

Artículo de divulgación:

Escala **SERVQUAL**

Ing. Hugo González
Estudio de Consultoría Calidad & Gestión
Director

 [LinkedIn](#)



Suscribase gratis
A nuestro Boletín
CALIDAD & GESTION

[Click aquí](#)

“Podemos juzgar nuestro progreso por el coraje de nuestras preguntas y la profundidad de nuestras respuestas, por nuestro deseo de aceptar lo que es verdad, y no sólo aquello que nos hace sentir bien”.
Carl Sagan, astrónomo estadounidense (1934 - 1996)

Escala SERVQUAL

Introducción

La ventaja competitiva en la prestación de servicios, se consigue a partir de capacidad de las organizaciones para satisfacer las necesidades de sus clientes, situación que debe enfrentar la dificultad de la intangibilidad de los servicios.



A este respecto, los autores Parasuman, Zeithmal y Berry han realizado un aporte fundamental al crear una metodología que definieron como *“un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio”*.

Este método consiste en un **cuestionario** con preguntas estandarizadas desarrollado en los Estados Unidos con el apoyo del **Marketing Science Institute**, que ha sido denominado **Escala SERVQUAL**.

Este instrumento se construye con el fin de identificar primero los elementos que generan valor para el cliente y a partir de esta información revisar

los procesos con el objeto de introducir áreas de mejora. Para lograr todo esto se realiza una búsqueda orientada al análisis de las expectativas, obtenidas en base a cuatro fuentes que son:

- Comunicación diaria
- Necesidades personales
- Experiencias personales
- Comunicación externa

El Modelo SERVQUAL

Sobre la base de las conclusiones obtenidas en este estudio, los autores confirman la idea de que un punto crítico para lograr un nivel óptimo de calidad es igualar o superar las expectativas del cliente.

Parasuman desarrolló un modelo en el que la calidad del servicio percibido es entendida como la diferencia que hay entre las expectativas de los clientes y lo que realmente perciben.

Si la calidad de servicio es función de la diferencia entre percepciones y expectativas, tan importante será la gestión de unas como de otras

El diseño de la escala SERVQUAL comprende 5 dimensiones que según los autores definen la percepción de la calidad del servicio. Estas dimensiones son:

Dimensión	Significado
Elementos tangibles (T)	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación
Fiabilidad (RY)	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa
Capacidad de respuesta (R)	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida
Seguridad (A)	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente
Empatía (E)	Atención individualizada al cliente

Estas cinco dimensiones se desagregan en 22 ítems, que se muestra a continuación como el modelo SERVQUAL modificado:

DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES
Apariencia de las Instalaciones Físicas, Equipos, Personal y Materiales de comunicación
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna. ➤ Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas ➤ Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra. ➤ Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.

DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD
Habilidad para ejecutar el Servicio Prometido de forma Fiable y Cuidadosa
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace. ➤ Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo ➤ La empresa realiza bien el servicio la primera vez ➤ La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido ➤ La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores

DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Disposición y Voluntad de los Empleados para Ayudar al Cliente y Proporcionar el Servicio

- Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.
- Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.
- Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes
- Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD

Conocimiento y Atención Mostrados por los Empleados y sus Habilidades para Inspirar Credibilidad y Confianza

- El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes
- Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa de servicios.
- Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes.
- Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes

DIMENSIÓN 5: EMPATÍA

Atención Individualizada que ofrecen las Empresas a los Consumidores

- La empresa de servicios da a sus clientes una atención individualizada.
- La empresa de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.
- La empresa de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.
- La empresa de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
- La empresa de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes.

El cuestionario SERVQUAL consta de 44 preguntas que evalúan las percepciones y expectativas para cada uno de los 22 ítems de la calidad, que deben definirse para el servicio que es objeto de este análisis.

