



## **Evaluación de las empresas comerciales en la zona centro del estado de Veracruz en calidad y servicio al cliente.**

Humberto Güemes Medina<sup>1</sup>, Rigoberto Hernández Cortés<sup>2</sup>, Juan Jorge Galán García<sup>2</sup>, Alejandro Lara Rivera<sup>2</sup> y Roció Enríquez Corona<sup>2</sup>

1 UNIVERSIDAD VERACRUZANA, 2 uv. humbertoguemes@hotmail.com

El propósito de esta investigación es analizar la importancia que tienen las empresas comerciales en la zona centro del estado de Veracruz, en la ciudad de Orizaba, y cómo visualizan su calidad en el servicio.

Se utilizó una metodología descriptiva, con enfoque mixto, las técnicas de recolección de la información fueron la entrevista y encuesta. Para evaluar la calidad en el servicio se utilizaron cinco variables: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; estas variables son del modelo de Servqual.

Como resultado se obtuvo que en la dimensión de empatía, es un área de oportunidad que se debe abordar, ya que hay que mejorar en la preocupación por el cliente, comprender sus necesidades y expectativas, si se realizan y aplican propuestas de mejora en esta dimensión, las empresas comerciales tendrán mejores oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Los resultados por dimensiones fueron:

- En la dimensión de elementos tangibles sus fortalezas en las empresas comerciales son las instalaciones físicas y la distribución de sus productos.
- En la fiabilidad, se puede concluir que hay un buen servicio, tiempo de entrega, e información.
- Encapacidad de respuesta sí se orienta a los clientes sobre su compra y el tiempo de conclusión del servicio es de acuerdo a las expectativas del consumidor.
- En la dimensión de seguridad los clientes conocen los productos y servicios que ofrece la empresa y además transmiten confianza a los consumidores.
- En empatía, es un área de oportunidad que se debe abordar, ya que hay que mejorar en la preocupación por el cliente, comprender sus necesidades y expectativas.