

Compilación de Resultados Proyecto PAR Periodo 2016-2017: Caso IIES-UNAH

Resumen

La presente investigación tiene a bien exponer las experiencias, retos afrontados y resultados obtenidos en el periodo 2016-2017 (hasta el mes de Septiembre 2016), durante la ejecución de la primera etapa de Proyecto del IIES-UNAH denominado: Producción de Alto Rendimiento (PAR) Sector Hotelero, Periodo 2016-2017. Presentando en este documento los insumos, procesos y salidas desarrollados por este proyecto.

Dentro de los elementos a destacar en este documento, se resaltarán 3 elementos: Docencia, Vinculación e Investigación (Congresos Locales e Internacionales).

Palabras clave: Gestión, Proyecto, Investigación.

Introducción

El presente documento tiene a bien documentar la estrategia con la cual se planifico, desarrollo y agendo, los distintos entregables a nivel tres áreas de gestión del Proyecto PAR (Docencia, Vinculación e Investigación), el cual representa las prioridades investigativas del Grupo de Estudios Administrativos (GEA) perteneciente su vez al Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (IIES-UNAH).

Es importante señalar que el proyecto PAR ha procurado desde mediados del año 2015 planificar las distintas actividades de vinculación, docencia e investigación, en base a los avances que se han sostenido con los distintas organizaciones/asociaciones del sector hotelero y demás stakeholders de la pesquisa, de igual manera, es importante mencionar que en acorde a las temáticas PAR en gestión, se seleccionaron los congresos de investigación en los cuales participar.

A nivel del Eslabón de Vinculación se resalta, el acompañamiento del Instituto Hondureño del Turismo, Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH), Asociación de Pequeños Hoteles de Honduras, Instituto Hondureño del Turismo, entre otros,

A nivel del Eslabón de Docencia, se destacan, las distintas visitas y acompañamiento a varios estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (FCEAC), a quienes se les ha dado un seguimiento integral a sus propuestas de investigación, socializadas en congresos locales e internacionales, resaltando el nombre la UNAH en varias instancias académicas y científicas.

Finalmente se habla, del eslabón investigativo, en el cual inicialmente se habían presupuestado alrededor de: 5 investigaciones y más de 4 artículos profesionalizantes para el boletín y notas de prensas (tanto locales como internacionales), desglosados de esta manera:

- Al menos 1 investigación por investigador en un Congreso Internacional de renombre (sea POMS 2016, IAMB 2016, ALAFEC 2016, etc.).
- Al menos 1 investigación por investigador del proyecto PAR en el congreso de Investigación local, promovido por la DICYP-UNAH 2016.
- Al menos 1 investigación por investigador del proyecto PAR en el congreso de Investigación local, promovido por la CEAT-UNAH 2016.
- Al menos 1 investigación por investigador del proyecto PAR en la revista Científica de Investigación local (denominada: "Ciencia y Tecnología"), promovido por la DICYP-UNAH 2016.
- Al menos 1 investigación por investigador del proyecto PAR en la revista Científica de Investigación local (denominada: "Economía y Administración"), promovido por la DICYP-UNAH 2016.
- Al menos 4 análisis por investigador del proyecto PAR en el boletín del IIES-UNAH, (denominada : "Ciencia y Tecnología"), promovido por la DICYP-UNAH 2016.

Situación que fue superada por un número importante de ponencias (mas de 15 trabajos de investigación entre revistas, congresos locales y congresos internacionales). Por otro lado es importante el definir qué parte del proceso de vinculación se suman los entregables que atañen a la estrategia de recolección de información figuran:

- La entrega del Libro de Códigos ajustado al lenguaje sectorial, del ámbito de servicios hotelero. El cierre del acondicionamiento de las escalas (aún está pendiente, se han elaborado 9 filtros a la fecha, este entregable está pendiente de cerrarse). Con la participación de la Dirección del IIES-UNAH PhD Cesar Ortega Jiménez, Taria Andino Ruiz y PhD Jesús David Argueta Moreno. Elaborando mapas de evidencias empíricas y glosarios para el pleno entendimiento de los términos que se requieren ajustar, eliminar o mudar.
- El desarrollo de un Panel de Expertos, con el apoyo del Método Delphi, a fin de validar los ajustes efectuados a las escalas del libro de códigos perteneciente al High Performance Manufacturing (HPM).
- Formalizar la relación con las distintas asociaciones pertenecientes al ámbito hotelero, como ser Cámara Nacional de Turismo (CANATURH), Asociación de Pequeños Hoteles de Honduras (HOPEH), entre otras. Las cuales han sido previamente abordadas.
- Formalizar la participación de los hoteles previamente abordados, durante la gira llevada a cabo en el mes de noviembre del año 2015. Señalando que en esta gira se visitó a 40 hoteles, en los departamentos de Atlántida, Cortez, Francisco Morazán y Comayagua

- Elaborar agenda de visita a los hoteles, según su ubicación y disponibilidad de atención. Esta agenda es tentativa, dado que aún no se han logrado cerrar las escalas del libro de códigos quedando de manera abierta sin fechas, únicamente con una línea de tiempo marcado.
- Solicitar los fondos de apoyo financiero a la DICYP u otras instancias científicas de la UNAH, que apoyen el desarrollo de este análisis.
- Acondicionar la agenda según los fondos captados por unidades de apoyo universitario de la UNAH.
- Visitar los hoteles que se tenían contemplados en la agenda.

Teoría

En este componente se facilitará el sustento referencial, teórico y conceptual que describen las distintas temáticas atinentes a la evaluación de la competitividad del sector hotelero en Honduras, sobre las cuales se basará este análisis, destacando que este componente se diseminará en tres aristas:

- a) Fundamentación Teórica.
- b) Marco Conceptual

Fundamentación Teórica:

Son muchas las perspectivas teóricas que tratan de explicar el tema de la competitividad en el sector de servicios, tales como: *El Modelo de "Servucción" de Eiglier y Langeard* (Ferraro, 2004). Este modelo se basa en la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa estos elementos son: el cliente, el soporte físico, el personal de contacto y el servicio, todos estos elementos son necesarios para la realización de una prestación de servicio (Belbin, 1981).

Otra teoría que explica el comportamiento las industrias del sector servicios es el *Modelo de los Tres Componentes propuesto por Rust y Oliver (1994)*. El cual dice que el servicio y sus características se refieren al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente. Las características específicas se incluyen aquí. Los elementos se determinan según el mercado objetivo, es decir, según las expectativas. Dichas expectativas pueden estar ligadas a "benchmarkings" como parámetros de comparación, independientemente de que la industria decida o no cumplir con el estándar. El punto clave es la determinación de las características relevantes o especificaciones a ofrecer (Shingo, 1992).

En vista de que el sector hotelero es uno de los más importantes de la industria del turismo, esta investigación se desarrollara bajo una teoría formulada por el Dr. Christian Grönroos denominada *El Modelo de Calidad de Servicios*. La cual propone que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa; en las que quedarán incluidos los atributos que pueden influir o condicionar la percepción que un sujeto tiene de un objeto, sea producto o servicio, siendo la imagen un elemento básico para medir la calidad percibida. Es decir, que relaciona la calidad con la imagen corporativa, de allí que la imagen sea un elemento básico para medir la

calidad percibida. El modelo propuesto por Grönroos (1988) define y explica la calidad de servicio a la vez que asocia su gestión con las actividades propias del marketing y la relación de intercambio con un mercado de consumidores (Shingo, 1987).

Este modelo se ha usado en combinación con la escala SERVQUAL Zeitham y Berry (1998): el cual evalúa la calidad de un servicio comparando su percepción del servicio recibido con sus expectativas a través de un cuestionario. En consecuencia, la calidad puede ser medida operativamente sustituyendo las puntuaciones correspondientes a la medida de las expectativas de las correspondientes a la percepción (Ornelas, 2010). el modelo SERVQUAL, es una potente técnica de investigación comercial en profundidad que permite realizar una medición del nivel de calidad de cualquier tipo de empresa de servicios, permitiendo conocer qué expectativas tienen los clientes y cómo ellos aprecian el servicio, también diagnóstica de manera global el proceso de servicio objeto de estudio. Los resultados cuantitativos que presenta el modelo pueden entonces servir como pauta para determinar los costos de la "mala calidad" en los servicios, y el valor de las inversiones que se pueden hacer (económicas y humanas) para mejorar la calidad. De manera concreta, asumiendo la naturaleza multidimensional del constructo, este modelo propone que la calidad de servicio se puede estimar a partir de cinco dimensiones: elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

El punto principal del modelo de calidad de servicios está constituido por el concepto de servicio. Éste constituye las intenciones básicas de la organización que lo presta, es la base sobre la que se apoya el diseño y desarrollo de la oferta en sí. Cuando centramos la atención en el desarrollo del paquete básico de servicios, encontramos tres tipos de servicio. El primero es el servicio esencial que se refiere y representa la razón de ser de la organización que lo presta. El segundo se refiere a los servicios que facilitan el uso del servicio esencial. Mientras que los terceros, los servicios de apoyo, son de carácter auxiliar y su principal utilidad se hace patente a la hora de aumentar el valor y diferenciar el servicio de los principales competidores que actúan en el mismo mercado. La calidad de los servicios es un aspecto fundamental para lograr una ventaja competitiva sobre los demás. La Calidad de Servicio está compuesta por varios indicadores subjetivos y objetivos, es decir, hay un conjunto de categorías estructurales e indicadores asociados, que pueden ser medidos sistemáticamente.

El concepto de calidad de servicios incluye facetas y categorías estructurales tales como: i) Elementos Tangibles, ii) Fiabilidad, iii) Capacidad de Respuesta iv) Seguridad y v) Empatía.

Marco Conceptual

En este apartado se vierten los elementos a nivel conceptual que integran todas las herramientas, técnicas, métodos, buenas prácticas y teóricas principales a utilizar, para el desarrollo de esta investigación, listando a las principales a continuación:

- Adaptabilidad: es la capacidad para resolver problemas y reaccionar de manera flexible a las exigencias cambiantes e inconstantes del ambiente". Es decir, es la capacidad para acomodarse a los cambios sin que ello

redunde en una reducción de la eficacia y el compromiso (Chiavenato, 2011).

- Cadena de Valor y Suministro: es la secuencia de actividades realizadas dentro de una compañía para obtener utilidades y satisfacer a sus clientes, vinculando a todos aquellos participantes, procesadores de algún componente en el servicio facilitado (Chavez, 2012).
- Desarrollo de Nuevos Servicios: La concepción de medidas alternas para la adecuada correspondencia entre los requerimientos del consumidor y el ofertante del servicio (Crespo, 2005).
- Práctica Esbelta: nació en Japón y fue concebida por los grandes gurús del Sistema de Producción Toyota: William Edward Deming, Taiichi Ohno, Shigeo Shingo, Eijy Toyota entre algunos. La Manufactura Esbelta son varias herramientas que ayudan a eliminar todas las operaciones que no le agregan valor al producto, servicio y a los procesos, aumentando el valor de cada actividad realizada y eliminando lo que no se requiere. Reducir desperdicios y mejorar las operaciones, sirviendo de modelo de manufactura para numerosas empresas (Shingo, *The Shingo Production Management System: Improving Process Functions*, 1992).
- Just-in-time (justo a tiempo): es una política de mantenimiento de inventarios al mínimo nivel posible donde **los suministradores entregan justo lo necesario en el momento necesario** para completar el proceso productivo. Este sistema de gestión de inventarios que se desarrolló en Japón en los años 1980 con el fabricante de automóviles, Toyota, como la estrella de este proceso productivo. No tardó mucho verlo extendido en Japón y, como en esos tiempos las grandes empresas tenían mucha competencia y muchos gastos y la necesidad de reducir estos, estas prácticas se extendieron rápidamente más lejos (Gryna, Defeo, & Chua, 2013).
- La Calidad Total o Total Quality Management (TQM): es un enfoque que busca mejorar la calidad y desempeño, de forma de ajustarse o superar las expectativas del cliente. Esto puede ser logrado integrando todas las funciones y procesos relacionados con la calidad en una compañía. TQM vigila todas las medidas de calidad usadas por una empresa, incluyendo la calidad de gestión y desarrollo, control de calidad de control y mantenimiento, mejora de la calidad y aseguramiento de la misma. Toma en cuenta todas las medidas de calidad en todos los niveles e involucra a todos los empleados (Heskett, Jones, Loveman, & Sasser, 1994).

- Reconfigurabilidad: representa la habilidad para habilitar distintas aplicaciones, procesos y actividades a beneficio del servicio ofrecido, con el objetivo de facilitar una atención integral, versátil y personalizada a las necesidades del cliente (Ramirez, 1997-a la fecha).
- La Teoría de Restricciones (TOC): es todo un proceso de mejoramiento continuo, basado en un pensamiento sistémico, que ayuda a las empresas a incrementar sus utilidades con un enfoque simple y práctico, identificando las restricciones para lograr sus objetivos, y permitiendo efectuar los cambios necesarios para eliminarlos (Carrasco, 2005).
- Tecnología de Productos: *La tecnología correspondiente a la manufactura/procesamiento de un bien, la cual es proporcional a los estándares de calidad, requisitos del cliente y demanda periódica ponderada* (Sancho, 1994).
- Tecnología de Servicios: *La tecnología correspondiente a la manufactura/procesamiento de un servicio, la cual es proporcional a los estándares de calidad, requisitos del cliente y demanda periódica ponderada* (Sancho, 1994).
- Rendimiento: *responde al ritmo sobre el cual se desarrollan productos/servicios, bajo lineamientos normalizados que corresponden a estándares de inocuidad específicos* (Ferraro, 2004).
- La Mejora Continua: es una filosofía que intenta optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio. Es mayormente aplicada de forma directa en empresas de manufactura, debido en gran parte a la necesidad constante de minimizar costos de producción obteniendo la misma o mejor calidad del producto, porque como sabemos, los recursos económicos son limitados y en un mundo cada vez más competitivo a nivel de costos, es necesario para una empresa manufacturera tener algún sistema que le permita mejorar y optimizar continuamente (Carrasco, 2005). La Mejora Continua no solo tiene sentido para una empresa de producción masiva, sino que también en empresas que prestan servicios es perfectamente válida y ventajosa principalmente porque si tienes un sistema de Mejora Continua (al ser un sistema, quiere decir que es algo establecido y conocido por todos en la empresa donde se está aplicando) entonces tienes las siguientes características:
 1. Un proceso documentado. Esto permite que todas las personas que son partícipes de dicho proceso lo conozcan y todos lo apliquen de la misma manera cada vez
 2. Algún tipo de sistema de medición que permita determinar si los resultados esperados de cierto proceso se están logrando (indicadores de gestión)

3. Participación de todas o algunas *personas* relacionadas directamente con el proceso ya que son estas personas las que día a día tienen que lidiar con las virtudes y defectos del mismo.

Resultados

A la fecha es importante mencionar que el IIES-UNAH a nivel investigativo a publicado en mas de 15 ocasiones, enunciado a la mayoría:

	En Congresos	En Revistas	En Boletines
Artículos Internacionales	7		
Artículos Locales	8	5	
Análisis Coyunturales			6
Totales:	15	5	6

Fuente: Elaboración Propia, compilación de estudios Proyecto PAR, informe trimestral 2016

Discusión

Es importante mencionar que la coordinación del proyecto PAR, no cuenta con una partida financiera específica, para la inscripción de investigaciones en instancias científicas, la socialización de investigaciones en congresos internacionales o la capacitación de este o de los demás integrantes del proyecto en aspectos de investigación, donde en múltiples ocasiones a la coordinación del proyecto PAR mismo, le ha tocado absorber los costos para estas actividades.

Entre otras limitantes, condiciones y restricciones que impiden que se publiquen aún más trabajos de investigación, en otras instancias.

Conclusiones

Pese a algunas limitantes y riesgos manifiestos en el proyecto, expuestas en este documento en el apéndice, enuncia que:

- A varios miembros del equipo del Proyecto PAR, nos gustaría contar con el apoyo para impartir clases en la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (FCEAC) y así socializar el conocimiento y experiencia adquirida, con la investigación, al considerar que no puede existir investigación sin la docencia y viceversa.
- El acompañamiento de las distintas Asociaciones del Sector Hotelero Hondureño, ha abonado al pilar de vinculación Academia-Empresariado, bajo la premisa de que se pueda terminar de validar y depurar la herramienta.
- Finalmente, para el equipo PAR, el alcanzar más de 15 investigaciones en el año (en distintas instancias), junto con un sinnúmero artículos profesionalizantes (boletines y notas de prensa) en el boletín del IIES-UNAH, no ha sido fácil, sin embargo, es una tarea que se desarrolla con mucha pasión y agrado al procurar formar conocimiento, en búsqueda de la verdad del saber.

Agradecimientos (Sí aplica)

Se le agradece a la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) en generar la apertura científica a este tipo de espacios científicos y de generación de conocimiento, los cuales elevan el rendimiento académico de la misma y la ubican en mejores estratos en los rankings internacionales.

Referencias

- Belbin, R., 1981. *Equipos directivos: el porqué de éxito o fracaso*. Londres, Reino Unido: William Heinemann.
- Chavez, J., 2012. *Logrando Ventajas Competitivas a través de la Gestión de la Cadena de Suministro*. Santiago, Chile: RIL Editores.
- Chiavenato, I., 2011. *Gestión del Talento Humano*. D.F. Mexico: Mc Graw Hill.
- Crespo, J., 2005. Administración y Organizaciones. Su desarrollo evolutivo y las propuestas para el nuevo siglo. *Redalyc, SEMESTRE ECONOMICO*, pp. 67-97.
- Ferraro, G. L., 2004. *LA SERVUCCION: Una herramienta para la gestión*. Buenos Aires, http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/iapuco/trabajo25_iapuco.pdf, pp. 52-63.
- Ornelas, C. E. C., 2010. La Calidad del Servicio de un Centro de Información. *Conciencia Tecnológica No. 40*, pp. 5-10.
- Ramirez, J., 1997-a la fecha. *Revista Gestion y Estrategia Sitio Web*. [En línea] Available at: <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc18.htm>
- Sancho, J., 1994. Hacia una tecnología crítica. *Cuadernos de Pedagogía*, pp. 230-255.
- Shingo, S., 1987. The Sayings of Shigeo Shingo : Key Strategies for Plant Improvement. *Productivity Press*, pp. ISBN 0-915299-15-1.
- Shingo, S., 1992. The Shingo Production Management System: Improving Process Functions. *Productivity Press*, pp. ISBN 0-915299-52-6.

Autorización y Renuncia

El siguiente texto deberá aparecer en la sección; "Los (a) autores facultan a CEAT para publicar el escrito en los procedimientos de la conferencia. CEAT o los editores no son responsables por el contenido y las implicaciones de lo que esta expresado en el escrito."