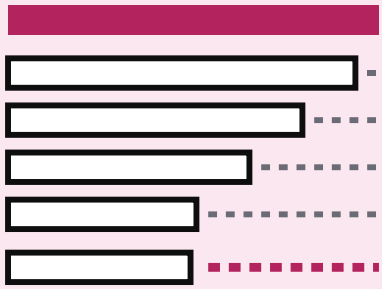
Modelo

Modelo de las brechas

Un modelo que explica la calidad de un servicio como la distancia entre lo que el cliente espera y lo que percibe, y busca dentro de la organización dónde nace.



En inglés
Gaps model of service quality

Origen
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)

Qué problema aborda

Ayuda a buscar la causa de un mal servicio en la organización, no solo en el momento de la atención.

Componentes

Brecha 1
Lo que el cliente espera frente a lo que la dirección cree que espera.

Brecha 2
Lo que la dirección entiende frente a las normas de servicio que fija.

Brecha 3
Las normas frente al servicio que realmente se presta.

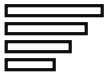
Brecha 4
El servicio prestado frente a lo que se promete fuera.

Brecha 5
El servicio esperado frente al que el cliente percibe. Es la que él vive y juzga.

Cómo funciona

1 

Las expectativas del cliente marcan el listón.

2 

Cuatro brechas aparecen al entender, especificar, prestar y comunicar el servicio.

3 

La quinta es la que vive el cliente.

Aplicaciones en diseño

Úsalo así

Combínalo con un service blueprint para diagnosticar un servicio que no cumple.

Evita

Medir solo la satisfacción sin preguntar qué esperaba la persona.

Para no caer

Una campaña que promete más de lo que el servicio da abre la brecha 4.

Conexiones

Se usa en

- Diseño de experiencia de cliente
- Service blueprint

Relacionado con

- Evidencia de servicio
- Frontstage y backstage

Autores y obras

1985	**A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml y Leonard L. Berry**	Propusieron el modelo a partir de entrevistas con directivos y grupos de discusión con clientes de cuatro tipos de servicios.

Fuentes

Fuentes originales

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41–50. Ver fuente (https://doi.org/10.1177/002224298504900403)

Última revisión: 25 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.