

ACEDDOT Workshop in Operations Management and Technology

LIBRO DE ACTAS



ACEDEDOT Workshop in Operations Management and Technology

© González Benito, Lucía Avella Camarero, Daniel Arias Aranda

I.S.B.N.: 978-84-15026-03-7

Depósito Legal: GR- 2070/2010

Edita e Imprime: Copicentro Granada S.L

Propuesta de Metodología Cualitativa y Cuantitativa para la Investigación en Dirección de Operaciones

Francisco García Pérez, Lucía Avella Camarero, Sandra Valle Álvarez, Daniel Vázquez Bustelo (*U. De Oviedo*)

Este trabajo propone una metodología de investigación en Dirección de Operaciones (DO) basada en la combinación del análisis cuantitativo (estimaciones econométricas con los datos de una encuesta) y cualitativo (estudio de casos).

En DO existen fenómenos que no se pueden explicar ni comprender completamente usando herramientas cuantitativas. Por ello, se hacen necesarias las metodologías de carácter cualitativo que, al constituir una reflexión en y desde la práctica, permiten que la investigación fluya de los datos a la teoría. Concretamente, el análisis de casos resulta adecuado para investigaciones tempranas y exploratorias, en las que se trata de profundizar en el conocimiento del tema seleccionado, desarrollando nueva teoría y/o revisando la ya existente. Puesto que se obtiene información de múltiples fuentes y se analiza en detalle y en su escenario natural un determinado fenómeno, se obtiene una mejor comprensión del mismo y de las relaciones que lo definen. Además, el estudio de casos no está sujeto a las rigideces propias de los cuestionarios y de los modelos formales y, al analizar un fenómeno en su contexto, puede conducir a los investigadores a desarrollar nuevas y creativas perspectivas sobre el mismo. De hecho, muchos de los conceptos y teorías más disruptivas en DO han sido desarrollados a través de la investigación de campo. No obstante, el rigor de la investigación cualitativa debe ser garantizado asegurando su fiabilidad y validez. Para ello, se puede utilizar un protocolo de investigación, materializado en un cuestionario, contar con la participación simultánea de varios investigadores en el proceso y, especialmente, realizar una triangulación de los datos empleando diferentes fuentes de evidencia (entrevistas, observaciones directas o investigación de archivos).

En función de lo expuesto, se propone una metodología de investigación que complementa el análisis cuantitativo con el estudio cualitativo, identificándose en el proceso las siguientes etapas:

1. Revisión de los antecedentes teóricos del tema objeto de análisis.
2. Obtención de un modelo teórico con proposiciones concretas.
3. Diseño de un cuestionario preliminar en base a dicho modelo.
4. Análisis de casos múltiples apoyado en el cuestionario previo (investigación exploratoria), permitiendo, a su vez, el pre-test del mismo.
5. Modificación del modelo de partida y formulación de hipótesis definitivas, en base a los resultados anteriores.
6. Diseño del cuestionario definitivo.
7. Envío del cuestionario definitivo a una muestra amplia de empresas (investigación confirmatoria).
8. Contraste de hipótesis a partir de la información obtenida, utilizando las técnicas econométricas más adecuadas.

Quality Management in Sport Tourism Organizations - Empirical Study Proposal

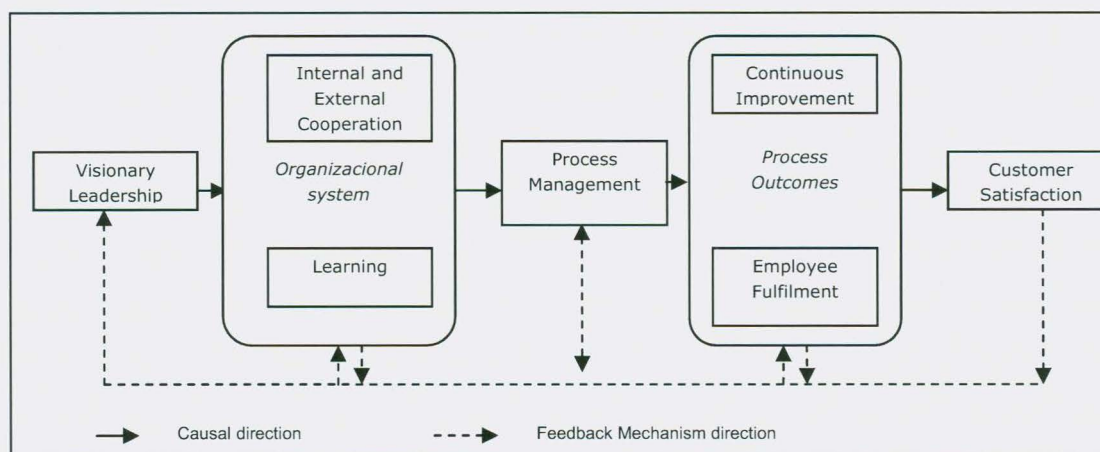
José Ángel Miguel Dávila (*U. de León*), Pedro Miguel Monteiro Rodrigues (*Inst. Politécnico de Bragança*)

La actividad turística asume un papel cada vez más importante de entre las actividades generadoras de riqueza. Esta tendencia es reconocida por los agentes políticos, gestores de negocios y académicos. En la actualidad, el turismo y el deporte parecen beneficiarse mutuamente de su asociación - el turismo

desarrolla ofertas de las actividades dirigidas para el deporte y el deporte se practica generalmente conjuntamente con actividades turísticas (Standeven & Knop, 1999). La producción de servicios, en general, y los servicios asociados al fenómeno turístico, en particular, han sufrido una rápida evolución resultado de la influencia ejercida, tanto por la constante evolución de las expectativas de los clientes, como por la creciente competencia. En este contexto, la exploración de nuevas formas de dirigir las organizaciones con el objetivo de aumentar la eficacia y eficiencia de las organizaciones parece ser una premisa crítica para su desarrollo en el medio y largo plazo.

La visión de los autores sobre *Total Quality Management* (TQM) es prominente en artículos sobre la calidad en compañías de manufactura y no tanto en trabajos sobre la calidad en empresas de servicios. Sin embargo, las bases teóricas y los métodos del TQM permiten su aplicación en industrias tanto de productos como de servicios (Anderson et al., 1994; Banerji et al., 2005; Bell & Keys, 1998; Deming, 1986; Waldman, 1994). Algunos autores defienden que son los recursos *soft* y no las herramientas y técnicas del TQM, las que conducen al éxito del TQM (Powell, 1995), especialmente en lo que respecta a los servicios (Sureshchandar et al., 2002; Vouzas & Psychogios, 2007). Con base en el trabajo de Deming, Anderson et al. (1994) elaboran un modelo de gestión designado por *Modelo de Deming*. Este modelo está dirigido a la satisfacción de los clientes, basado esencialmente en los conceptos de liderazgo visionario, cooperación interna y externa, aprendizaje, gestión del proceso, mejora continua, realización de los trabajadores y satisfacción de los clientes expuestos en la figura 1.

Figure 1: Proposed theory of quality management (Anderson et al., 1994)



Los estudios empíricos encontrados en la bibliografía que tienen por base el modelo referido son todavía escasos. Los resultados de los estudios elaborados, hasta el momento actual, indican que el modelo es válido en industrias de manufactura (Anderson et al., 1995; Hales & Chakravorty, 2006; Rungtusanatham et al., 1998) en hospitales (Douglas & Fredendall, 2004) y en empresas de varios tamaños, con y sin ánimo de lucro, de servicios, organizaciones estatales, tanto de servicios como de manufactura (Fisher et al., 2005). Estos trabajos soportan la mayoría de las relaciones propuestas por el modelo de gestión de Deming, pero no siempre el modelo al completo. Por lo tanto, los autores sugieren que son necesarios más estudios en industrias diferentes de las utilizadas. No fue encontrado ningún trabajo dirigido a los servicios de deporte, turismo, ocio o turismo deportivo que haga referencia a este modelo. A nuestro entender y en el contexto actual, el Modelo de Deming propuesto por Anderson et al. (1994) necesita más estudios empíricos, por lo que proponemos su estudio en un contexto de organizaciones de turismo deportivo.

La investigación en curso presenta los siguientes objetivos: a) verificar la aplicabilidad del modelo de Deming propuesto por Anderson et al. (1994) a la industria del turismo deportivo; b) comprobar las relaciones propuestas por el modelo teórico con datos de organizaciones gestoras de estaciones de

esquí (46) y campos de golf (461) de España y Portugal (507); c) analizar los resultados empíricos obtenidos, con el propósito de aportar conclusiones y recomendaciones para la industria y el cuerpo de conocimiento existente. La recogida de datos está siendo efectuada a través de un cuestionario distribuido por email (una vez validado por especialistas del sector del turismo deportivo) y previa llamada telefónica. El cuestionario fue originalmente aplicado por Anderson et al. (1995) y posteriormente mejorado por Fisher et al. (2005). Una vez adaptado al sector del turismo deportivo, el instrumento de 52 ítems incluye las siete dimensiones referidas anteriormente y que constituyen el Modelo Deming.

Revisión Teórica del Modelo de Implantación del TPM y Análisis de Líneas de Investigación Futuras

Juan A. Marín-García, Rafael Mateo, Julio J. García-Sabater, Pilar I. Vidal-Carreras (*U. Politécnica de Valencia*)

Algunas compañías se plantean estrategias como el TPM (Total Productive Maintenance) para la obtención de mejoras tangibles e intangibles en la organización, que les ayuden a afrontar las dificultades del negocio. La gran mayoría de las organizaciones no son capaces de acometer con éxito la implantación del TPM por no considerar las causas de fallo que se pueden presentar durante el desarrollo del modelo de implantación.

Nuestro trabajo se plantea con un doble objetivo. En primer lugar realizar una revisión de publicaciones para concretar el estado del arte, en el que se identifica un claro consenso académico sobre: la definición del TPM; las ventajas que supone la implantación para las empresas de proceso, fabricación y ensamblado; la metodología de implantación, barreras, facilitadores y causas más comunes de fallo (problemas) que afectan al éxito de la implementación. La principal contribución académica de este objetivo es integrar la bibliografía existente y aportar, como novedad, una propuesta de relación entre causas de fallo y facilitadores para solucionarlas, agrupadas por etapas en el proceso de implantación. Esta propuesta no aparece recogida en la literatura previa, sin embargo es posible construirla a partir de las aportaciones de los múltiples artículos publicados hasta la fecha por diversos autores.

En segundo lugar queremos resumir las líneas de investigación actuales solicitadas en los artículos sobre TPM publicados en revistas académicas y debatir con los colegas la pertinencia académica y la viabilidad de publicación de la contribución realizada en el objetivo 1 y la de una investigación centrada TPM para abordar alguna de las líneas de investigación detectadas

Nivel de Descentralización en Red de la Actividad Logística de la Empresa y Nivel de Performance. Un Análisis Empírico de la Empresa Catalana

Carlos Cabañero Pisa (*U. Oberta de Catalunya*), José M^a Castán Farrero (*U. de Barcelona*), Josep Lladós Masllorens (*U. Oberta de Catalunya*)

La descentralización de la función de operaciones es una característica clave de los procesos de cambio organizativo que se han venido produciendo como consecuencia de la incorporación de las tecnologías digitales en la actividad empresarial desde mediados de los noventa. Es precisamente esta vinculación bidireccional entre inversión en tecnologías digitales y descentralización productiva una condición necesaria que permite rentabilizar dichas inversiones mejorando así, el performance de la empresa.