

Estudio de las empresa de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua

MONTEJO-CASTRO, Elsi del Carmen†*, ELISEO-DANTÉS, Hortensia, MENESES-HERNÁNDEZ, José Luis y FUENTES-LÓPEZ, Mayra Edilia

Departamento de Ingeniería Industrial. Instituto Tecnológico de Villahermosa

Recibido 04 de Agosto, 2016; Aceptado 23 de Noviembre, 2016

Resumen

Antecedentes: considerando que en México, un alto porcentaje de la población no tiene acceso a los créditos bancarios, por lo cual, las casas de empeño cumplen con una función social, que cubre las necesidades concretas de financiamiento oportuno, al apoyar a las personas a resolver sus problemas económicos momentáneos, a través de préstamos prendarios. Debido a la Globalización las empresas deben esforzarse por mejorar cada día en todos los sentidos. Tema en el que se enfocara la presente investigación, con la finalidad de incrementar el éxito de la empresa. El objetivo principal de la investigación es evolucionar en el servicio, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema, o en la satisfacción de una necesidad. Esta investigación es importante para lograr el éxito de la empresa, y de sus asociados (empleados). Ya que esto se refleja en un beneficio económico para ambos. La técnica utilizada es DELPHI, que consiste en la selección de un grupo de expertos a los que se les pregunta su opinión sobre cuestiones referidas a acontecimientos del futuro. Las estimaciones de los expertos se realizan en sucesivas rondas, anónimas, pero con la máxima autonomía por parte de los participantes. Habiendo obtenido 15 factores claves que fueron determinantes para el diseño de la propuesta de desarrollo del corporativo analizado. Y que se encuentran fundamentalmente adheridos a las variables: económica, social, cultural, tecnológica y política.

Servicio, financiamiento, globalización, factores claves

Abstract

Whereas in Mexico, a high percentage of the population has no access to bank loans, therefore, pawnshops fulfill a social function, covering the specific needs of timely financing, to support people to momentary solve their economic problems through secured loans. Due to globalization companies must strive to improve every day in every way, identifying as an added value: provide quality service to its customers. Issue that this research will focus, in order to increase the success of the company. The main objective of the research is to evolve in service, in essence, desire and conviction to help another person to solve a problem or satisfy a need. This research is important for the success of the company, and its associates (employees). Since this is reflected in an economic benefit for both. The technique used is DELPHI, which involves selecting a group of experts who are asked their opinions on issues related to future events. The expert estimates are made in successive rounds, anonymous, in order to try to achieve consensus, but with maximum autonomy for participants. Having obtained 15 key factors were crucial to the design of the proposed development of corporate analyzed? And they are fundamentally attached to variables: economic, social, cultural, technological and political.

Service, finance, globalization, key factors

Citación: MONTEJO-CASTRO, Elsi del Carmen, ELISEO-DANTÉS, Hortensia, MENESES-HERNÁNDEZ, José Luis y FUENTES-LÓPEZ, Mayra Edilia. Estudio de las empresa de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua. Revista de Negocios y PYMES 2016, 2-6: 35-41

† Investigador contribuyendo como primer autor.

*Correspondencia al Autor .Correo Electrónico: (elsimontejod@hotmail.com)

Introducción

En la actualidad, los clientes son cada vez más exigentes, ya no solo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido y confiabilidad en los servicios.

Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar un aspecto de mejora.

Mediante la presente investigación, se podrá entender lo que realmente significa brindar un servicio de calidad a los clientes, al analizar las variables del contexto y al final lograr una propuesta de mejora que contribuya al crecimiento de la organización, ya que al enfrentarse a presiones competitivas cada vez más fuertes, las empresas tienen una mayor necesidad de mejorar significativamente en todos los sentidos, para poder participar en el contexto global que exige la sociedad.

Es necesario orientar a las organizaciones mexicanas hacia el terreno de la productividad y competitividad como una tarea urgente, los especialistas en la materia tienen opiniones coincidentes sobre un sin número de decisiones que se deben tomar, más aun cuando estos conceptos se encuentran ligados a mejorar de la calidad de vida de las sociedades.¹

Considerando que en México, un alto porcentaje de la población, no tiene acceso a los créditos bancarios, las casas de préstamo cumplen con una función social, que cubre las necesidades concretas de financiamiento oportuno. En el corporativo seleccionado a nivel región Sureste se ha observado que no toda el personal muestra interés en dar una buena atención al cliente, muchas veces sólo se limitan a contestar lo que el cliente pregunta.

Pero no se demuestra una actitud de servicio y tampoco de asegurar la satisfacción del mismo, por lo que es importante realizar estudios a fondo para medir el nivel de los elementos que conforman dicho sistema, así como la influencia que las variables del contexto han tenido sobre el mismo. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema, o en la satisfacción de una necesidad. La calidad en el servicio es primordial en el mercado tan competitivo que existe en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto es la esencia de los casos de empresas de servicios. El presente trabajo de investigación es importante para lograr el éxito del corporativo, y de sus asociados (empleados). Ya que esto se refleja en un beneficio económico para ambos.²

Descripción del método

Los pasos formales a desarrollar, para contar con todos los elementos necesarios que permitan visualizar los escenarios de estudio de manera integral, así como las técnicas a aplicar y las posibles propuestas para dar las soluciones y poder lograr los cambios significativos se pueden visualizar en la siguiente figura 1.



Figura 1 Metodología para la Investigación

La metodología de previsión Delphi utiliza juicios de expertos en tecnología o procesos sociales considerando las respuestas a un cuestionario para examinar las probables orientaciones del desarrollo de tecnologías específicas, meta-tipos de tecnologías o diferentes procesos de cambio social. Para generar un diagnóstico de la situación actual del corporativo tomado como muestra a nivel regional (Región Tabasco), se utiliza el instrumento de Autodiagnóstico Institucional, el cual nos permitirá evaluar los ocho criterios básicos, que toda empresa debe tener para encausarse a un esquema de calidad. El autodiagnóstico es un ejercicio en el que los miembros del corporativo identifican y califican los principales elementos de la organización y el avance que tienen en su proceso de desarrollo. Cada uno de los criterios está determinado por un número determinado de indicadores. En el que hay una escala del 10 al 100, donde el 100 representa el grado más alto de avance en la realidad de la empresa.

El análisis estructural se basa en el estudio de la estructura, esto es, del “conjunto de elementos y de interrelaciones que caracterizan, con cierta permanencia, una determinada situación real”; así interdependencia, globalidad y permanencia se convierten en conceptos fundamentales del análisis estructural.³ El análisis estructural es una herramienta de estructuración de una reflexión colectiva. Ofrece la posibilidad de describir un sistema con ayuda de una matriz que relaciona todos sus elementos constitutivos.

Análisis a partir del método del Método estructural

Partiendo de esta descripción, este método tiene por objetivo, hacer aparecer las principales variables influyente y dependientes y por ello las variables esenciales a la evolución del sistema.

El análisis estructural se realiza por un grupo de trabajo compuesto por actores y expertos con experiencia demostrada, pero ello no excluye la intervención de “consejeros” externos. Generando con ello la matriz de doble entrada, la cual es de suma importancia por los factores que genera a partir del análisis de cada una de las variables del contexto.⁴

Resultados

Perfil integral del corporativo financiero región tabasco						
#	Criterio	G.	G.	S	A	% PRO
1	Satisfac	8	7	7	6	73
2	Lideraz	8	8	8	8	84
3	Desarrol	7	7	7	7	75
4	Admón. de la	9	9	9	9	96
5	Planeaci	9	9	9	9	94
6	Gestión v	7	7	6	6	69
7	Impacto	1	1	1	1	11
8	Resulta	9	9	9	9	91

Tabla 1 Perfil Integral región Tabasco

La tabla 1, la cual nos muestra que la empresa tiene un promedio general de 74% de avance al logro de la calidad, situándose en un nivel de empresa Competente. Los niveles más altos se encuentran en las áreas de Admón. De la información y la Tecnología, Planeación estratégica, resultados y liderazgo. En los puntos de Desarrollo del personal y gestión del capital intelectual, satisfacción del cliente y Gestión mejora de procesos, se encuentra en proceso de Desarrollo.

Y se detectaron áreas de oportunidad en la Gestión y Mejora de procesos. Así como brindar especial atención al rubro de Impacto a la Sociedad.

Factor	Nombre	Definición
F1	Ambito social	Se refiere a la imagen corporativa de la empresa, y a la preferencia de los clientes.
F2	Ambito Cultural	Concieme a costumbres, tradiciones y valores que afloran en la organización.
F3	Ambito Económico	Son los elementos cuantitativos que actualmente inciden en la productividad del grupo empresarial.
F4	Ambito Ambiental	Se consideran los elementos tanto tangibles como intangibles que afectan el ambiente laboral del corporativo.
F5	Ambito Político	Las leyes y lineamientos que surgen de las diversas entidades gubernamentales.
F6	Ambito Tecnológico	Implica la capacidad de tecnología en el grupo.
F7	Capacitación	Capacitación, adiestramiento y desarrollo de actitudes y aptitudes en la organización para su formación.
F8	Liderazgo	Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en las personas, trabajando hacia el logro de sus metas y objetivos.
F9	Comunicación	Es la actividad consciente en intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir.
F10	Falta de compromiso	Son aquellos empleados que no están contentos con su trabajo, afectando negativamente la productividad y el crecimiento de la organización.
F11	Enfoque al cliente	Conocer a los clientes internos y externos, para satisfacer sus necesidades.
F12	Rotación de personal	Se dice que el personal rota cuando trabajadores se van de la compañía (ya sea porque son despedidos o renuncian) y son reemplazados por otros que cubren sus puestos y asumen sus funciones.
F13	Falta de visión e iniciativa del personal	Estas personas se desconectan de las estrategias y no agregan ningún valor a la organización.
F14	Delincuencia	Se refiere a las personas que cometen delitos y violan las
F14	Competencia	Concieme a las empresas del mismo ramo que se encuentren bien consolidadas en el

Tabla 2 Listado de Factores según análisis estructural

FACTOR	NOMBRE	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	MOTRICIDAD TOTAL
F1	Ambito Social	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	10
F2	Cultural	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
F3	Ecónomica	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	9
F4	Ambiental	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
F5	Política	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
F6	Tecnológica	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5
F7	Capacitación	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	10
F8	Liderazgo	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	10
F9	Comunicación	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	11
F10	Falta de compromiso	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
F11	Enfoque al cliente	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	10
F12	Rotación de personal	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11
F13	Falta de visión e iniciativa del personal	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
F14	Delincuencia	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	6
F15	Competencia consolidada	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	7
DEPENDENCIA TOTAL		13	13	10	8	5	5	11	9	9	10	9	12	9	6	7	136

Tabla 3 Matriz de Motricidad y Dependencia

En la matriz se muestra el listado de factores con sus respectivos valores de acuerdo al análisis realizado, la parte vertical corresponde a la motricidad y la parte horizontal a la dependencia.

El Grado de Motricidad indica el grado de influencia que tiene un factor con otro. Así mismo el de Dependencia indica que tan dependiente es un factor con respecto a otro. En ocasiones los factores muestran los dos grados de forma simultánea y esto nos indica cuales son las áreas en las que se debe tener mayor enfoque.

FACTOR	NOMBRE	MOTRICIDAD	%	DEPENDENCIA	%
F1	Ambito Social	10	7.35	13	9.56
F2	Cultural	14	10.29	13	9.56
F3	Económica	9	6.62	10	7.35
F4	Ambiental	10	7.35	8	5.88
F5	Política	3	2.21	5	3.68
F6	Tecnológica	5	3.68	5	3.68
F7	Capacitación	10	7.35	11	8.09
F8	Liderazgo	10	7.35	9	6.62
F9	Comunicación	11	8.09	9	6.62
F10	Falta de compromiso	10	7.35	10	7.35
F11	Enfoque al cliente	10	7.35	9	6.62
F12	Rotación de personal	11	8.09	12	8.82
F13	Falta de visión e iniciativa del personal	10	7.35	9	6.62
F14	Delincuencia	6	4.41	6	4.41
F15	Competencia consolidada	7	5.15	7	5.15
TOTAL		136	100	136	100

Tabla 4 Valores de Motricidad y Dependencia

En la tabla 4 se observar el número de factores, los valores de motricidad y de dependencia, así como sus porcentajes proporcionales. Lo cual fue determinante para el diseño de los cuadrantes en los que se ubica la zona de conflicto, zona de poder, zona de problemas autónomos y zona de salida.

Zona de Poder:

Ambiental (F4), Liderazgo (F8), Comunicación (F9), Enfoque al cliente (F11), Falta de visión e iniciativa del personal (F13).

Zona de Conflicto:

Ámbito Social (F1), Cultural (F2), Económica (F3), Capacitación (F7), Falta de compromiso (F10), Rotación de personal (F12).

Zona de Problemas Autónomos:

Política (F5), Tecnológica (F6), Delincuencia (F14), Competencia consolidada (F15).

Zona de Salida:

Ningún factor.

Propuesta

En Como resultado de la interacción de expertos, las investigaciones, análisis previos, y estudios realizados, se propone el siguiente modelo de mejora, el cual pretende contribuir al crecimiento del Corporativo financiero región Tabasco, así como al desarrollo del personal que labora en el mismo, logrando que mejoren e incrementen su productividad, y con esto se enfoquen en un esquema de calidad total.

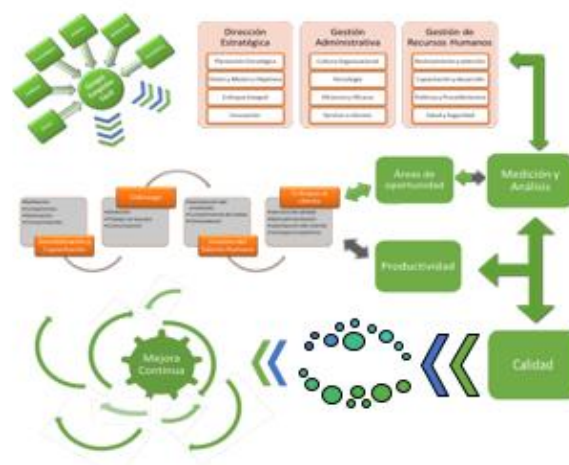


Figura 1 Modelo de mejora

Debido a la Globalización que se vive en la actualidad, al entorno cambiante y difícil de controlar, es importante que la empresa conozca la interrelación que tiene con las variables del contexto, así como su influencia sobre el mercado, con el fin de anticiparse a los problemas, ya que esto le ayudará a planificar y entender el entorno que nos rodea y como consecuencia poder tomar mejores decisiones, debido a tener un panorama más amplio de lo que sucede en nuestro entorno.

En el Modelo observamos los puntos que tiene definida la Organización; Planeación Estratégica, Gestión Administrativa, y Gestión de Recursos Humanos.

Los cuales facilitarán el llegar a ser una empresa competitiva y por ende, exitosa. Estos aspectos proporcionan un marco de referencia para que la organización se pueda conducir a un mejor funcionamiento en todas las áreas. El éxito de una planificación estratégica radica en el poder de anticipación, la iniciativa y la reacción oportuna del cambio, también del apoyo que tenga por parte de los altos directivos y los trabajadores, planeando constantemente las actividades a realizar y no de manera improvisada, consecuencia de esto se establecen los objetivos de la organización y la definición de los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

Conclusiones

El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal).

El mayor reto de las empresas es superar las expectativas, de esta forma un valor agregado tanto de la atención como del servicio al cliente. En esta fase del proceso, la atención y el servicio al cliente son un todo indisoluble.

En una organización dirigida al cliente, el personal responsable de su atención, se convierte en un elemento fundamental para conseguir los objetivos, ya que son quienes brindan los servicios y atiende las necesidades de los clientes.

Por lo tanto la motivación del personal debe ser tomada en cuenta dentro de las organizaciones. Ya que está presente en todos los aspectos de la vida de los seres humanos. Todas las personas tienen necesidades que no se satisfacen con dinero. La vida social de los trabajadores, debe tener un equilibrio con su jornada laboral.

La productividad de una organización depende en gran medida del recurso humano. Las personas necesitan estar seguras de que son apreciadas y valoradas, que sus esfuerzos y aportes son reconocidos, que gracias a estas acciones obtendrán gratificaciones, y que sus puestos de trabajo son espacios seguros y confiables, de donde obtienen el sustento, para sobrevivir y para alcanzar un constante desarrollo personal.

Este bienestar del trabajador se traduce en alto rendimiento y mayor productividad económica y de imagen para una organización. De allí la importancia de implementar políticas claras y efectivas de motivación laboral.

Las organizaciones deben adoptar una actitud de mejora continua en los negocios, un modelo de trabajo y organización que le haga posible mantener e incrementar su competitividad cumpliendo con todas las expectativas de sus participantes.

Referencias

- BUENO, E. MORCILLO, P. Y SALMADOR, M. P. (2006): Dirección Estratégica. Nuevas Perspectivas Teóricas. Pirámide. Madrid.
- GODET, M., DUPERRIN, J.C. (1974). MICMAC: Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación.
- BRIONES, G. (1995). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, 2ª reimp., Ed. Trillas, México.
- PADUA, JORGE. (2004). Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México.
- CANTÚ, D. H. (2001). Desarrollo de una Cultura de Calidad. Editorial McGraw Hill. México.
- CROSBY – PHILIP. (1996). Reflexiones sobre la Calidad. 2da Edición. Editorial McGraw – Hill, México.
- DEMING, W. E. (1989). “Calidad, Productividad y Competitividad”, Ed. Días de Santos, España.
- FRED R., DAVID. (1999). “Conceptos de Administración Estratégica”, quinta Edición Prentice Hall Hispanoamericana, México.
- GALGANO, ALBERTO. (1998). Calidad Total, clave estratégica para la competitividad de la Empresa.
- JURÁN. (1988). Planning for Quality, New York, New York: The Free Press.
- J. M. JURAN Y F. M. TRYNA.(2005) Análisis y planeación de la calidad. Mc Graw Hill.
- KOONTZ, HAROLD. (2008). Administración: una perspectiva global y empresarial. México, D.F.: Mc GrawHill Interamericana.
- MINTZBERG, HENRY. (1994). the rise and fall of strategic planning.
- PORTER, MICHAEL. (1995). Competitive strategy. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Vigésima Reimpresión, Editorial Continental S.A. México.