

Mejora en los tiempos de espera en el proceso de desembolso de créditos en entidades microfinancieras

Improvement in waiting times in the loan disbursement process in microfinancial institutions

DOI: <https://doi.org/10.17981/bilo.4.2.2022.02>

Fecha de Recepción: 05/08/2022. Fecha de Publicación: 05/09/22

Alex Cristian Magdaniel Moreno

Universidad de la Costa CUC. Barranquilla, (Colombia)

amagdani2@cuc.edu.co

Lino Alexander Mejia Dovale

Universidad de la Costa CUC. Barranquilla, (Colombia)

lmejia23@cuc.edu.co

Joice Mosalvo Buelvas

Universidad de la Costa CUC. Barranquilla, (Colombia)

jmonsolv3@cuc.edu.co

Sadith Enrique Ortiz Rodriguez

Universidad de la Costa CUC. Barranquilla, (Colombia)

sortiz@cuc.edu.co

Andreina Puerta Guerrero

Universidad de la Costa CUC. Barranquilla, (Colombia)

apuerta@cuc.edu.co

Paola Margarita Torres De Nubila

Universidad de la Costa CUC. Barranquilla, (Colombia)

ptorres12@cuc.edu.co

Resumen

En el entorno empresarial, La calidad en la atención al cliente ha sido el atributo vital para el crecimiento de los sectores micro financieros en los últimos años, actualmente existen una gran diversidad de instituciones financieras con una oferta de servicios y productos que ofrecen al público la misma premisa de servicio, situación que obliga a las empresas a mantener a sus clientes con altos niveles de satisfacción y a desarrollar estrategias de servicio al cliente que se establezcan como el arma principal para la difícil labor de retención y la fidelización de los clientes más rentables para la empresa. El presente artículo tiene como objetivo determinar las variables que influyen en la calidad del servicio en cuanto a los tiempos de espera de los clientes para recibir el producto final en el sector micro financiero, mediante una metodología cualitativa con la revisión documental de referentes a nivel nacional e internacional y el análisis de los procesos ya establecidos, como también cuantitativa con la aplicación de herramientas de ingeniería como la Teoría de Colas a través de la observación y recolección de datos, el cual proporcionó indicadores relevantes para la adecuación y replanteamiento del proceso actual con mejores prácticas para aumentar la calidad del servicio, principalmente en el proceso de desembolso de créditos a los clientes.

Palabras claves: atención al cliente; microcréditos; teoría de colas; calida;, satisfacción; clientes; estrategias.

Abstract

In the business environment, the quality of customer service has been the vital attribute for the growth of the micro financial sectors in recent years, there is currently a wide variety of financial institutions with a range of services and products that offer the public the same premise of service, a situation that forces companies to keep their customers with high levels of satisfaction and to develop customer service strategies that are established as the main weapon for the difficult task of retention and loyalty of the most profitable customers for the company. This article aims to determine the variables that influence the quality of service in terms of waiting times for customers to receive the final product in the microfinance sector, through a qualitative methodology with the documentary review of references at the national level. and international and the analysis of the processes already established, as well as quantitative with the application of engineering tools such as the Queuing Theory through the observation and collection of data, which provided relevant indicators for the adaptation and rethinking of the current process with best practices to increase the quality of service, mainly in the process of disbursing loans to customers.

KEY WORDS: customer service; microcredits; queuing theory; quality; satisfaction; customers; strategies.

I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones microfinancieras deben estar en la capacidad de planificar de mejor forma sus actividades de modo que se obtengan los mejores resultados posibles en la atención. Parte de estos elementos que deben ser optimizados son los fenómenos de espera que se generan en cada uno de los procesos, específicamente a la hora de la atención presencial en sedes u oficinas de las entidades de microcrédito, es en este punto cuando la capacidad instalada y tecnologías algo retrogradadas afectan de forma directa en la recepción de un buen o mal servicio. Una de las posibles soluciones para esta problemática está en la aplicación de una herramienta de la ingeniería llamada Teoría de Colas, que nos ofrece información muy útil para guiarnos a la hora de tomar decisiones y diseñar estrategias que contribuya a la disminución de estos tiempos de espera y finalmente a aumentar la satisfacción del cliente. (González Vera, 2013a). La implementación de este proyecto, le permitirá a la entidad microfinanciera administrar de manera más eficaz y eficiente los recursos con los que cuenta, disminuyendo los costos operativos y mejorando la calidad del servicio y a su vez fomentando la inversión en las comunidades para la creación de nuevos negocios.

II. METODOLOGIA

Se realiza una revisión de la literatura actual, la cual encontramos en las distintas bases de datos especializadas en temas relacionados con servicio al cliente, tales como SCOPUS, IEEE, SCIENCE DIRECT y GOOGLE ACADEMICO con el fin de identificar antecedentes sobre casos de estudio que relacionen el tema de desembolsos en las diferentes microfinancieras y como manejan este proceso. Para la mencionada revisión, se tuvieron en cuenta palabras claves que permitieran relacionar la información necesaria para la presente investigación.

En la **tabla 1** encontraremos las palabras claves que se tuvieron en cuenta a momento de realizar la investigación, así como las distintas bases de datos.

Bases de datos	Palabras claves
SCOPUS IEEE SCIENCE DIRECT GOOGLE ACADEMICO	Customer
	Cientes
	Teoría de colas
	Desembolso

Tabla 1. Palabras claves para búsqueda de información. Fuente: Elaboración propia

Cabe resaltar que los periodos de búsqueda en los que realizamos la investigación fue entre los años 2018 – 2022 por lo que consideramos la información de los años anteriores obsoleta y alejada de la realidad actual con la revolución tecnológica en la que vivimos.

III. REVISION LITERARIA

En la búsqueda de palabras claves efectuadas en la base de datos Scopus se hallaron 3230 resultados de esta cadena de búsqueda “TITLE-ABS-KEY (customer AND support) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2022) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2021) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2020) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI"))”, los cuales fueron descargados en formato “RIS” y analizados mediante la implementación del software VOSviewer, lo cual permitió visualizar las relaciones que existen entre los principales ejes temáticos, que proporcionan conocimientos de manera directa a la presente investigación.

A. Análisis Ciencimetrico

A continuación, se ilustra la relación de dichos ejes.

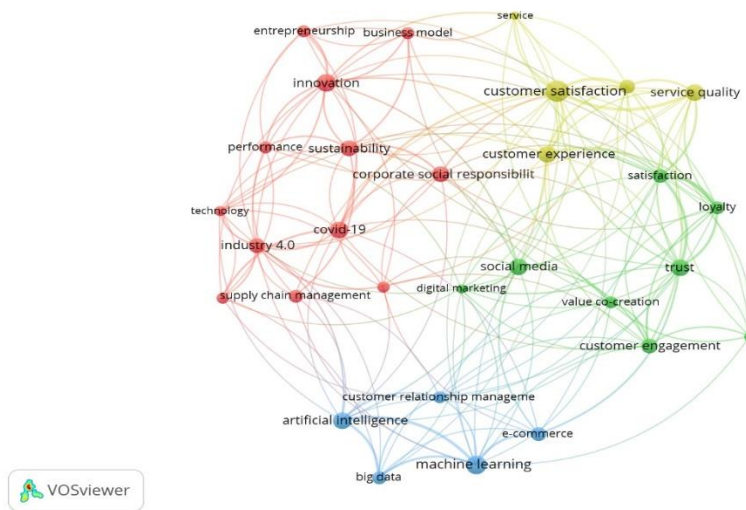


Ilustración 1. Relación de ejes temáticos. Tomado de: VOSviewer.

Esta ilustración detalla las tendencias de búsquedas de palabras claves más frecuentes en un espacio de tiempo (2018 – 2022), en donde se puede ver la frecuencia de tráfico que hay en la web con referencia a la temática central de nuestra investigación. Encontramos que la palabra clave más buscada es “CUSTOMER SATISFACTION” (satisfacción del cliente), la cual es el punto más alto que se quiere alcanzar en los resultados de la investigación.

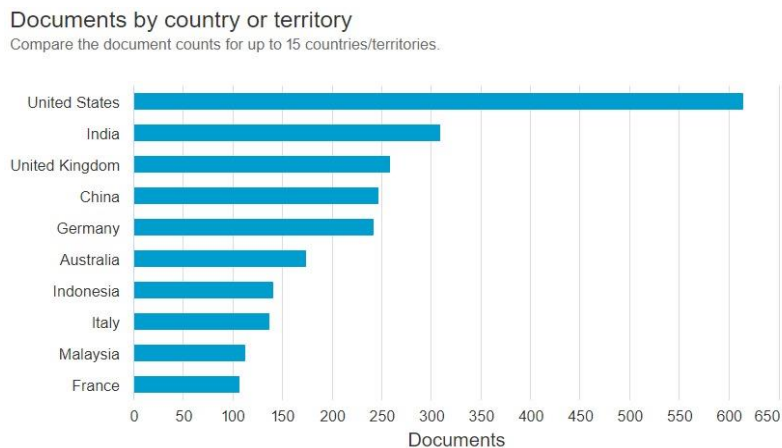


Ilustración 3. Publicaciones por países. **Tomado de Scopus.**

Según la gráfica tomada de Scopus, estos serían los países en donde más se ha investigado en los últimos 5 años al respecto de la atención al cliente; siendo Estados Unidos el referente en estas investigaciones, con más de 600 publicaciones sobre el tema a tratar.

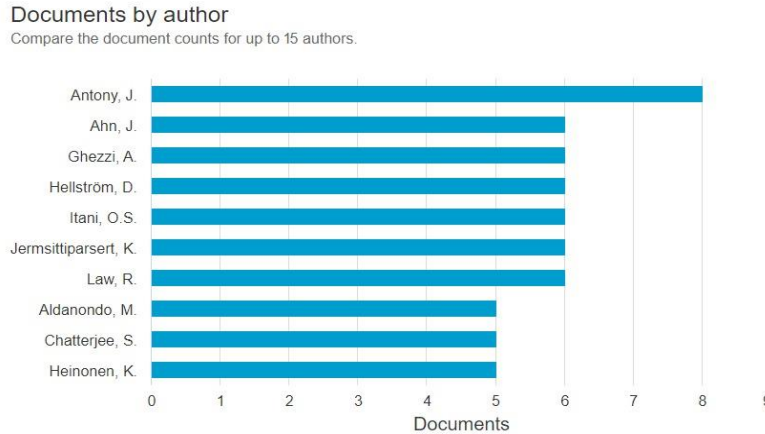


Ilustración 4. Publicaciones por autores. **Tomado de Scopus.**

En la gráfica tomada de Scopus que resalta los 10 autores con mayores influencias en los últimos 5 años, se puede destacar la cantidad de documentos publicados por cada uno que en promedio son 5 por autor, pero sobresale entre los demás el Sr “Antony, J” con 8 artículos publicados.

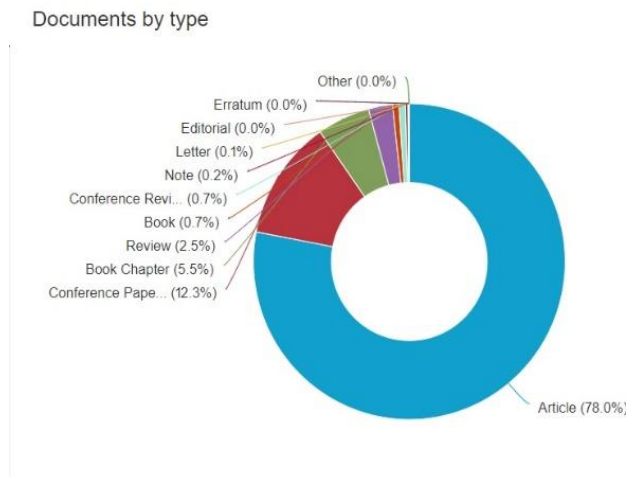


Ilustración 5. Publicaciones por tipos de documentos. **Tomado de Scopus**

En la gráfica tomada de Scopus por tipo de documento, encontramos que los mayormente publicados, referente al tema de investigación, son artículos de revista con un 78%.

Documents by subject area

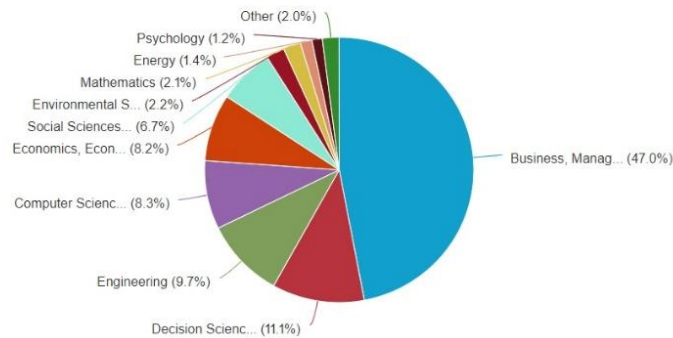


Ilustración 6. Publicaciones por área temática. Tomado de Scopus.

En la gráfica tomada de Scopus por área temática, se encuentra que Business, Management es el área temática con mayor porcentaje de interacción en nuestro tema.

B. Resumen revisión de literatura

En la siguiente matriz los documentos más relevantes de la investigación, Ver tabla 2

Título	Referencia	Hallazgos
Service culture in customer service improvement	(García, 2016)	Tomar en cuenta lo que implica un conjunto de actividades en el servicio al cliente, que debe combinarse oportunamente para ofrecer al cliente el mejor resultado posible. Se requiere, entonces, estudiar nociones como el servicio al cliente, sus características, la cultura en la organización, tipos y funciones, claves para su desarrollo, objetivos para lograr la transformación cultural y la metodología para generar una cultura de servicio.
Optimization of service facilities in a bank	(Monzón García & Willy José, 2011)	Optimizar las facilidades del servicio en una entidad bancaria. Una visión del diseño facilidades, en una empresa bancaria; desde el punto del servicio al cliente, las herramientas de la gestión de la calidad, y el diseño de instalaciones
Statistical analysis using queuing theory to determine the level of satisfaction of the patient treated in the Admissions Department of the Provincial General Teaching Hospital of Riobamba	(Cazorla Huaraca, 2014)	El estudio Modelos de Colas permitió observar el patrón M/M/1 debería ser remplazado al M/M/2 con un 100% de credibilidad. Permitiendo concluir que: el modelo apropiado es de dos servidores en ventanilla para superar justamente la calificación en satisfacción y aportar al Plan de Desarrollo el Buen Vivir.
OPTIMIZATION OF CUSTOMER SERVICE DURING COVID-19 IN FENCED COCHABAMBA OF BANCO NACIONAL DE BOLIVIA	(Castro Guzmán & Mariana Alejandra, 2022)	Estudiar las tipologías de las plataformas virtuales para determinar situaciones concluyentes acerca de la importancia de las operaciones digitales con el fin de facilitar al cliente usuario las tareas suyas.
The implementation of a digital technological system to improve the financial management of		Constatar que la implementación digital es de menor costo, de esa forma se beneficiara tanto el cliente como el Banco con la nueva

Banco Sol for Quechua-speaking clients in the Municipality of Punata		implementación de la era financiera digital, dando como resultado el aumento de microcréditos y depósitos, y también el tamaño de cartera.
Reingeniería de procesos para mejorar el servicio al cliente en un banco de las microfinanzas, Lima, 2018	(Oblitas Rimarachin, 2018)	De los resultados obtenidos se logró determinar que, no existe coordinación en los procesos de atención al cliente, además de los procesos lentos de desembolso y los complicados procedimientos para el otorgamiento de un producto al cliente. La propuesta tuvo la finalidad de rediseñar los procesos para dar un mejor funcionamiento en los procedimientos relacionados con el servicio al cliente, en los cuales se desarrollaron tres objetivos, preparar el campo mediante la implementación de las tecnologías, racionalizar operaciones y optimizar los costos, en donde se encontraron resultados de mucho beneficio para la empresa.
Microfinanzas al servicio del desarrollo social	(FABIANA CULSHAW, 2013)	En el mundo de los microcréditos cada sector de actividad económica tiene sus peculiaridades. Por ejemplo, las bodegas de alimentos en los barrios atraviesan crisis cíclicas por la escasez de productos en el mercado, les resulta difícil acceder a mercadería a precios razonables por la especulación y han decidido aumentar las ventas al detal, para evitar pérdidas.
Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria	(Lévano, 2017)	Para la implementación de la propuesta de mejora se elaboró un cronograma de actividades a seguir en orden de cumplir las etapas de la ésta que, a largo plazo, es viable y rentable según el VAN y TIR obtenidos en el análisis y desarrollo.
Atención al cliente y fidelización en entidades microfinancieras en el distrito de Miraflores – Arequipa, 2021	(Lévano, 2017)	Para la prueba de aprobación o desechar la hipótesis general, se usó el coeficiente Rho de Spearman, cuyo dato nos dio Sig. 0.00 Bilateral y conforme con el valor p para un Sig. $0.000 \leq 0.05$ se deniega la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, ratificando lo que nos muestra los datos, podemos afirmar que la atención al cliente tiene una relación alta con la fidelización en un porcentaje de 28.8%.
Propuesta de mejoramiento y optimización servicio al cliente área de caja-información banco Davivienda oficina éxito san mateo sucursal Cúcuta.	(Sánchez, 2018)	Regulación y auditorias para la atención oportuna de los clientes de la entidad financiera.
Aplicación de la teoría de colas a la atención al público de una correduría de seguros	(Salvador González Vera et al., 2013)	Implementar un modelo, para la toma de decisiones y diseñar sistema de espera.
Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal	(Pulido et al., 2016)	Los resultados detectaron de ciencias en las necesidades del personal; irregularidades en la comunicación entre gerentes y supervisores con el personal operativo, fallas en los aspectos motivacionales y en la formación del trabajador, generando descontento, tanto en los clientes internos como externos. Concluyendo que deben generarse relaciones de confianza entre el personal, brindar participación a los

		trabajadores en la toma de decisiones, potencializando las acciones de mercadeo interno en las instituciones bancarias, lo que se traduce en la optimización del servicio a sus usuarios.
Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario	(Regina Berdugo-Correa et al., 2016)	Resultando la siguiente propuesta de variables de calidad: elementos tangibles, garantía, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, tecnología y conectividad, cobertura, y accesibilidad.

Tabla 2. Resumen literario **Fuente:** elaboración Propia

IV. CONCLUSIONES

Con la realización de la encuesta, deducimos que en general las empresas buscan mantener a los recursos ocupados y se asignan niveles dentro del esquema de cada servicio particular. Manifestamos que, durante la simulación, aplicando teoría de colas, que, utilizando metodologías, propias o de la industria, con una eficaz distribución de los servicios, se puede balancear las necesidades de los clientes, de los recursos y de la empresa.

Surge como conclusión que para mejorar el proceso actual de actividades hay que tener presente dos aspectos fundamentales como son el entendimiento de cómo se mueve la demanda y el rendimiento de cada servicio.

Si el nivel de respuesta solicitado por los clientes permite un período mayor de respuesta, y con la elección de aplicar herramientas de manejo de situaciones de espera, se podrá reducir la cantidad de recursos a tres y continuar defendiendo el sistema estable promedio de utilización cercano al 60%. Con esta nueva distribución, el tiempo de utilización de los recursos se logra nivelar obteniendo tiempo para realizar actividades, que también son relevantes para el cliente, la persona y la organización como son el desarrollo profesional, la capacitación, la automatización de tareas, la investigación y ampliación de la práctica.

REFERENCIAS

- ABDALA, J. P. H., ORDOÑEZ, J. R. R., & JACOME, F. D. J. C. (2021). ESTUDIO DE CONDICIONES PARA LA OPTIMIZACION DEL SERVICIO DE ENERGIA Y ACUEDUCTO DE LA POBLACION DE MOMPOX – BOLÍVAR. SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN. <https://doi.org/doi.org/10.32870/cys.v2020.7586>
- Cazorla Huaraca, F. R. (2014). Análisis estadístico mediante teoría de colas para determinar el nivel de satisfacción del paciente atendido en el Departamento de Admisiones del Hospital Provincial General Docente de Riobamba. <https://doi.org/UDCTFC;226T0026>
- Diego Pineda. (2017). Mala atención al cliente es la principal queja que recibe el sistema financiero. <https://amp.larepublica.co/finanzas/mala-atencion-al-cliente-es-la-principal-queja-que-recibe-el-sistema-financiero-2539743>
- FABIANA CULSHAW. (2013). Microfinanzas al servicio del desarrollo social. DEBATES IESA, Volumen XV. <https://doi.org/0212-555.42.63 / 44.60>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. Dialnet.Unirioja.Es, 18(3), 381–398. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5655321>
- González Vera, P. S. (2013a). Aplicación de la teoría de colas a la atención al público de una correduría de seguros. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10317/3660>
- González Vera, P. S. (2013b). Aplicación de la teoría de colas a la atención al público de una correduría de seguros [Universidad Politécnica de Cartagena]. <https://repositorio.bib.upct.es/xmlui/handle/10317/3660>
- Jorge Ivan Chacon. (2013). Características del cliente - Características del cliente En el microcrédito existen diferentes - StuDocu. <https://www.studocu.com/co/document/pontificia-universidad-javeriana/economico/caracteristicas-del-cliente/1403581>
- Lacalle Calderón, M. (2002). Microcréditos. De pobres a microempresarios. 233.

- Lévano, A. V. (2017). Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621717>
- Monzón García, & Willy José. (2011). Optimización de las facilidades del servicio en una entidad bancaria. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/1654>
- MUNDO MUJER EL BANCO. (2022). Historia. <https://www.bmm.com.co/nuestra-entidad.html>
- Oblitas Rimarachin, E. (2018). Reingeniería de procesos para mejorar el servicio al cliente en un banco de las microfinanzas, Lima, 2018. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2069>
- Pulido, R. P., Burgos, C., & Guiliany, J. G. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/1290>
- Regina Berdugo-Correa, C., Alberto Barbosa-Correa, R., & Margarita Prada-Angarita, L. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *Revistas.Unal.Edu.Co*, 83, 212–221. <https://doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>
- Salvador González Vera, P., Javier, R., Bernal, C., Francisco, J., & García, S. (2013). Aplicación de la teoría de colas a la atención al público de una correduría de seguros. <https://repositorio.upct.es/handle/10317/3660>
- Sánchez, J. S. (2018). Propuesta de mejoramiento y optimización servicio al cliente área de caja – información banco Davivienda oficina éxito san mateo sucursal Cúcuta [Universidad de Santander]. <https://doi.org/http://repositorio.udes.edu.co/handle/001/1001>
- Superintendencia. (2022). Información consolidada anual SFC - Defensor del consumidor financiero - Entidades vigiladas.
- Vivus. (2020). Un poco de historia de los microcréditos: ¿Cómo y dónde nacieron? <https://www.vivus.es/blog/historia-de-los-microcreditos>