

La influencia de la recuperación del servicio en el comportamiento de los consumidores en las ciudades de Puebla y Querétaro

Mariana Alfaro Cendejas
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
mariana.alfaro@upaep.edu.mx

Resumen

Todo acto en la vida de los seres humanos tiene consecuencias. En el ámbito del comportamiento del consumidor y en la gestión comercial, cualquier equivocación en la entrega de la promesa de valor de una empresa hacia su cliente puede tener amplias y negativas repercusiones para su relación futura.

En el presente documento se plasman los resultados de una investigación realizada en las ciudades de Puebla y Querétaro, relacionada con la influencia de la recuperación del servicio de una marca en el comportamiento de sus consumidores. El objetivo es identificar, desde la perspectiva del cliente, las implicaciones negativas de una mala recuperación del cliente y su efecto en el comportamiento de consumo. Asimismo, conocer cuáles son los principales factores asociados con la fidelización de los clientes que se ven afectados luego de que una empresa comete una equivocación en la entrega de su servicio y la manera en que afronta las consecuencias.

Palabras clave

Recuperación del servicio, influencia, fidelización.