

Prioridades competitivas en la producción: configuración en las industrias del Ecuador

Competitive priorities in production: configuration in Ecuador's industries

Ely Israel Borja Salinas¹ (ely.borjas@ug.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0003-1465-9538>)

Mauricio Ortuño Delgado² (m.ortuno@alumnos.upm.es) (<https://orcid.org/0000-0001-6534-1138>)

Laura Giraldo Ceballos³ (lgiraldoc@unemi.edu.ec) (<https://orcid.org/0009-0007-8842-3815>)

Resumen

Las prioridades competitivas en la producción son factores clave que determinan el éxito de las industrias ecuatorianas en el mercado global. Estas prioridades incluyen la calidad, el costo, la flexibilidad, la velocidad y la innovación, aspectos esenciales para satisfacer las demandas del cliente y mantenerse competitivos. En el contexto ecuatoriano, muchas industrias enfrentan retos relacionados con el acceso a tecnología avanzada, infraestructura limitada y la necesidad de mejorar la capacitación del talento humano. La configuración de las industrias varía según los sectores, como el agroindustrial, textil, y manufacturero, cada uno priorizando diferentes aspectos competitivos. La implementación de estrategias enfocadas en estas prioridades permite a las empresas optimizar sus procesos productivos, reducir costos y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.

Abstract

Competitive priorities in production are key factors that determine the success of Ecuadorian industries in the global market. These priorities include quality, cost, flexibility, speed, and innovation, essential to meeting customer demands and staying competitive. In the Ecuadorian context, industries face challenges such as limited access to advanced technology, inadequate infrastructure, and the need for improved human talent training. Industrial configurations vary across sectors like agro-industry, textiles, and manufacturing, each prioritizing different competitive aspects. Implementing strategies focused on these priorities enables companies to optimize production processes, reduce costs, and quickly adapt to market changes.

¹ Universidad de Guayaquil, Ecuador

² Universidad Politécnica de Madrid, España

³ Universidad Estatal de Milagro, Ecuador

Palabras Claves: Producción, calidad, costos

Keywords: Production, quality, costs

Introducción

El nuevo consumidor es menos paciente y más demandante que hace algunos años, por lo tanto, la cadena de suministros debe modernizar sus procesos para atender a nuevos consumidores, las estrategias que pueden adoptarse son la flexibilidad, innovación, calidad, servicio y costo.

El servicio es una de las prioridades más importante poque se refiere a la entrega de lo solicitado mediante un pacto o compromiso; este servicio es la información que se brinda a los clientes, caracterizar las necesidades del cliente sobre la producción, y la atención post venta para reconocer la satisfacción o mejoras en el producto y en el servicio.

La innovación es la capacidad sistemática de generar productos nuevos o producir los mismos de manera diferente, se considera un factor clave para el posicionamiento, pues no solo se trata de conseguir la producción de artículos nuevos, sino también el producir artículos o entregar servicios con una nueva forma, donde los cambios respondan a una dinámica de elementos nuevos, más económicos, y más atrayentes.

Flexibilidad es la capacidad de reacción de cambios ante el entorno, cuando más cortos sean los tiempos de reacción se interpreta como flexibilidad en el volumen de producción, pues le están agregando competitividad a la industria mediante sus procesos. La empresa debe tomar en cuenta los avances que se han desarrollado para atender al cliente, y aunque se haya enfocado en un producto específico y su forma de producción haya sido siempre la misma, debe ser flexible y adaptarse a esa nueva necesidad. La flexibilidad puede darse en varios ámbitos, como: en la demanda, suministros, productos, y procesos; pero además se debe brindar flexibilidad en el volumen.

La capacidad de entrega es poder llegar con los productos en las cantidades solicitadas y a tiempo, muchas empresas pierden espacio en la industria por no haber fortalecido su sistema de entrega; los elementos de entrega analizan la forma de reducir suspensión de pedidos y las devoluciones, y enfocarse en la entrega rápida y a tiempo.

La calidad que se va a ofrecer al cliente, su comunicación debe ir acompañada de responsabilidad y protegida para afectar a las expectativas, pues se debe brindar seguridad de que la empresa responderá por esa calidad y que el cliente debe estar seguro en su compra. El servicio es el grado de cumplimiento que tiene la empresa con el cliente, y este servicio debe estar siempre a la disponibilidad del cliente, caso contrario se afecta la competitividad. La estrategia de calidad debe ser duradera y concordante con las reacciones de los consumidores del producto, la adaptación de la calidad es importante.

La reducción de los costos es una de las alternativas con mayores riesgos ante la reducción de calidad en alguno de los componentes del producto, por esta razón la estrategia de costos debe ser una de aspecto

inteligente de tal forma que se convierta en una estrategia duradera, así no afectar la aceptación de los productos entregados, y tampoco afectar a los elementos que aseguran la calidad de lo entregado.

Una buena estrategia debe traducirse en una reducción importante en los costos sin sacrificar los elementos de la calidad, pues los costos incluidos para conseguirla deben ser monitoreados y de esa forma no afectarla.

Las prioridades competitivas son aquellas características, objetivos o metas que se combinan para lograr una alta satisfacción del cliente y que la empresa quien las desarrolla deberá trabajarlas para una mayor participación en el mercado o al menos fortalecer la ya existente. Estas son conocidas también como los objetivos de manufactura, las dimensiones competitivas, las capacidades genéricas o capacidades competitivas.

Las estrategias buscan sustentar la estrategia de operaciones al realizar una mezcla correcta de los procesos y sistemas que conducen al servicio y variaciones en la producción que satisfacen al cliente. Al principio las estrategias se plantean como nuevas o innovadoras, luego estas son alcanzadas en mayor o menor medida por la competencia hasta convertirse en las estrategias del sector industrial.

La mezcla adecuada de las prioridades competitivas es clave para la función de las operaciones internas, especialmente de aquellas operaciones enfocadas a ganar una ventaja para la empresa frente a sus competidores. Una mezcla de operaciones competitivas se considera dinámica pues debe adaptarse a los cambios del mercado y de todo el entorno de la industria.

El trade off de operaciones consiste en enfocarse más en ciertas operaciones, de aquellas que han sido consideradas necesarias para la formulación de una estrategia. El enfoque acumulativo destaca que las estrategias deben irse desarrollando en un orden tal que cada una de estas forme parte de una dinámica combinatoria que consiga el apoyo mutuo para su desarrollo, estas prioridades deberán estar coordinadas para no generar resultados adversos en la capacidad competitiva o demostrar un comportamiento contraintuitivo.

Es así como se proponen objetivos para la selección de elementos que contribuyen a la competitividad, tal es el caso de: hacer una mezcla apropiada de operaciones, hacer que estas operaciones funcionen de manera más rápida, hacer que los sistemas de entrega se realicen a tiempo, hacer que las cosas cambien para demostrar innovación, hacer las cosas al menor costo posible.

La elección selectiva de estas operaciones deberá evaluarse en su resultado, puesto que los beneficios obtenidos de la mezcla pueden alcanzarse a diferentes escalas, la reacción para modificar la estrategia trae consigo algunos elementos de costo, más sin embargo se espera que sea superado por el beneficio, el mismo que deberá evaluarse en niveles de aceptación sobre los productos entregados.

Hay que reconocer que no todos los procesos se enfrentan a las mismas circunstancias de negocio, por lo que cada diseño de operaciones es propio del grado de rivalidad y de la adaptabilidad a funcionamientos dinámicos como fortaleza del personal y sus ideas. La estabilidad de las funciones organiza el trabajo, los retos competitivos alteran el orden establecido en post de mejores resultados, el análisis seguido sería una

evaluación costo beneficio dinámico, así la sostenibilidad en los procesos flexibles se apoya en equipos mucho más adaptables y con pensamiento moldeable, apalancados en parte por la experiencia y conocimientos.

Los desplazamientos de ciertos participantes en el mercado se deben a una mala configuración de sistemas de actuación operativa o debido a un pobre sistema de planeación, el entorno competitivo revisa la propuesta competitiva de los competidores, los límites de la tecnología en la industria, la estructura de sus mercados, y los principales aspectos de competencia, puesto que no se puede competir con todos y en todo. La sustituibilidad en la industria pasa por la revisión de factores como: la tecnología en la producción, las funciones del servicio, y la elección del negocio.

Una empresa puede competir en distintos segmentos de mercado de una misma industria o lo puede hacer en varias industrias, por ese motivo el grupo de competidores cambia a lo largo del tiempo, cambiando así también el entorno competitivo de la empresa, el ámbito geográfico de la competencia, y reconocer que, aunque todas las empresas compiten, existen algunas que no forman parte del grupo de rivales.

Calcular las oportunidades y amenazas existentes para una empresa resulta crucial para determinar el atractivo que tendría una industria, así como de reconocer la capacidad de obtener beneficios, que dependerá de cinco fuerzas básicas: la rivalidad entre competidores, la posibilidad de entrada de nuevas empresas a la industria, la amenaza de productos sustitutos, el poder que ejercen compradores, y el poder que ejercen los vendedores. Estos factores modificaran una o varias de las fuerzas competitivas, y dependiendo de ello el grado de atractivo de la industria se verá favorecido o perjudicado.

A medida que la intensidad de la competencia sea mayor, la posibilidad de obtener beneficios en ese mercado será menor, y por lo tanto el atractivo hacia ese mercado de la industria se afectará negativamente; cuanto más atractiva sea una industria existirá mayor cantidad de competidores que quieran ingresar, las barreras de entrada permitirán el acceso o lo amortiguarán; las posibles amenazas de sustituir productos en la compra el atractivo empieza a decrecer; el poder de negociación es la capacidad de imponer condiciones en el mercado, que puede ser tanto de proveedores como de clientes.

La operación logística es un proceso integrador de la cadena de suministros que está presente en la dinámica de actividades que agregan valor a los procesos. La logística se compone de aquella que aborda las actividades con los proveedores, las actividades con los clientes, y la interna. La producción interna se planifica de tal forma que busca satisfacer a la distribución, sin acumular desperdicios o pérdidas, así la competitividad se presenta entre unidades de apoyo internas que deben cumplir con reducciones de costos, organización, y eficiencia en entregas.

Proponer áreas competitivas más pequeñas es consecuencia de un análisis segmentado del mercado, pues las respuestas operativas y logísticas responderán a necesidades más específicas de éste, y una respuesta en conjunto será posible con alianzas estratégicas bien enfocadas, configurando grupos estratégicos de apoyo entre empresas de comportamiento similar en cuanto a las dimensiones estratégicas utilizadas.

La AO evolucionó al mismo tiempo que el campo empresarial, motivado principalmente por las necesidades del cliente, la tecnología, las situaciones sociales y los factores económicos, la globalización y

la competencia para conquistar los mercados mundiales (Alfalla-Luque y Medina-López, 2009). Por lo que, prácticamente la AO surgió cuando los sistemas productivos se convirtieron en empresas de producción a gran escala, y con la competencia existente para alcanzar las preferencias de los clientes, que es la base del crecimiento de la empresa, así como de su estabilidad y permanencia (Halldorsson, et al., 2007).

En ese sentido, la AO es definido por algunos de los estudiosos del tema, como el campo específico de la administración que está relacionado con la gestión de suministros, teniendo como prioridad la optimización de las entradas en la cadena de valor, así como, de la gestión de recursos, salidas del proceso y entregas a los clientes (Li, 2014). También, es comprendido como el proceso que identifica las actividades necesarias para planificar, desarrollar, organizar y mejorar todas las actividades que se llevan a cabo en el ámbito del trabajo (Salazar-Aramayo, et al., 2013). Sin embargo, no se aplica exclusivamente a las actividades operativas, sino también al desarrollo logístico y empresarial (Mukhtar, et al., 2017).

Del mismo modo, la AO se considera como el conjunto de técnicas que se aplican durante los procesos, relacionando las actividades del área de producción con las de las áreas funcionales de la empresa, con la finalidad de lograr los resultados deseados, de acuerdo con las estrategias desarrolladas en la propia organización (Noori y Radford, 1997). La AO es por lo tanto, la creación de una mezcla de técnicas para lograr, en cualquier tipo de empresa, mejoras importantes en términos de eficiencia y satisfacción de clientes.

Según Burnes (2004) el cambio es una característica siempre presente en la vida de una organización, tanto a nivel operativo, como estratégico. Por lo tanto, no debería haber ninguna duda sobre la importancia que posee para cualquier organización, contar con la capacidad para identificar donde tiene que estar en el futuro, y la forma de hacer gestión para alcanzarlo. En consecuencia, el cambio organizacional no se puede separar de la estrategia de la organización, o viceversa.

Debido al dinamismo de los mercados, los resultados del sistema se contratan y aumentan con la obligación de actualizarse para obtener la preferencia de los clientes, por lo que los cambios en la industria se manifiestan con nuevas necesidades de gestión, tales como, lograr la satisfacción del cliente, controlar el cambio, desarrollar la cultura corporativa y la imagen, aumentar los niveles de calidad solicitados en productos y servicios, reglas así como regulaciones gubernamentales, administración de tecnología, impacto ambiental, diversificación de la necesidad de mano de obra especializada y gestión de la información (Shamji, 1995).

Discusión Teórica

Esta situación crea a su vez la necesidad de que la AO se adapte constantemente a las necesidades actuales, con el fin de lograr el rendimiento requerido por las empresas y conseguir que sus operaciones se comporten de tal manera que sean sostenibles.

El concepto de valor para el cliente es un concepto ampliamente utilizado en el lenguaje de marketing de servicios, sin embargo, según Hassan (2012), no hay una definición específica para la propuesta de valor. De acuerdo con los resultados de este estudio, aplicado al análisis de la propuesta de valor en

supermercados del Reino Unido, el valor se puede crear a través de más de un elemento, en el caso del supermercado, como el precio, la calidad y la ubicación. Por tanto, las empresas son responsables de establecer el valor que buscan entregar en función de sus estrategias y los valores de sus accionistas.

De acuerdo con Hassan (2012), en atención a ambas perspectivas, de clientes y accionistas, la propuesta de valor incluye consideraciones estratégicas corporativas y de marketing, y la necesidad de identificar y cumplir con las expectativas de los clientes. Crear una ventaja competitiva finalmente llevará a la lealtad de los clientes y generará ganancias.

De acuerdo con Johansson & Nonaka (1997), citados por Pineda et al. (2013), el paquete de valor se logra a partir del mejoramiento continuo del producto y el apoyo de otras acciones propias del mercadeo, por ejemplo, Pineda et al. proponen acciones como el seguimiento al cliente y las estrategias de difusión. Asimismo, el mejoramiento continuo del servicio a través de las TIC podría trasladar todos los beneficios del servicio al cliente e impactar la productividad en el servicio y el aumento de la percepción de valor para el cliente.

Existe diferencia de enfoque y en los resultados de productividad entre las organizaciones de servicio y la industria fabricante. Ruiz et al. (2002) indican que las diferencias observadas en la productividad obtenida por empresas dedicadas a la fabricación de bienes y aquellas otras prestadoras de servicios han sido ampliamente comentadas por autores como Flipo (1993), Gilbert (1990) y Heizer & Render (2001), entre otros. Por ejemplo, Heizer & Render (2001) señalan que la dificultad para conseguir una adecuada productividad aumenta para las empresas de servicios, donde se suelen alcanzar valores bastantes más bajos que en las manufactureras (Ruiz et al., 2002).

Por su parte, aquellos esfuerzos que se realizan para lograr la optimización de los resultados tienen una relación directa con el desempeño de cualquier organización (Muniz y Guimaraes, 2017), es por ello por lo que el rendimiento se dice mejora cuando se presta atención a la logística de la organización, que se refiere a la gestión del flujo de insumos y productos, desde el punto de origen hasta el punto de consumo. Asimismo, el rendimiento mejora al optimizar la gestión de la cadena de valor, que se relaciona con la gestión eficaz de los procesos que la conforman.

De hecho, se relacionan con la ejecución y la planificación del control de actividades dirigidas a la transformación de insumos en productos (Li, 2014), como fruto de esta filosofía, se puede ver dentro de la industria automotriz (Baldwin y Clark, 1997) especialmente desde 1990, la preocupación por mejorar estos conceptos y el progreso en las operaciones que forman los procesos y la administración del flujo productivo, como medio para optimizar su rendimiento y competitividad (Sartori, et al., 2016).

Debido al dinamismo de los mercados, los resultados del sistema se contratan y aumentan con la obligación de actualizarse para obtener la preferencia de los clientes, por lo que los cambios en la industria se manifiestan con nuevas necesidades de gestión, tales como, lograr la satisfacción del cliente, controlar el cambio, desarrollar la cultura corporativa y la imagen, aumentar los niveles de calidad solicitados en productos y servicios, reglas así como regulaciones gubernamentales, administración de tecnología,

impacto ambiental, diversificación de la necesidad de mano de obra especializada y gestión de la información (Shamji, 1995).

Esta situación crea a su vez la necesidad de que la AO se adapte constantemente a las necesidades actuales, con el fin de lograr el rendimiento requerido por las empresas y conseguir que sus operaciones se comporten de tal manera que sean sostenibles.

La dirección de operaciones no es sólo una tarea dentro de la empresa, es un pilar para el soporte de un adecuado desempeño corporativo; por lo tanto, es necesario resaltar la importancia de la relación entre ésta y el resto de áreas de las organizaciones (Ventas, Mercadeo, Finanzas, Recursos Humanos, Diseño, por nombrar algunas) Para este artículo la Dirección de Operaciones se seguirá llamando AO (Administración de Operaciones).

Hassan Marrero, N. (2018). Mejora de la gestión del flujo de pacientes en el Hospital Clínico Quirúrgico Docente Faustino Pérez Hernández [Tesis de maestría inédita]. Universidad de Matanzas.

Tabla 1

Tipos de industrias intermedias y finales

Variables	Dimensiones	Aspectos
INDUSTRIAS INTERMEDIAS Y FINALES	Plástico y caucho	neumáticos, juguetes, otros de caucho, otros de plástico
	Química fina	polímeros, fármacos, agroquímicos, tintas, barnices, pegamentos, detergentes, limpieza, cosméticos, higiene
	Metal	Estructuras metálicas, artículos de metal, ferreteros
	Construcción	cerámica, arcilla, piedras, vidrios, pre fabricados
	Bienes de capital	equipos, maquinarias, cables, paneles de iluminación
	Electrónicos	computadores, telefónicos, semiconductores y componentes, televisores, radios, línea marrón, otros
	Transporte	vehículos, motos, bicicletas, aviones, astilleros
	Aparatos de uso doméstico	cocinas, refrigeradores, lavadoras, otros de línea blanca
	Textiles	telas, ropa, cubiertas de cama, alfombras, cortinas y otros
	Cuero	calzado, maletines, accesorios, y otros
	Maderas y Muebles	madera tratada pisos, aglomerado, muebles, carpintería, pallets, contrachapado, otros
	Papel	periódico, cartón corrugado y liso, artículos varios de papel, hojas de varios tipos y usos
	Otros	equipos deportivos, joyas, bisuterías, instrumentos musicales

Elaborado por (autor)

Las empresas llamadas industrias primarias no fueron consideradas en el estudio, se contempla la formulación de estrategias de balance de recursos entre las de transformación de tipo intermedia y finales,

la clasificación es propuesta por el Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador. La forma en que compiten, se separa si estas corresponden a que destinan su producción para el mercado interno o de exportación, y si sus sistemas de producción están alimentados de producción local o importada.

La ventaja competitiva se alcanza de una determinación acertada de factores relevantes para la configuración de acciones prioritarias y no tan prioritarias para el desempeño industrial; algunas contribuyen con mayor valor agregado que otras, y sus resultados son relevantes en la formación de producto industrial interno bruto.

Materiales y métodos

La investigación se realizó a un grupo de personas asociadas al planteamiento de operaciones industriales, decisiones de producción, y estrategias competitivas, que se desempeñan en ambientes de coordinación de tareas industriales y jefaturas de producción. Para ellos se estructuró un instrumento de levantamiento de datos, el que se encontraba compuesto de preguntas de priorización sobre 28 aspectos dentro de las dimensiones de prioridad competitiva en las industrias; la información se obtuvo a través de cuestionario, sobre una base de 623 personas que cursaban un programa de perfeccionamiento en temas de competitividad industrial, de las que se obtuvieron 392 respuestas.

Tabla 2
Dimensiones de las prioridades competitivas en la industria

<i>Variables</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Aspectos</i>
PRIORIDADES COMPETITIVAS	Servicio	Información, pedidos, post venta
	Innovación	Aspecto físico, formas de uso, elementos de mezcla
	Flexibilidad	Adaptación a la demanda, adaptación a proveedores, configuración de equipos y máquinas, configuración de procesos y normas de trabajo
	Entrega	Tiempo, medio, forma, garantía, devoluciones
	Calidad	En selección de materias primas, en especificaciones técnicas, en entrega y distribución, en atención y trato personal, en desempeño del producto
	Costo	De materiales, de suministros, del proceso, de los servicios
	Medio Ambiente	Reducción, reutilización, reciclaje, recuperación

Elaboración (autor)

La mayor prioridad en la configuración industrial sobre el servicio se encuentra en el momento de la recolección de pedidos, y correlaciona con el momento de la entrega de información al cliente en mayor medida que las demás (0,11767748).

En el componente innovación, se prioriza la nueva presentación del producto por sobre las otras opciones, y correlaciona más que con otras en la incorporación de elementos de menor costo, sin variaciones en la utilidad del producto (0,17878189).

En cuanto a la flexibilidad, las industrias consideran prioritario la adaptación ante los cambios en la demanda del o los productos, correlaciona en forma inversa y en mayor medida con la adaptación a los cambios en la cadena de suministros (-0,07065351).

Al momento de la entrega de los productos fabricados, se contempla que será de mayor prioridad la garantía sobre lo entregado, su correlación es mayor (0,05769805) con el medio utilizado para la entrega. Revisando a la calidad, se presentan dos prioridades, las especificaciones técnicas del producto, y el desempeño del producto; las mismas que se correlación de forma inversa (-0,04140117); la correlación entre la calidad en el desempeño del producto con la calidad en la selección de materias primas es inversa (-0,06980648), y la correlación de la calidad del desempeño del producto con la calidad en el buen trato personal es directa (0,07252092).

La prioridad en configuración de costos, es notable en el cuidado de costos de las materias primas, la cual se correlaciona de forma inversa con los costos de suministros (-0,05275965) y de forma directa con los servicios de la producción (0,05386255)

La producción limpia y el cuidado del medio ambiente en las industrias, mediante la reducción de desperdicios, la reutilización de materiales, el reciclaje, y la recuperación de energías, muestran una similitud de importancia y prioridad; el reciclaje se correlaciona con la recuperación medio ambiental (0,12103629); la reutilización de materiales se correlaciona con el reciclaje de forma inversa (-0,0691832) y con la recuperación ambiental de forma directa (0,07006103).

Tabla 3

Configuración de prioridades por tipo de industria intermedias y finales

INTERMEDIAS Y FINALES	SERV	INNO	FLEX
Plástico y caucho	0,1216	0,0613	0,2703
Química fina	0,0403	0,0206	0,4113
Metal	0,2419	0,0745	0,1218
Contrucción Bienes de capital	0,1667 0,2001	0,0873 0,2703	0,1717 0,3567
Electrónicos	0,0913	0,3897	0,1321
Transporte Aparatos Doméstico	0,1957 0,2944	0,3616 0,2678	0,1408 0,0956
Textiles	0,0679	0,3196	0,2689
Cuero Madera y muebles	0,1263 0,1659	0,4276 0,3128	0,2743 0,2543
Pepel	0,0634	0,2673	0,3013
Otros	0,0653	0,3303	0,3616

Elaboración (autor)

Recepción: 15-07-2024 / Revisión:20-09-2024 / Aprobación:30-09-2024 / Publicación: 27-10-2024

INTERMEDIAS Y FINALES	COST	MEDAB	T
Plástico y caucho	0,3652	0,1816	1
Química fina	0,3167	0,2111	1
Metal	0,4671	0,0947	1
Construcción	0,3526	0,2217	1
Bienes de capital	0,1311	0,0418	1
Electrónicos	0,3106	0,0763	1
Transporte	0,2303	0,0716	1
Aparatos de Uso Doméstico	0,2717	0,0705	1
Textiles	0,2119	0,1317	1
Cuero	0,0611	0,1107	1
Madera y muebles	0,1837	0,0833	1
Papel	0,2253	0,1427	1
Otros	0,1653	0,0775	1

Elaboración (autor)

La forma en que se configura la competitividad es variante entre las industrias, algunas se muestran en prioridades similares, las cuales pudieran formar grupos de aprendizaje, análisis e intervención, así es posible la visualización de la industria de plástico y caucho que priorizan en su configuración a la flexibilidad y el costo; las industrias del metal, la construcción y de bienes de capital, priorizan el servicio, la flexibilidad, y los costos. En la industria de electrónicos, transportes, aparatos de uso doméstico, se prioriza el servicio, la innovación y los costos. En la industria de los textiles, del cuero, de madera y muebles, y la del papel, se prioriza en ellas, la innovación, la flexibilidad, y los costos.

Matriz de correlación de prioridades en el servicio de las industrias

	SERV_01	SERV_02	SERV_03
SERV_01	1	0,11767748	-0,01742859
SERV_02		1	0,09840724
SERV_03			1

Matriz de correlación de prioridades en la innovación de las industrias

	INNO_01	INNO_02	INNO_03
INNO_01	1	0,03210174	0,17878189
INNO_02		1	-0,03923507
INNO_03			1

Recepción: 15-07-2024 / Revisión:20-09-2024 / Aprobación:30-09-2024 / Publicación: 27-10-2024

Matriz de correlación de prioridades de flexibilidad en las industrias

	<i>FLEX_01</i>	<i>FLEX_02</i>	<i>FLEX_03</i>	<i>FLEX_04</i>
<i>FLEX_01</i>	1	0,04245895	-0,01156778	0,03453611
<i>FLEX_02</i>		1	-0,07065351	0,02749077
<i>FLEX_03</i>			1	0,05352144
<i>FLEX_04</i>				1

Matriz de correlación de prioridades de costos en las industrias

	<i>COST_01</i>	<i>COST_02</i>	<i>COST_03</i>	<i>COST_04</i>
<i>COST_01</i>	1	-0,05275965	-0,0226589	0,05386255
<i>COST_02</i>		1	0,03806204	0,00158623
<i>COST_03</i>			1	-0,0090955
<i>COST_04</i>				1

Matriz de correlación de prioridades de protección y cuidado del medio ambiente en las industrias

	<i>MEDAB_01</i>	<i>MEDAB_02</i>	<i>MEDAB_03</i>	<i>MEDAB_04</i>
<i>MEDAB_01</i>	1	0,03536415	-0,02912797	0,0162428
<i>MEDAB_02</i>		1	-0,0691832	0,07006103
<i>MEDAB_03</i>			1	0,12103629
<i>MEDAB_04</i>				1

Matriz de correlación de prioridades de entrega de los productos en las industrias

	<i>ENTR_01</i>	<i>ENTR_02</i>	<i>ENTR_03</i>	<i>ENTR_04</i>	<i>ENTR_05</i>
<i>ENTR_01</i>	1	0,01749506	0,03386655	0,01302291	-0,0409567
<i>ENTR_02</i>		1	0,02297406	0,05769805	0,06680491
<i>ENTR_03</i>			1	0,00368211	0,03575043
<i>ENTR_04</i>				1	0,0383478
<i>ENTR_05</i>					1

Matriz de correlación de prioridades de calidad en las industrias

	<i>CALID_01</i>	<i>CALID_02</i>	<i>CALID_03</i>	<i>CALID_04</i>	<i>CALID_05</i>
<i>CALID_01</i>	1	0,04572828	0,01404844	0,06347391	0,06980648
<i>CALID_02</i>		1	0,01923319	0,03290786	0,04140117
<i>CALID_03</i>			1	0,04143444	0,01875
<i>CALID_04</i>				1	0,07252092
<i>CALID_05</i>					1

Conclusiones

El presente estudio destaca las prioridades competitivas en la configuración industrial, revelando que factores como el servicio, la innovación, la flexibilidad, la entrega, la calidad, el costo y el cuidado ambiental son determinantes para el éxito empresarial. A partir del análisis de 392 respuestas obtenidas mediante un cuestionario estructurado, se identificaron correlaciones significativas entre las dimensiones prioritarias y los aspectos operativos. Por ejemplo, en la innovación, se prioriza la presentación del producto, correlacionando con la incorporación de elementos de menor costo. Asimismo, la flexibilidad en la adaptación a cambios en la demanda resultó ser una prioridad destacada.

El cuidado ambiental mostró correlaciones importantes entre el reciclaje y la recuperación de materiales, evidenciando el compromiso de las industrias hacia la sostenibilidad. Estos hallazgos refuerzan la necesidad de implementar estrategias que integren estas prioridades de forma coherente, alineando los objetivos organizacionales con las demandas del mercado y la sostenibilidad.

En términos prácticos, este enfoque permite configurar estrategias competitivas dinámicas que optimicen recursos y procesos, promoviendo una ventaja competitiva sostenible. La importancia de diseñar sistemas operativos flexibles y eficientes es evidente, dado que permite a las empresas adaptarse a las fluctuaciones del mercado y garantizar un desempeño robusto frente a retos contemporáneos.

Referencias

Álvarez-Aro (2018) Factores determinantes de innovación en la competitividad de la industria de autopartes automotrices en México. Revista de Economía Vol.35 No. 90
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-87152018000100125#B65

Medeiros, Goncalves, Camargo () La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. Revista de la CEPAL No. 129

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf

- Hernández, René (2001) Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Itsmo Centroamericano. Unidad de desarrollo industrial. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4972/S0111978_es.pdf
- Suñol, Sandra (2006) Aspectos teóricos de la competitividad. Ciencia y Sociedad, vol. XXXI, núm. 2, pp. 179-198; Instituto Tecnológico de Santo Domingo, Santo Domingo, República Dominicana. <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Ubfal, Diego (2004) El concepto de competitividad. Medición y aplicación al caso argentino. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas. <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/03/CENES15.pdf>
- Mendoza, José (2002) Aumento de la competitividad en sistemas de producción: un Enfoque de administración de proyectos. Universidad de Carabobo. Valencia, Venezuela. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70790105>
- Mejía Isabel, Jiménez, Carlos (2020) Competitividad y productividad del administrador de empresas en las pymes en Colombia y Latinoamérica. TENDENCIAS, Revista de la Facultad de Ciencias económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño. Pp. 238-251. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n1/2539-0554-tend-21-01-238.pdf>
- Martín, María; Díaz, Eloísa (2007) El modelo de competencia en producción y la estrategia de operaciones: revisión, análisis y aplicación. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 16. núm. 1. Pp. 137-158. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2336190>
- Carro, Roberto; González, Daniel () Estrategia de Producción/ Operaciones en un entorno global. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. <http://nulan.mdp.edu.ar/1543/1/01315.pdf>
- Heflo (2017, 8 de setiembre). Definiciones de gestión por procesos: seleccionamos las 10 mejores. <https://www.heflo.com/es/blog/bpm/definicion-gestion-proceso/>
- Hernández Matías, J. C., & Vizán Idoipe, A. (2013). Lean manufacturing: conceptos, técnicas e implantación. EOI Escuela de Organización Industrial.
- Hernández Nariño, A. (2010). Contribución a la gestión y mejora de procesos en instalaciones hospitalarias del territorio matancero [Tesis de doctorado inédita]. Universidad de Matanzas.
- Hernández Quiceno, V. (2020). Metodología para estandarizar el proceso de programación de salas de cirugía [Tesis de maestría]. Repositorio Institucional Universidad EAFIT. <http://hdl.handle.net/10784/17031>