

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como finalidad crear una estrategia de servicio al cliente que garantice la resolución de más del 80% de las peticiones, quejas y reclamos en un plazo máximo de 5 días hábiles, para mejorar significativamente la experiencia poscompra de los clientes, se realizaron revisiones diarias de las PQRS presentadas por los clientes por los canales de Instagram, Facebook y correo electrónico, además se tuvieron en cuenta los comentarios y puntuaciones de la plataforma de domicilios Rappi, donde se evidenció que la mayor cantidad de disgustos son por inconformidades con el servicio recibido por parte del personal del restaurante. Otros problemas identificados incluyen la presencia de objetos no deseados dentro de la comida, así como, descontentos con la cantidad servida y errores en los pedidos, como productos incompletos o incorrectos, de esta manera se consiguió analizar meticulosamente la situación actual de las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) a fin de, implementar un plan de seguimiento para los clientes que presentan peticiones, quejas, reclamos o sugerencias (PQRS), con el propósito de brindar soluciones personalizadas que promuevan la recompra y fidelización de los clientes para finalmente desarrollar un sistema de indicadores clave (KPIs) para medir la eficacia en la resolución de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.

**Palabras clave:** Servicio de postventa, PQRS, Experiencia de compra, Servicio al cliente.