



Administración de Operaciones: Análisis de las estrategias de operaciones en las empresas como elemento clave para la competitividad

Operations Management: Analysis of operations strategies in companies as a key element for competitiveness

Gestão de Operações: Análise das estratégias de operações nas empresas como elemento chave para a competitividade

Franklin Germán Jiménez-León ¹
franklinjimenez@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4833-3969>

Correspondencia: franklinjimenez@gmail.com

Ciencias económicas y empresariales
Artículo de revisión

***Recibido:** 20 de Agosto de 2020 ***Aceptado:** 27 de Septiembre de 2020 * **Publicado:** 17 de Octubre de 2020

1. Magíster en Administración de Empresas Con Mención en Recursos Humanos, Ingeniero Comercial, Investigador Independiente, Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El objetivo de este trabajo fue analizar las estrategias de operaciones en las empresas como elemento clave para la competitividad. El método seguido consistió en la revisión de la literatura de fuentes primarias, relacionadas con la temática en estudio. La metodología empleada abordó el análisis de contenido. Para la selección del material bibliográfico se siguió el criterio de rigor científico y metodológico, tomando en cuenta fuentes documentales de reciente publicación desde 2015 hasta 2020. Sin embargo, dada la relevancia para esta investigación se citaron fuentes anteriores a la fecha indicada. El hallazgo de la información se realizó mediante la aplicación de la técnica de búsqueda avanzada a través de descriptores clave. Los resultados indican que las estrategias de operaciones son elementos esenciales para la ventaja competitiva. Como conclusión se tiene que; la globalización de los mercados, ha producido un cambio en los sistemas de producción. Por eso, la estrategia de operaciones son fundamentales ya que involucra el cumplimiento de los objetivos y hacen hincapié en los aspectos que conllevan a la ventaja competitiva de la organización empresarial.

Palabras claves: Estrategias; operaciones; competitividad

Abstract

The objective of this work was to analyze the strategies of operations in companies as a key element for competitiveness. The method followed consisted of reviewing the literature of primary sources, related to the subject under study. The methodology used on the content analysis. For the selection of bibliographic material, the criteria of scientific and methodological rigor were followed, taking into account documentary sources recently published from 2015 to 2020. However, given the relevance for this research, sources prior to the indicated date were cited. The information was found by applying the advanced search technique through key descriptors. The results indicate that operating strategies are essential elements for competitive advantage. As a conclusion it has to; the globalization of markets has produced a change in production systems. For this reason, the operations strategy is fundamental since it involves the fulfillment of the objectives and emphasizes the aspects that lead to the competitive advantage of the business organization.

Keywords: Strategies; operations; competitiveness

Resumo

O objetivo deste trabalho foi analisar as estratégias de atuação nas empresas como elemento fundamental para a competitividade. O método seguido consistiu na revisão da literatura de fontes primárias, relacionadas ao tema em estudo. A metodologia utilizada na análise de conteúdo. Para a seleção do material bibliográfico, foi seguido o critério de rigor científico e metodológico, levando-se em consideração fontes documentais recentemente publicadas de 2015 a 2020. Porém, dada a relevância para esta pesquisa, foram citadas fontes anteriores à data indicada. As informações foram encontradas aplicando-se a técnica de busca avançada por meio de descritores-chave. Os resultados indicam que as estratégias operacionais são elementos essenciais para a vantagem competitiva. Como conclusão, tem que ser; a globalização dos mercados produziu uma mudança nos sistemas de produção. Por isso, a estratégia de operações é fundamental, pois envolve o cumprimento dos objetivos e enfatiza os aspectos que levam à vantagem competitiva da organização empresarial.

Palavras-chave: Estratégias; operações; competitividade

Introducción

La productividad en cualquier empresa es condición clave para generar ganancias y poder mantenerse en el tiempo de forma competitiva en el desafiante mundo de los negocios de hoy en día. Por lo que, un aumento en el rendimiento se convierte en el gran reto para el desempeño eficiente de las empresas, cualquiera que sea el producto o servicio que la organización tiene que llevar a cabo, y en este punto, la administración de operaciones es la clave para el desarrollo estratégico de la entidad dirigida a fortalecer su competitividad y supone además la diferencia entre la rentabilidad y el déficit en un negocio.

De este modo, (Velásquez , 2003) define la producción como una función fundamental de toda organización. Comprende aquellas actividades relacionadas con la creación de bienes y servicios de salida o resultantes de la organización. Es así que, la producción es la actividad esencial que realiza toda empresa para obtener bienes y servicios y que éste pueda satisfacer las necesidades de los consumidores y a su vez generar beneficios económicos para el negocio.

Es una obviedad, que la producción es la base de todo grupo empresarial y es ahí donde la Administración o Dirección de Operaciones, se constituye en un elemento primordial. (Carro & González , 2012), dicen que el término Administración o Dirección de Operaciones se refiere a la dirección y el control de los procesos mediante los cuales los insumos se transforman en bienes y

servicios terminados. Referirse a la administración de operaciones es describir la función que permite a las empresas alcanzar sus objetivos a través de la utilización eficiente de los recursos.

En un mercado global, la meta de toda empresa es hacerse competitiva y en este sentido, la adopción de estrategias de operaciones se constituye en un elemento clave de la Administración o de Operaciones y en una ventaja competitiva para la compañía. En torno a esto, (Morales & Otros, 2015), han señalado que la estrategia de operaciones, se refiere a la elaboración de políticas y planes para la utilización de los recursos de la empresa en apoyo de la competitividad de la firma a largo plazo.

En tal sentido, la estrategia de operaciones se convierte en un elemento fundamental para la planeación y ejecución de acciones conducentes a la optimización de los recursos de la compañía, como una forma de lograr posicionar al ente empresarial de manera competitiva en el turbulento mundo de los negocios de la sociedad globalizada. A este respecto, (Solleiro & Castañón, 2005) señalan que “la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones...” Asimismo, (Romero & Otros, 2018), destacan que la competitividad de una empresa se refiere a su posición en relación con otras empresas dentro del mercado, ya sea local o global. Junto a ello, (Porter, 1990) se refiere a la "Ventaja competitiva" como la clave de la competitividad. Por tanto, constituir un plan de operaciones con estrategias de operaciones orientadas a la ventaja competitiva es la clave para conseguir que las empresas sean más viables.

Prioridades Competitivas

La estrategia de Operaciones [...] refleja un claro entendimiento de las metas a largo plazo de cualquier organización y los esfuerzos interfuncionales entre Marketing y Operaciones para capturar las necesidades del mercado y trasladarlas a las capacidades deseadas, las cuales llamaremos prioridades competitivas. (Carro & González , 2012). En palabras de (Díaz & Martín, 2007), el término de prioridad competitiva incide tanto en la importancia estratégica de la función de producción, como en la responsabilidad de esta función en la consecución del desempeño (performance).

Así las cosas, (Díaz & Martín, 2007), definen las prioridades competitivas en operaciones como: el conjunto de objetivos perseguidos por el área funcional de producción, que deben ser definidos

teniendo en cuenta la estrategia competitiva o de negocio. Indican las áreas en las que debe centrarse la producción para poder aportar ventajas competitivas a la empresa.”

Debe destacarse, que cuando se trata de conocer cuáles pueden ser las prioridades competitivas de producción en una empresa, a título de ejemplo, puede señalarse lo referido por (Carro & González, 2012), quienes manifestaron que en 1988, un grupo de investigación en Boston University, Estados Unidos, clasificó a las prioridades competitivas de las empresas de manufactura; llegando al siguiente orden de importancia: Compromiso con la calidad; Entrega a tiempo; Calidad de desempeño; Velocidad de entrega; Flexibilidad de productos; Servicio posventa; Precio; Amplia línea de productos; Distribución amplia y Flexibilidad de volumen.

Respecto a esto, con el fin de conseguir ventaja competitiva, la organización debe tomar nota de las prioridades competitivas de producción, teniendo en cuenta que describen lo que la función de producción de la empresa debe lograr.

La estrategia de Operaciones y la Competitividad

Para crear crecimiento y generar un desempeño sostenido en el largo plazo, los directivos de las empresas deben basarse en las prioridades competitivas y, seleccionar una estrategia que determine cómo se organizará el sistema de operaciones, y de este modo alinearse a las oportunidades que ofrece la ventaja competitiva. A este propósito señala (Barney, 1986) que las firmas que establecen una clara estrategia alcanzan un mejor desempeño; los recursos y capacidades internos son elementos críticos para generar una ventaja competitiva.

Por su parte, las prioridades competitivas y valores corporativos sirven de norte a la hora de planificar la estrategia operativa, que debe estar en consonancia con ellos. Las estrategias pueden ser de muy diversa índole y pueden hacer hincapié en aspectos competitivos diferentes. Las áreas de decisión sobre las que inciden abarcan ámbitos diversos. Así, un sistema organizado alrededor de los procesos utilizados para la elaboración de los productos es conocido como estrategia focalizada en los procesos; en cambio, un sistema organizado alrededor de los productos, es llamado estrategia focalizada en el producto. (Carro & González, 2012). Estos autores, han señalado que las estrategias señaladas corresponden a los extremos y que existen numerosas estrategias -focalizadas en el proceso y focalizadas en el producto- el posicionamiento de la estrategia dependerá de la decisión gerencial y de la actividad planificada.

Es de resaltar que, de acuerdo con (Pérez , 2015), el propósito de las estrategias de operaciones es lograr ventaja competitiva, es decir, posicionamiento en la mente de los clientes. Por lo cual, para su elaboración se recomienda:

1. Realizar análisis externo e interno de la Organización.
2. Determinar las áreas de acción o tipos de estrategias.
3. Formular las estrategias requeridas.

Para conseguir el posicionamiento de la empresa de forma competitiva, deberán formularse y llevarse a cabo estrategias de operaciones, en función de las particularidades características y las circunstancias internas y externas de cada empresa.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, en este estudio se realizó un análisis de las estrategias de operaciones en las empresas como elemento clave para la competitividad.

Metodología

La investigación es cualitativa, considerada de tipo documental bibliográfica y tiene como unidad de análisis las estrategias de operaciones en las empresas como elemento clave para la competitividad. La parte de recolección de datos se hizo mediante la recolección de fuentes bibliográficas a través de la base de datos en páginas especializadas de naturaleza académica altamente confiables. Se aplicó la técnica de búsqueda avanzada mediante descriptores clave como: administración de operaciones, estrategias de operaciones. La información se obtuvo de fuentes primarias como artículos, tesis de grado, libros, de reciente publicación entre 2015 hasta 2020. No obstante, por sus aportes y relevancia para la investigación fueron tomadas en cuenta fuentes documentales de años anteriores a los señalados. Para el análisis de la información, se ordenó y clasificó el material. Por último, se procedió a realizar las conclusiones.

Conclusiones

La globalización de los mercados, ha producido un cambio en los sistemas de producción. Por eso, la estrategia de operaciones son elementos clave que involucra el cumplimiento de los

objetivos y hacen hincapié en los aspectos que conllevan a la ventaja competitiva de la organización empresarial.

Las estrategias de operaciones pueden ser de muy diversa índole, dependiendo del área de decisión sobre el cual se va a actuar, en tal sentido, el objetivo final de la formulación de estas estrategias es descubrir una ventaja competitiva que diferencie claramente a la compañía de sus competidores, como una forma de lograr mantenerse efectivamente en el mundo de los negocios.

Referencias

1. Barney, J. (1986). Strategic factors markets, expectations, luck, and business strategy. *Management Science* 42(10), pp. 1231–1241.
2. Carro, R., & González, D. (2012). *El Sistema de Producción y Operaciones*. Universidad Nacional de Mar de Plata, pp. 1-28.
3. Díaz, E., & Martín, M. (2007). Un análisis de las prioridades competitivas de operaciones en empresas industriales españolas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 13, Nº 3, pp. 107-126.
4. Morales, V., & Otros. (2015). *Estrategias de operaciones en un entorno global*. Universidad Latina de Panamá, pp. 1-25.
5. Pérez, F. (2015). *Estrategia de Operaciones*. Universidad Tecnológica del Centro, pp.48.
6. Porter, M. (1990). *La ventaja Competitiva de las Naciones*. México: Vergara.
7. Romero, G., & Otros. (2018). *Estrategia de operaciones y suministro y su influencia en las empresas de servicio*. *Revista: Caribeña de Ciencias Sociales*. Universidad Técnica De Babahoyo, Ecuador. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/operaciones-suministro-empresas.html>.
8. Solleiro, J., & Castañón, R. (2005). Competitiveness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context. *Technovation*, 45, pp. 1059-1070.
9. Velásquez, A. (2003). *Modelo de gestión de operaciones para las Pymes innovadoras*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 47. Universidad EAN. Bogotá, Colombia, pp. 1-22.

References

1. Barney, J. (1986). Strategic factors markets, expectations, luck, and business strategy. *Management Science* 42 (10), pp. 1231–1241.
2. Carro, R., & González, D. (2012). The Production and Operations System. National University of Mar de Plata, pp. 1-28.
3. Díaz, E., & Martín, M. (2007). An analysis of the competitive priorities of operations in Spanish industrial companies. *European Research on Business Management and Economics*. Vol. 13, No. 3, pp. 107-126.
4. Morales, V., & Others. (2015). Operations strategies in a global environment. Latin University of Panama, pp. 1-25.
5. Pérez, F. (2015). Operations Strategy. Technological University of the Center, pp.48.
6. Porter, M. (1990). The competitive advantage of the nations. Mexico: Vergara.
7. Romero, G., & Others. (2018). Operations and supply strategy and its influence on service companies. Magazine: Caribeña de Ciencias Sociales. Technical University of Babahoyo, Ecuador. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/operaciones-suministro-empresas.html>.
8. Solleiro, J., & Castañón, R. (2005). Competitiveness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context. *Technovation*, 45, pp. 1059-1070.
9. Velásquez, A. (2003). Operations management model for innovative SMEs. *School of Business Administration Magazine*, no. 47. EAN University. Bogotá, Colombia, pp. 1-22.

Referências

1. Barney, J. (1986). Mercados de fatores estratégicos, expectativas, sorte e estratégia de negócios. *Management Science* 42 (10), pp. 1231–1241.
2. Carro, R., & González, D. (2012). O Sistema de Produção e Operações. Universidade Nacional de Mar de Plata, pp. 1-28.
3. Díaz, E., & Martín, M. (2007). Uma análise das prioridades competitivas de atuação em empresas industriais espanholas. *Pesquisa Europeia em Gestão de Negócios e Economia*. Vol. 13, No. 3, pp. 107-126.

4. Morales, V., & Outros. (2015). Estratégias de operações em um ambiente global. Universidade Latina do Panamá, pp. 1-25.
5. Pérez, F. (2015). Estratégias de operações. Universidade Tecnológica do Centro, pp.48.
6. Porter, M. (1990). A vantagem competitiva das nações. México: Vergara.
7. Romero, G. e outros. (2018). Estratégias de operações e suprimentos e sua influência nas empresas de serviços. Revista: Caribeña de Ciencias Sociales. Universidade Técnica de Babahoyo, Equador. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/operaciones-suministro-empresas.html>.
8. Solleiro, J., & Castañón, R. (2005). Sistemas de competitividade e inovação: os desafios para a inserção do México no contexto global. Technovation, 45, pp. 1059-1070.
9. Velásquez, A. (2003). Modelo de gestão de operações para PMEs inovadoras. Revista da Escola de Administração de Empresas, no. 47. EAN University. Bogotá, Colômbia, pp. 1-22.

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).