

Concepto

Evidencia de servicio

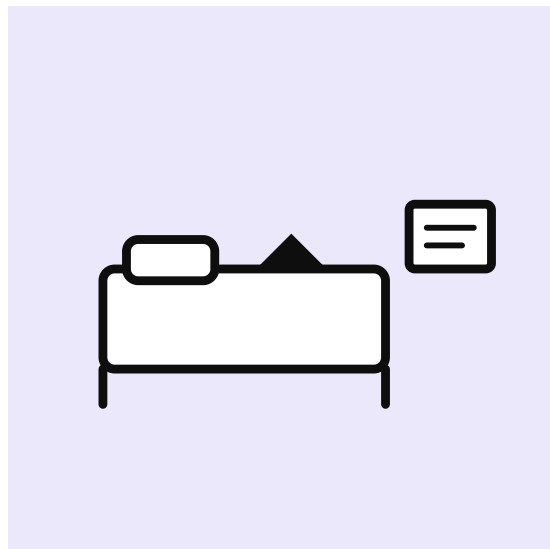
Los objetos, espacios y mensajes que hacen visible un servicio, que en sí es intangible, y que la persona usa para juzgar su calidad.

En inglés

Service evidence

Origen

Bitner (1992), sobre el entorno físico de los servicios



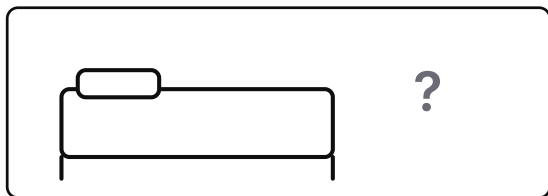
Qué problema aborda

Explica por qué un buen servicio puede pasar desapercibido: si nada lo muestra, la persona no sabe que ha ocurrido.

Un ejemplo

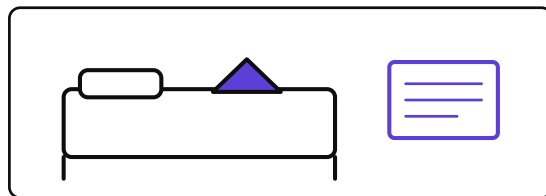
Una habitación de hotel que se limpia mientras el huésped está fuera.

Sin evidencia



La habitación está limpia, pero nada lo indica.
¿La habrán limpiado?

Con evidencia



Toallas dobladas y una nota que dice que la habitación está preparada. **El servicio se ve.**

El trabajo es el mismo; solo cambia lo que la persona puede ver de él.

Por qué pasa



Un servicio no se puede tocar ni probar antes de usarlo.



La persona busca pistas en lo que sí ve: espacios, objetos y mensajes.



Esas pistas forman su juicio sobre la calidad del servicio.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Revisa cada paso del servicio: ¿qué ve la persona que le demuestre que algo ha pasado?

✗ Evita

Llenar de mensajes que no aportan: la evidencia debe confirmar algo real.

👁 Para no caer

Lo que pasa en el backstage también necesita una señal visible en el frontstage.

1992

Lo que dice la investigación

Mary Jo Bitner propuso un marco para estudiar cómo el entorno físico de un servicio influye en el comportamiento de clientes y empleados (Bitner, 1992).

● ● ○ **Evidencia debatida.** Es un marco conceptual que ordena investigaciones de varias disciplinas, no un único experimento.

Autores y obras

Mary Jo Bitner (1992)

Mostró que el entorno físico del servicio influye en cómo se comportan clientes y empleados.

Conexiones

Se usa en

Service blueprint

Artefacto

Relacionado con

Diseño de entornos de servicio

Especialidad

Diseño de espacios comerciales

Especialidad

Experiencia del aficionado

Especialidad

Frontstage y backstage

Concepto

Lógica dominante del servicio

Teoría

Modelo de las brechas

Modelo

Punto de contacto

Concepto

Fuentes

Fuentes originales

- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing, 56(2), 57–71.
Ver fuente (<https://doi.org/10.1177/002224299205600205>)

Última revisión: 22 de octubre de 2026