

INVESTIGACIÓN EN ACCIÓN Y EL USO DE VIDEOS PARA REPLICAR RUTINAS INTERORGANIZATIVAS EN EL SERVICIO POSTVENTA

Irene Martín Rubio (irene.mrubio@upm.es)

ETSIDI- Escuela Técnica Superior de Ingeniería y Diseño Industrial

Juan Antonio Herrero Romero (juanantonio.herrero@newholland.com)

Gerente Desarrollo Red New Holland, España, Portugal e Iberia

Doctorando ETSIDI

La necesidad de realizar con calidad y agilidad un servicio de postventa en industrias como la de automoción y distribución de maquinaria agrícola fomenta la búsqueda de nuevos paradigmas de relación entre la empresa matriz y las empresas concesionarias del servicio postventa. La competencia en mercados maduros necesita nuevos modelos para reemplazar el pensamiento tradicional en la gestión estratégica y organizativa de sus operaciones.

Las rutinas no son comportamientos sino que son disposiciones organizativas capaces de poner en marcha el comportamiento de una serie de grupo de individuos implicados. Comprender la estructura interna y el dinamismo de las rutinas organizativas exige explorar los mecanismos de transferencia de conocimiento entre la matriz (fabricante) y las empresas distribuidoras (concesionarios) con el fin de entender los procesos de generación de nuevas rutinas en las distintas unidades.

La investigación que presentamos propone un modelo para entender, primero, las rutinas interorganizativas que existen entre la empresa matriz y las empresas concesionarias. Segundo, investigar cómo mejorarlas. Y tercero, cómo introducir nuevos modelos de relación de forma ágil.

Se ha elegido la metodología Action Research (AR), o en castellano conocida como Investigación en Acción porque el fenómeno a estudiar no encajaba en los métodos tradicionales de investigación, ya que al mismo tiempo que se realiza el análisis científico, se ayuda al equipo directivo en su propio trabajo.

En la Investigación en Acción hemos seguido las siguientes etapas:

Etapas 1: Análisis actual de las rutinas inter-organizativas en New Holland.

Etapas 2: Presentación del nuevo modelo propuesto.

Etapas 3: Definición de un piloto esquema: realización de un vídeo

Etapas 4: Implementación del modelo generando expectativas a través del vídeo realizado.

En este trabajo nos detenemos en la tercera etapa para mostrar el vídeo realizado en *New Holland* con el fin de facilitar replicar las rutinas en todas las empresas concesionarias implicadas.

Los vídeos han venido siendo utilizados desde hace más de 25 años para apoyar el proceso de transmisión de conocimientos tácitos e ideas. La visualización narrativa del vídeo a través de su modelaje dinámico permite ser utilizados para replicar rutinas para que sean similares en todas las unidades organizativas implicadas. Esta es la principal contribución de este trabajo.

Esperamos haber establecido las bases para una agenda ambiciosa de investigación con la metodología de "Investigación en Acción". Su debilidad potencial queda contrarrestada no sólo por su inducción analítica, que tiene numerosos beneficios comparados con otros enfoques de investigación cualitativos para contrastar teorías, sino también porque permite contribuir a resolver problemas en las operaciones a la vez que mejorar teorías.

La propia metodología AR nos ha permitido explorar el proceso de replicación de las rutinas inter-organizativas de las operaciones de venta y post-venta. El proceso de imitación desarrollado es más complejo que la simple réplica de hábitos. Las organizaciones complejas son muy recientes en la historia humana. Actualmente, se está refinando el concepto de replicación para observarlo como un nodo de una red neuronal que es capaz de generar copias en la misma. Hemos observado como la réplica de rutinas a nivel organizativo tiene efecto en los procesos y en el avance de la profesionalización de las empresas distribuidoras.

Con el vídeo realizado (conocido como MSR: Management, Strategy & Results) se ha incrementado la cuota de mercado en España en 3 puntos en las 5 empresas distribuidoras que han participado en la realización del vídeo, siendo la persona que desarrolla la red J.A. Herrero Romero. Actualmente se está trabajando en su difusión en el resto de la red de distribución.

Animamos a utilizar a futuros investigadores la metodología de Investigación en acción para poder avanzar con dinamismo en el desarrollo ágil de las operaciones.

Referencias:

- Alfaro, J.A. y Avella, L. (2013). "Investigación en Acción: como impulsar la contribución de la universidad en la competitividad de las organizaciones". *Harvard Deusto Business Research*, II (2), 60-72
- Aunger, R. (2002). *The electric meme: a new theory of how we think*. Free Press, New York.
- Jewitt, C. (2012). *An introduction to using Video for Research*. NCRM (National Centre for Research Methods Working Paper).
- Nelson, R.R. y Winger, S. G. (2002). "Evolutionary theorizing in economics", *Journal of Economic Perspectives*, 16 (2), 23-46
- Pentland, B.T. y Feldman, M.S. (2005). "Organizational Routines as a unit of analysis" *Industrial and Corporate Change*,. 14 (5), 793-801
- Zuber-Skerrit, O. y Perry, C. (2000). "Action Research in graduate management thesis" in *Action Learning, Action Research and Process Management: Theory, Practice, Praxis*". Action Research Unit, Faculty of Education, Griffith University, Brisbane