

# *Calidad del servicio financiero de organismos públicos desde la perspectiva de las PYMES*

Useche, María C.; García, Janeth

Recibido: 12-10-2011 - Revisado: 22-07-2012 - Aceptado: 29-09-2012

## **Useche, María C.**

Economista. Magíster en Gerencia de Empresas, Mención Mercadeo. Doctora en Ciencias Económicas  
Universidad del Zulia  
mariauseche@yahoo.es

## **García, Janeth**

Economista. Magíster en Gerencia de Empresas. Mención Mercadeo.  
Universidad del Zulia  
majbg2004@yahoo.com

El objetivo de este trabajo es analizar la calidad del servicio del financiamiento otorgado por organismos públicos, desde las perspectivas de las pequeñas y medianas empresas (PYME). Se consideraron los planteamientos teóricos clásicos de Albrecht (2004), Zeithaml y Bitner (2002) y Cobra (2001). Metodológicamente se corresponde a un estudio descriptivo, con diseño de investigación no experimental -transeccional. Se empleó la estadística descriptiva y el Modelo Servqual. Se detectó brechas en la calidad del servicio ofrecido por los organismos públicos, presentando deficiencias en los estándares del servicio, y no igualan el desempeño con las promesas ofrecidas, por lo que se concluye que la satisfacción a los usuario es baja, y por tanto, la calidad del servicio. Palabras clave: Calidad, expectativas, percepción, servicio de financiamiento, pequeñas y medianas empresas.

**RESUMEN**

This paper aims at analyzing the quality of financing services provided by public institutions, from the perspective of small and medium enterprises (SMEs). Classical theoretical approaches by Albrecht (2004), Zeithaml and Bitner (2002) and Cobra (2001) were considered. Methodologically, it is a descriptive study with a non experimental cross-sectional research design. Descriptive statistics and the SERVQUAL model were used. Gaps in the quality of services provided by public institutions were observed, especially faults in service standards, and promises offered are not fulfilled; and it is concluded that user's satisfaction is low, as well as service quality.

**Keywords:** Quality, expectations, perception, financing service, small and medium enterprises.

**ABSTRACT**

## **1. Introducción**

La filosofía fundamental de la calidad del servicio financiero de América Latina y el Caribe, se ha visto afectado por las fallas en la atención de muchas instituciones y empresas de carácter público y privado. En el sector financiero mundial, existe una enorme demanda a las solicitudes de financiamiento, relacionado con el bajo nivel de ingreso de la gran mayoría de la población latinoamericana y caribeña. En estas regiones, las personas, las micro y pequeñas empresas tienen poca información sobre las operaciones financieras básicas para su funcionamiento. Esta situación les impide reducir costos, invertir, solicitar préstamos, adquirir seguros y movilizar eficientemente sus recursos, entre otros (Díaz, 2004)

En Venezuela, el servicio financiero ofrecido por el sector público está conformado por un amplio y creciente número de actividades cuyo instrumento es el dinero, esto lo hacen a través de organismos, como: Bancos, instituciones de microcrédito, sociedades de garantías, banca de exportación, sociedad de capital de riesgo, banca de segundo piso, que prestan un servicio con supuestas carencias.

Ante esta supuesta situación, la calidad de servicio en esta investigación se perfila como una exigencia que tienen las PyMES para lograr un financiamiento oportuno, mediante un servicio eficiente a través de los organismos públicos, que permita la fluidez del proceso administrativo, su posibilidad de acceso y adecuado financiamiento, el cual se constituye como aspecto central para su desarrollo.

Esta variable ha sido acogida por los organismos públicos, ya que el gobierno venezolano ha decretado con rango de valor y fuerza la Ley de Simplificación de Trámites Administrativos (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 1999), la cual tiene como finalidad racionalizar y optimizar las tramitaciones que realizan las personas ante la administración pública, a los fines de mejorar su eficiencia, pertinencia, utilidad, para así lograr una mayor celeridad y funcionalidad en los mismos, reducir los gastos operativos, obtener ahorros presupuestarios, cubrir insuficiencias de carácter fiscal, mejorar las relaciones de la administración pública con las personas atendidas.

Esta ley es importante, ya que al aplicarla le atribuiría eficiencia en los procedimientos financieros para ayuda a las pequeñas y medianas empresas en su crecimiento, repercusión productiva en los demás ámbitos industriales y continúen con su contribución socioeconómica y el avance económico.

En este sentido, Kiernan (1996) expresa que la pequeña y mediana empresa participa de manera determinante en el proceso de desarrollo económico, éstas han sido baluartes para el crecimiento sostenido de las economías mundiales, conjuntamente con las grandes empresas, fomentando de esta manera el progreso social de los países. De todos los beneficiarios potenciales de la globalización, ninguno se enfrenta con oportunidades más atractivas y sin precedentes que las pequeñas y medianas empresas. Aunque históricamente les ha faltado la oportunidad, necesidad y sobre todo los medios para alcanzar los mercados internacionales.

Por su parte, los organismos públicos del estado Zulia, del municipio Maracaibo contribuyen al desarrollo regional, a través del servicio de financiamiento de las PyMES; estas opciones están constituidas por el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI), el Fondo de Desarrollo de Financiamiento del Estado Zulia (FONFIDEZ), y la Corporación de Desarrollo de la Región Zuliana (CORPOZULIA), encargadas de prestar servicio financiero a las pequeñas y medianas empresas de los distintos sectores para motorizar la actividad económica de la región.

En el estado Zulia, en los últimos cinco años las PyMES, se han abocado significativamente a solicitar financiamiento en los organismos públicos, lo cual contribuye al sustento de las mismas; sin embargo, esta demanda pudiera estar afectando la capacidad de los organismos públicos para cumplir debidamente con la misión que les dio origen.

En una prestación de servicios suelen participar, simultáneamente, quien recibe y quien lo presta. Ello da lugar a que los trámites inútiles o los procedimientos mal ordenados influyan negativamente en los resultados y perjudiquen directamente a los usuarios.

Al respecto Parasuraman y Col (1998), hacen mención al modelo de deficiencias, el cual parte de un esquema relacional

entre el usuario y el proveedor del servicio, en la dimensión del usuario el nivel de expectativas se configura a partir de una serie de factores, mientras que en la esfera del prestador del servicio las percepciones del equipo rector acerca de las expectativas presentan una importancia crítica puesto que orientan todo el proceso de producción, ejecución y entrega del servicio, al derivarse de la mismas las directrices y especificaciones de la calidad del servicio.

En este sentido Díaz (2004), plantea que en la medida que se procesen las solicitudes de los empresarios, esto permitirá conocer cuáles son los procedimientos que con mayor urgencia han de ser renovados, cuáles son los puntos críticos para las empresas que demandan el servicio, por ser masivos o por afectar a problemas básicos de los ciudadanos, y consecuentemente, facilitará la definición de prioridades para la acción, y a su vez permitirá guardar la imagen de los organismos públicos.

Es por ello, que en este trabajo se pretende poner de manifiesto la importancia de los reclamos presentados por los usuarios de los organismos públicos para mejorar la calidad de los servicios financieros, al proporcionar un mayor conocimiento sobre las fallas detectadas en su prestación y poder integrar los resultados en un plan estratégico de calidad.

De allí la necesidad de abordar la calidad de servicio sobre el financiamiento que otorgan los organismos públicos en el municipio Maracaibo, desde la perspectiva de las pequeñas y medianas empresas, el cual accederá concretar la consecución de un crédito eficaz que permitirá la instalación de nuevas empresas, y el fortalecimiento de las ya existentes que asegure el nivel de competitividad mediante la diferenciación de sus servicios, al establecer mejores precios en sus productos o servicios para poder permanecer en el mercado, propiciando mayores beneficios a la economía y lograr un auge económico en etapas, contribuyendo así al desarrollo regional y nacional.

La presente investigación es de naturaleza descriptiva, al especificar propiedades, características y rasgos importantes de la variable abordada. De esta forma, la población de estudio se encuentra conformada por las 40 pequeñas y medianas empresas, que recibieron financiamiento a través de organismos públicos ubicados en el municipio Maracaibo a saber: 22 (veintidós)

empresas financiadas a través del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI, 2008), y 18 (dieciocho) a través de Corporación Socialista de Desarrollo de la región Zuliana (CORPOZULIA, 2008).

En el presente estudio se empleó el censo poblacional. De acuerdo a Tamayo y Tamayo (2003), el mismo está constituido por todos los miembros de una población, por ende, es la técnica que permite evaluar todas las unidades de análisis objeto de estudio. Las técnicas de recolección de información empleada fue el cuestionario bajo escala likert dirigido a las PyMES que recibieron financiamiento por parte los organismos públicos ubicados en el municipio Maracaibo. El mismo estuvo sometido al juicio de cinco (5) expertos en el área de mercadeo y metodología de la investigación. Para el cálculo del coeficiente de confiabilidad se utilizó la fórmula de Alpha de Cronbach, resultando un  $r_{tt} = 0,87$ , lo cual indica la alta confiabilidad del instrumento.

El procedimiento técnico empleado para el análisis de los datos fue mediante la aplicación de las funciones de la estadística descriptiva distribución de frecuencias absolutas y frecuencias relativas y media aritmética a las respuestas contentivas en la aplicación del cuestionario, a través del programa computarizado especializado en análisis estadístico para las ciencias sociales (SPSS, versión 10.0).

Para determinar el nivel de percepción y expectativas de la calidad del servicio se utilizó un baremo, el cual se comparó con la media aritmética obtenida de cada indicador de estudio, lo que mostró el nivel de expectativas y percepciones en cada dimensión de la calidad (ver cuadro 1).

**Cuadro 1**  
**Baremo – Nivel de expectativas y percepciones**

<b>Categorías</b>	<b>Media</b>	<b>Expectativa – Percepción</b>
Muy malo	1 – 1,8	Muy baja
Malo	1,8 – 2,6	Baja
Regular	2,6 – 3,4	Media
Bueno	3,4 – 4,2	Alta
Muy bueno	4,2 – 5,0	Muy alta

**Fuente:** Zeithaml&Bitner (2002).

Para la interpretación de los resultados obtenidos de la brecha se utilizó un baremo, el cual sirvió, para ubicar el nivel de la calidad del servicio (alto, medio, bajo), en relación con cada dimensión (ver cuadro 2).

**Cuadro 2**  
**Baremo – Nivel de Brechas**

<b>Categorías</b>	<b>Media</b>
Muy malo	-4,0 – -2,4
Malo	-2,4 – -0,8
Regular	-0,8 – 0,8
Bueno	0,8 – 2,4
Muy bueno	2,4 – 4,0

**Fuente:** Zeithaml&Bitner (2002).

Asimismo, para determinar la brecha de la calidad del servicio se utilizó la siguiente fórmula: Brecha = percepciones – expectativas.

Para analizar los resultados obtenidos de la brecha para cada dimensión, se utilizó el modelo Servqual propuesto por Parasuraman y Col (1998), quienes establecen que este modelo define la calidad del servicio como una función de la divergencia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente realizado por la empresa. Esta técnica permite analizar la distancia existente entre expectativas a priori y percepciones a posteriori por el usuario, como método para determinar la satisfacción y la calidad del servicio.

## **2. Dimensiones de la calidad del servicio**

Por cuanto que los usuarios comparan sus percepciones del servicio con estos puntos de referencia cuando evalúan la calidad en el servicio, resulta fundamental que los profesionales del marketing de servicios logren conocer a fondo los factores que influyen en las expectativas del usuario en relación con la calidad del servicio y sus dimensiones. Para Zeithaml y Bitner (2002) la

calidad del servicio se valora a través de seis dimensiones:

- **Confiabilidad:** Entregar lo que se promete, es la determinante de mayor importancia en las percepciones de la calidad de servicio entre los usuarios estadounidenses. La confiabilidad se define como la capacidad para cumplir la promesa del servicio de manera segura y precisa. Que la empresa cumpla lo convenido acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios. Los usuarios desean hacer negocios con las compañías que cumplen sus promesas, particularmente las que se relacionan con los atributos del servicio básico.
- **Responsabilidad:** Estar dispuestos a ayudar, es la voluntad de colaborar con los usuarios y de prestar el servicio con prontitud. Esta dimensión destaca la atención y la prontitud o la que se hace frente a las solicitudes, las preguntas, las reclamaciones y problemas de los usuarios. La responsabilidad se comunica a los usuarios a través del lapso de tiempo que deben esperar para recibir la asistencia, la respuesta a sus preguntas o la atención de sus problemas. Comprende la noción de flexibilidad y la capacidad para personalizar el servicio a las necesidades del usuario. Con el propósito de sobresalir en la dimensión de la responsabilidad, la empresa debe asegurarse de observar el proceso de la prestación del servicio y de manejo de las solicitudes desde el punto de vista del usuario y no desde su propio punto de vista. Los estándares de rapidez y prontitud que responden a la visión que tiene la compañía respecto de los requisitos y sus propios procesos internos, pueden diferir significativamente de los requerimientos de rapidez y prontitud del usuario.
- **Seguridad:** Inspirar buena voluntad y confianza, se define con el conocimiento y la cortesía de los empleados y la capacidad de la empresa y de sus empleados para inspirar buena voluntad y confianza. Esta dimensión adquiere particular importancia para aquellos servicios en que los usuarios perciben que se involucran a gran riesgo.
- **Empatía:** Brindar a los usuarios atención cuidadosa e individualizada, consiste en transmitir a los clientes, por

medio de un servicio personalizado o adecuado que son únicos y especiales. Los usuarios quieren sentir que son importantes para las empresas que les prestan el servicio y que estas los comprenden.

- **Tangibles:** Representación física del servicio, se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo el personal y los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio de los usuarios y en particular los nuevos, utilizaran para evaluar la calidad. Entre las industrias de servicios en cuyas estrategias se destacan los tangibles se encuentran los servicios de hospitalidad en los que los usuarios deben visitar el establecimiento con el objeto de recibir el servicio, como es el caso de los restaurantes y hoteles, las tiendas al menudeo y las empresas de entretenimiento.

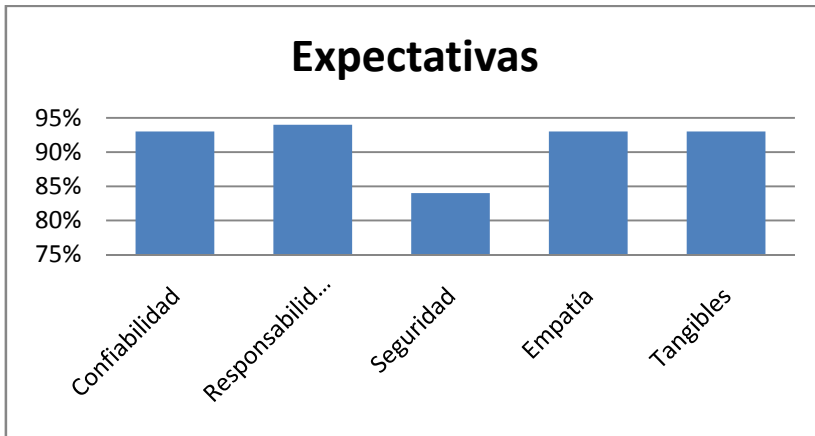
Estas dimensiones representan la forma en que los usuarios organizan mentalmente la información. Ellas, son relevantes para los servicios financieros, los seguros, servicios de reparación y mantenimiento de automóviles y equipos.

### **3. Satisfacción al usuario en organismo públicos financiadores**

El gráfico 1 muestra a modo general las expectativas que poseen los informantes clave, para ello, se consideraron los totales de las alternativas totalmente de acuerdo y de acuerdo de cada sub-dimensión de la calidad de servicio. De esta forma se observa la presencia de altas expectativas sobre las sub-dimensiones "Responsabilidad" (94%), "Confiabilidad" (93%), Empatía (93%), "Tangibles" (93%), y en menor proporción la "Seguridad" (84%).

En cuanto a las expectativas de las PyMES, sobre la calidad de servicio en el financiamiento otorgado por los organismos públicos, los resultados mostraron muy altas expectativas, fundamentalmente en aquellos indicadores donde el servicio recibido fue evaluado de forma negativa o presenta mayores deficiencias, tales como los tiempos de liquidación, tiempos de respuesta, nivel de información en relación a los trámites, y el sistema de registro automatizado. Esto es así, debido a que las expectativas son más altas cuando se presentan carencias en el servicio.





**Gráfico 1: Expectativas de las pequeñas y medianas empresas.**

Fuente: Elaboración propia (2010).

Entre los aspectos resaltantes se pueden desatacar en la confiabilidad existen importantes limitaciones en cuanto al tiempo de liquidación, el cual expresa los tiempos de entrega o respuesta sobre el financiamiento solicitado que muchas veces lleva gran cantidad de tiempo. Sin embargo, en cuanto al nivel de precisión de la información y el grado de accesibilidad de los requisitos, los informantes claves manifestaron que la información suministrada es clara y concisa, así como los requisitos son accesibles a los usuarios.

En la dimensión responsabilidad, se puede destacar que el tiempo de respuesta referido tiene que ver con: Si el periodo de tramitación administrativa para la aprobación del crédito es eficaz, si la empresa cumple con el servicio en el tiempo prometido, si ofrecen un servicio rápido y sin fallas, si existe celeridad en los tiempos de respuesta, si las operaciones se realizan de manera ágil y rápida, y si se cumplen los términos pactados.

Se pudo conocer que 88% y 5% respondieron que definitivamente no y probablemente no se encuentran presentes estos elementos en el servicio prestado, 1% indicó estar indeciso al respecto, y en menor proporción el restante 2% y 4% indicó que probablemente sí y definitivamente si respectivamente.

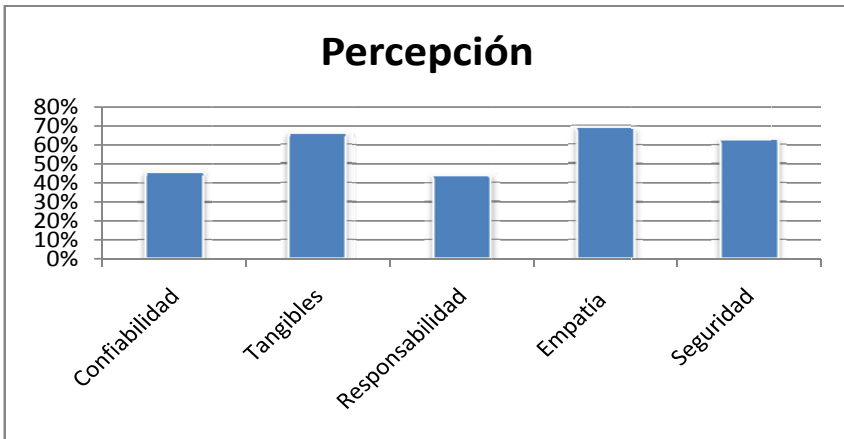
Con respecto a la seguridad, se refleja en el conocimiento y habilidades de los empleados y la capacidad de la empresa para

inspirar buena voluntad y confianza. En este sentido, los resultados presentados muestran que alrededor de 80% los empleados se encuentran suficientemente capacitados para prestar un servicio eficiente, y los horarios de atención se encuentran ajustados para atender los requerimientos de los usuarios; asimismo, la conservación de los documentos es efectiva y muestran flexibilidad en los costos de los trámites exigidos. Sin embargo, se observan debilidades en cuanto al indicador nivel de información en relación con los trámites, aspecto este que está íntimamente relacionado con los tiempos de tramitación del financiamiento donde se presentan retrasos en la conclusión del servicio y el cumplimiento de las etapas que se deben efectuar a cabalidad en el proceso de financiamiento.

Para tratar a la empatía se consideraron los indicadores nivel de amabilidad del funcionario, tipo de servicio de parte del funcionario, y nivel de orientación y apoyo. Los resultados muestran fortalezas, al situarse en el orden de 90% para cada indicador, en los aspectos relacionados con la atención individualizada y personalizada en el servicio; por cuanto los funcionarios que laboran en los organismos públicos son amables y lo animan a sentirse satisfecho con el servicio, asimismo, reflejan interés en atender las dudas y requerimientos de los usuarios, mostrando así un sincero interés en el usuario y su satisfacción

Para efectos de esta investigación, se consideró como elementos tangibles el sistema de registro automatizado, las condiciones ambientales y la presencia del personal. Al igual que la dimensión anterior los resultados muestran fortalezas, al situarse cada indicador en el orden de 90%.

Ahora bien, al abordar la dimensión percepción, se puede apreciar en el Gráfico 2 una percepción favorable en las subdimensiones "Empatía" (69%), "Tangibles" (66%), y "Seguridad" (63%). Asimismo, se observa un menor porcentaje en las subdimensiones "Confiabilidad" (46%), y "Responsabilidad" (44%) lo que permite inferir debilidades en los mismos.



**Gráfico 2. Percepción de las pequeñas y medianas empresas.**

Fuente: Elaboración propia (2010).

Sobre el financiamiento otorgado por los organismos públicos en la región zuliana, resulta importante resaltar que las expectativas de los usuarios según Zeithaml y Bitner (2002), son valoraciones subjetivas de experiencias reales del servicio, es decir, la manera como valoran los usuarios cuando han experimentado un servicio de calidad o si están satisfechos. La evaluación por parte de los usuarios, engloba aspectos generales de la percepción del servicio considerando el desempeño de la visión de la empresa, debido a que los aspectos intangibles o sistemas internos que establece la organización, no pueden ser percibidos ni evaluados por el usuario, por ello, sólo se consideran los factores: Confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía, y los tangibles.

Por otra parte, los resultados evidenciaron un nivel alto de las percepciones en las dimensiones seguridad, empatía y tangibles; aunque, se obtuvo una evaluación negativa del servicio en las dimensiones confiabilidad y responsabilidad, esto se refleja en el tiempo de liquidación del crédito, si la empresa concluye el servicio en el tiempo prometido, y si el financiamiento es oportuno, la gran mayoría expresada en 95% de los informantes claves indicó que definitivamente no se encuentran presentes estos elementos en el servicio prestado.

En cuanto a la empatía los resultados muestran que las PyMES reciben una atención individualizada y personalizada,

reflejada en un trato amable y el interés demostrado en atender las dudas y requerimientos de los usuarios. Por su parte, la dimensión tangibles muestra que las comunicaciones impresas son visualmente atractivas, al tiempo que el personal mantiene una apariencia pulcra. Asimismo, en relación con la seguridad los resultados demuestran que los empleados se encuentran lo suficientemente capacitados para prestar un servicio eficiente, con horarios de atención ajustados a las necesidades de los usuarios, y flexibilidad en los costos.

Por otra parte, los resultados evidencian una evaluación negativa de la dimensión responsabilidad, reflejado en retrasos en las respuestas de los usuarios sobre las solicitudes de financiamiento. De igual forma, la confiabilidad obtuvo una evaluación negativa en los tiempos de liquidación del crédito, el cual muchas veces lleva gran cantidad de tiempo, aumentando así el riesgo de los microempresarios quienes deben ajustar los presupuestos a las nuevas realidades económicas de la empresa; un aspecto positivo en esta dimensión se expresa en la confianza de las Pymes en los funcionarios que prestan el servicio.

En términos generales, la media total de las percepciones en las dimensiones seguridad, empatía y tangibles; resultó ser de 3,3, lo que significa que para las Pymes el nivel de la percepción con respecto al servicio que otorgan los organismos públicos según los resultados obtenidos evidencian una evaluación regular o mediana.

Por último, al establecer la brecha (diferencia) entre las expectativas y percepción de los usuarios, donde las expectativas son los puntos de referencia que los usuarios han obtenido poco a poco a través de las experiencias con los servicios; mientras que las percepciones reflejan la forma en que efectivamente se recibe el servicio, son fundamentales para no cumplir las expectativas del usuario al desconocer sus expectativas.

Al respecto, el gráfico 3 muestra de forma general la brecha existente entre las percepciones y expectativas sobre la calidad de servicio desde la perspectiva de las PyMES, sobre el financiamiento que otorgan los organismos públicos, considerando las medias obtenidas para cada sub-dimensión en relación con las expectativas y las percepciones.

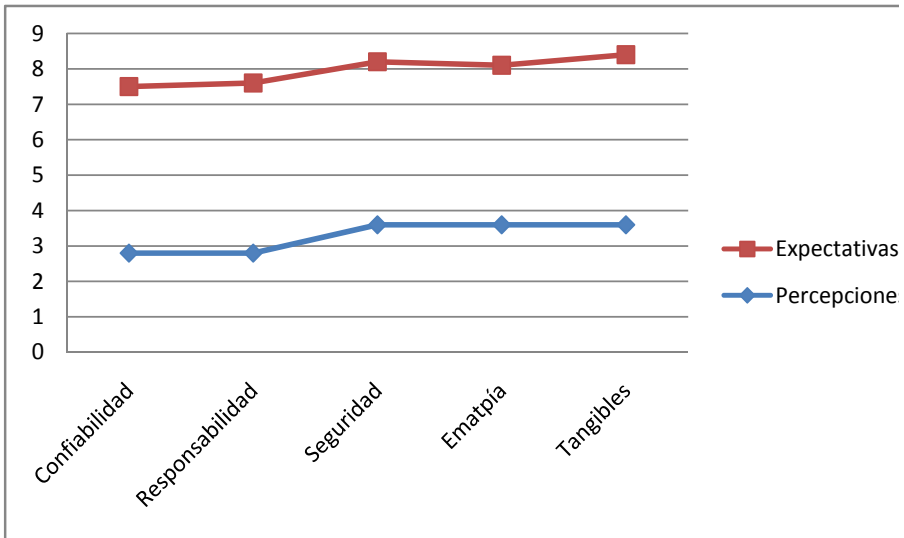


Gráfico3. Brecha en la calidad de servicio. Fuente: Elaboración propia (2010).

Según el modelo de Parasuraman y Col (1998), cuando las expectativas no corresponden a las necesidades de los usuarios, producto de alguna brecha en la calidad del servicio, se produce una distancia entre expectativas a priori y percepciones a posteriori por el consumidor. En este sentido, se pudo determinar la existencia de una brecha en la calidad del servicio prestado por estos organismos en dos sentidos: Uno en cuanto a deficiencias en los estándares del servicio, y otra en no igualar el desempeño con las promesas.

Al respecto Parasuraman y Col (1998), señalan que puede existir discrepancia entre el desarrollo de los estándares de servicio dirigidos al usuario y la entrega real del servicio. En este sentido, los estándares deben respaldarse con recursos adecuados (personas, sistemas y tecnología) y apoyarse para garantizar su efectividad, es decir, es necesario capacitar, motivar, medir y compensar a los empleados de acuerdo a su desempeño a lo largo de esos estándares.

En este orden de ideas, los resultados muestran que a pesar de contar con trato correcto hacia el usuario, no se observa un servicio de alta calidad, derivado del poco control en los estándares de desempeño para atender oportunamente las solicitudes de

financiamiento, al no facilitar y estimular el cumplimiento en los tiempos de liquidación de los créditos. En otras palabras el nivel del desempeño del servicio se encuentra por debajo de los estándares, y por ende, por debajo de las expectativas de los usuarios.

Por otra parte, es posible no igualar el desempeño con las promesas, elemento presente también en el servicio ofrecido por los organismos públicos encargados de brindar financiamiento a las PyMES. Según Parasuraman y col (1998), se refiere a la diferencia entre la entrega del servicio y la comunicación externa del proveedor de servicios; de esta forma, las promesas hechas por una compañía de servicios a través de sus medios publicitarios, su fuerza de ventas y otras comunicaciones podrían elevar potencialmente las expectativas del usuario, que funcionan como el estándar para evaluar la calidad del servicio.

Los resultados demuestran unas expectativas elevadas que no se corresponden con el desempeño del servicio; aunque si bien es cierto, existe cumplimiento en el servicio, por cuanto los créditos son otorgados a las PyMES que cumplen con los recaudos de financiamiento, muchas veces este crédito es otorgado en lapsos de tiempo que no corresponden a lo prometido por los organismos públicos. Esto se evidencia en las reclamaciones excesivas, y comunicaciones externas que influyen las evaluaciones del usuario sobre la calidad en el servicio.

En otras palabras, el servicio brindado por los organismos públicos no se corresponde con las expectativas de los usuarios sobre el financiamiento otorgado, debido a debilidades en la calidad técnica y el desempeño los estándares que garanticen el cumplimiento del servicio de acuerdo a las expectativas creadas.

Asimismo Cobra (2001), señala que las percepciones relacionadas con el servicio influyen en el éxito o el fracaso de los servicios; es decir, el desempeño es la respuesta que confirma o rechaza la idea inicial que las personas tenían sobre el servicio demandado. De esta forma, la naturaleza de la percepción de un servicio está influenciada por su calidad técnica; es decir, la percepción que los consumidores tienen de un servicio está asociada a la naturaleza técnica y a la calidad de desempeño; por tanto, las personas pueden percibir que un servicio es bueno, si el desempeño corresponde a sus expectativas.

De allí que, en el servicio financiero, la ausencia de calidad se experimenta en demoras en las etapas, que conlleva a desfases en el plan de inversión de las PyMES, debido a factores inflacionarios se truncaría la efectividad del otorgamiento del crédito, impidiendo el fortalecimiento de las mismas y por ende, la incapacidad para prestar un mejor servicio, en este sentido, las empresas que no están acordes con la prestación de un buen servicio al transcurrir el tiempo desaparecen.

Al respecto, Zeithaml y Bitner (2002), afirman que hay que proponerse la calidad y la satisfacción del usuario en cada encuentro del servicio, ya que cada uno de los encuentros del servicio resulta potencialmente crítico para retener al usuario, muchas empresas se proponen lograr cero defectos o 100% de la satisfacción.

#### **4. Conclusiones**

La brecha entre las expectativas y percepción de las pequeñas y medianas empresas sobre el financiamiento otorgado por organismos públicos en el municipio Maracaibo, se evidenció una valoración negativa del servicio, destacando así la existencia de altas expectativas en relación con la evaluación del servicio recibido.

Según el modelo Servqual, las deficiencias en la calidad de servicio parten de un esquema relacional entre usuario y proveedor del servicio, donde en la dimensión del usuario el nivel de expectativas, se configura a partir de una serie de factores, mientras que en la esfera del prestador del servicio, las percepciones del equipo rector acerca de las expectativas, presentan una importancia crítica, puesto que orientan todo el proceso de producción, ejecución y entrega del servicio, al derivarse de las mismas las directrices y especificaciones de la calidad del servicio.

En este orden de ideas, no se observó un servicio de alta calidad, derivado del poco control en los estándares de desempeño para atender oportunamente las solicitudes de financiamiento, al no facilitar y estimular el cumplimiento en los tiempos de liquidación de los créditos.

Por otra parte, los resultados demuestran unas expectativas elevadas que no se corresponden con el desempeño del servicio; aunque si bien es cierto, existe cumplimiento en el servicio, por

cuanto los créditos son otorgados a las PyMES que cumplen con los recaudos de financiamiento, muchas veces el crédito es otorgado en lapsos de tiempo que no corresponden a lo prometido por los organismos públicos. Esto se evidencia en los reclamos excesivos, y la cantidad de comunicaciones externas que tiene como resultado, la mala percepción en las evaluaciones del usuario sobre la calidad del servicio.

Por lo que, se puede aseverar que, el servicio brindado por los organismos públicos no confirma las expectativas de los usuarios sobre el financiamiento otorgado, debido a debilidades en la calidad técnica y el desempeño de los estándares que garanticen el cumplimiento del servicio de acuerdo a las expectativas creadas.

## 5. Referencias

- Albrecht, K. (2004). *La revolución del servicio*. Colombia: Editores 3R.
- Cobra, Marcos (2001). *Marketing de servicios*. Segunda edición. Colombia: Nomos, S.A.
- Corporación Socialista de Desarrollo de la región Zuliana (Corpozulia). (2008). *Listado PYMES beneficiadas en el municipio Maracaibo del Estado Zulia*. Dirección de Desarrollo Empresarial.
- Díaz, E (2004). *La Pyme y la Banca*. Caracas: Grupo Editorial Producto.
- Instituto Nacional de la Pequeña y Mediana empresa (INAPIME). (2008). *Listado PYMES beneficiadas en el municipio Maracaibo del Estado Zulia*. Monografía no publicada. INAPIME.
- Kiernan, Matthew (1996). *Los once mandamientos de la gerencia del siglo XXI*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Parasunaman A, Zeithmal V, y Berry L, (1998). *Delivering quality service*. The Free Press. USA.
- Tamayo y Tamayo, Mario (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Zeithaml, V. y Bitner, M. (2002). *Marketing de servicio*. Segunda edición. México: Mc Graw-Hill. Editores, S.A.