la demora del servicio, la falta de respuesta en el momento apropiado y el nulo servicio post venta.

De acuerdo al diagnóstico realizado se ha concluido que los factores propuestos para mejorar son viables logística y económicamente para la empresa Tacay Natural Oils, debido a que esto entra en los planes de expansión de la compañía, ayudara a que los errores cometidos anteriormente no se repitan y los clientes se sientan con una relación más estrecha con la empresa.

Recomendamos realizar capacitaciones periódicas en todas las áreas de la empresa, esto ayudará a mejorar el desempeño de los empleados y a mantener el crecimiento exponencial de Tacay Natural Oils. También es necesario hacer que los clientes conozcan de los nuevos productos que ha lanzado la compañía, ya sea materia prima, cosméticos o alimentos, esto provocara que se sientan cercanos a la empresa aumentara su nivel de satisfacción.

Expandir la empresa a los demás departamentos de la región es necesario y es un objetivo primordial, pero desarrollar un propio centro físico, en el cual se tenga contacto directo con el cliente debe ser prioridad para la compañía.

Referencias

Giraldo, D., & Roldan , P. (25 de Marco de 2021). Servicio al cliente Tacay.

Pava, J. (2020). *Fundamentos del servicio al cliente*.

Tacay Natural Oils. (2021). *Manual de servicios*.

Tacay Natural Oils. (2021). *Tacay*. Obtenido de <https://tacay.co/nosotros>