



REVISTA INCLUSIONES

HOMENAJE A OLENA BUDNYK

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 8 . Número Especial

Abril / Junio

2021

ISSN 0719-4706

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda
Universidad Católica de Temuco, Chile

Editor

Dr. Alex Véliz Burgos
Obu-Chile, Chile

Editores Científicos

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil
Drdo. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad de Valparaíso, Chile
Universidad Adventista de Chile, Chile

Editor Europa del Este

Dr. Aleksandar Ivanov Katrandzhiev
Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Soporte Técnico

Lic. Rodrigo Arenas López
Obu-Chulr, Chile

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza
Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado
Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos
Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera
Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González
Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy
Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz
Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach
Universidad de Potsdam, Alemania
Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín
Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio
Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva
Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira
Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga
Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona
Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía

Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu

Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez

Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie

Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar

Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto

Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo

Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandía

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar

Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau

Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg

Scuola Normale Superiore de Pisa, Italia

Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera

Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

+ Dr. Miguel León-Portilla

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura

Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros

Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández

Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango

Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut

Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa

Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo

Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

Instituto Universitario de Lisboa, Portugal

Centro de Estudios Africanos, Portugal

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el Deporte,
Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. María Laura Salinas

Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dr. Stefano Santasilia

Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

Dra. Jaqueline Vassallo

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dr. Evandro Viera Ouriques

Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez

Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec

Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Indización, Repositorios Académicos/Universitarios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN



ORES



uOttawa

Bibliothèque Library



**MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICO POR PROCESOS PARA HIDRÁULICAS VYCO
DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

**STRATEGIC MANAGEMENT MODEL BY PROCESSES FOR HYDRAULIC VYCO
OF THE POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY**

Mg. Lady Andrea León Serrano

Universidad Técnica de Machala, Ecuador
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5472-140X>
llady@utmachala.edu.ec

Lic. Javier Israel Gaona Ordoñez

Investigador independiente, Ecuador
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3235-8893>
isrealgaonaordonez_1@gmail.com

Lic. María José Macas Ñaguazo

Investigador independiente, Ecuador
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2033-4151>
majitomacas_4@gmail.com

Fecha de Recepción: 22 de diciembre de 2020 – **Fecha Revisión:** 05 de enero de 2021

Fecha de Aceptación: 11 de febrero de 2021 – **Fecha de Publicación:** 01 de abril de 2021

Resumen

Los emprendimientos ocupan un lugar competitivo en las economías, especialmente en los países en vías de desarrollo, al cual se someten constantemente a períodos de prueba por la calidad de los productos y atención a los clientes. Por tal motivo, se ha considerado estudiar un caso particular del cantón Machala, planteando como objetivo determinar un modelo de gestión estratégico por procesos mediante el estudio FODA para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria. Para ello, se aplicó el método analítico-explicativo, se utilizó el instrumento de investigación encuesta dirigido a los 20 colaboradores del emprendimiento de estudio. Los resultados determinaron falencias en la estructura organizacional, en la distribución de las funciones laborales, siendo necesario aplicar un plan estratégico con proveedores calificados para satisfacer las necesidades de los clientes ante la competencia existente. Las conclusiones expresan que, una gestión basada en procesos es útil para los pequeños negocios, especialmente de la Economía Popular y Solidaria con planeación de procesos estratégicos, de apoyo, operativos y mejora continua.

Palabras Claves

Gestión – Procesos – Economía Popular y Solidaria

Abstract

Entrepreneurship occupies a competitive place in economies, especially in developing countries, to which they are constantly subjected to trial periods for the quality of products and customer service. For this reason, it has been considered to study a particular case of the Machala canton, proposing as an objective to determine a strategic management model by processes through the SWOT study for Hydraulic VYCO of the Popular and Solidarity Economy. For this, the analytical-explanatory method was applied, the survey research instrument directed at the 20 collaborators of the study undertaking was used. The results determined shortcomings in the organizational structure, in the

Modelo de gestión estratégico por procesos para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria pág. 497

distribution of work functions, making it necessary to apply a strategic plan with qualified suppliers to meet the needs of customers in the face of existing competition. The conclusions express that a process-based management is useful for small businesses, especially in the Popular and Solidarity Economy with planning of strategic, support and operational processes and continuous improvement.

Keywords

Management – Processes – Popular and Solidarity Economy

Para Citar este Artículo:

León Serrano, Lady Andrea; Gaona Ordoñez, Javier Israel y Macas Iñaguazo, María José. Modelo de gestión estratégico por procesos para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria. Revista Inclusiones Vol: 8 num Especial (2021): 496-514.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)

Licencia Internacional



Introducción

El desarrollo del emprendimiento se basa por diferentes características y motivaciones, parte de ello es la contribución en el crecimiento económico, esto conlleva en sostener dichas propuestas generadoras de recursos, empleo y diversificación¹. Sin embargo, emprender va más allá de iniciar un negocio, representa beneficios individuales y sociales, una razón sostenible de acuerdo al perfil del emprendedor, destacan los factores internos y externos, poniendo de manifiesto los principios de gestión, la forma de planificación como seguimiento para la implementación de nuevos procesos organizacionales².

La competitividad es un factor marcador de prueba para el mantenimiento de los negocios en los mercados, actualmente la mayoría recurren a planes de negocios, planes estratégicos para el logro de objetivos y metas, dichos planes proponen períodos de tiempo de corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud del emprendimiento. Los tamaños de los micro emprendimientos evalúan la ejecución de actividades por cada unidad departamental o en su defecto por el administrador y asistente al inicio del arranque del negocio. El número de funciones establece el marco del ambiente organizacional, los resultados favorables o desfavorables, controlan y miden la calidad de los planes estratégicos aplicados, en este punto, sopesando las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas para la aplicación de correctivos internos como externos.

Con la evolución de los emprendimientos, es significativo precisar la misión y visión, esquemas claros que más del 60% de los emprendimientos lo hacen frente a una diferencia sin ser visionarios, esto enmarca el camino a seguir y la razón de ser para los clientes que esperan la oferta de los bienes y servicios. Un aspecto diferenciador del sector micro comercial, son los principios de la economía popular y solidaria, basados en normas de reciprocidad, comunidad, solidaridad para las colectividades como fuente de apoyo y participación en redes de comercialización. La mayoría de los países latinoamericanos basan los emprendimientos en las diferentes formas de organización de la economía social y solidaria, como decisión de control gubernamental, mecanismo de ayuda considerando que las buenas prácticas administrativas, económicas y financieras destacan este tipo de actividades conjuntamente con capacitación y actualización sobre calidad, análisis interno-externo, cooperativismo, manejo de recursos financieros y servicio al cliente. Parte de las problemáticas es el menor porcentaje que integran a la economía popular y solidaria, así como el escaso análisis de las debilidades y oportunidades para corregir y potencializar comercios, por lo tanto, el diagnóstico con carácter estratégico determina el estado de los emprendimientos³. Ecuador, ha presentado cambios significativos en el desarrollo socioeconómico en base a la redistribución, reasignación equilibrada de los recursos en el marco de un mercado regulado⁴. La Provincia de El Oro, destacada por su actividad comercial, en atención a la ciudad de Machala, se realizó un análisis en el interior del

¹ Lady León, “La equidad de género en los emprendimientos”, Fides Et Ratio Vol: 13 (2017): 107-125.

² Luis Guanunga; Mario Rodríguez y Guido Albán, “Situación y Gestión del emprendimiento”, 2018, Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15558/3/Situaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20del%20emprendimiento.pdf>

³ Jhon Boza y Nelly Manjarez, “Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en Ecuador”, Ingeniería Industrial Vol: XXXVII num 2 (2016): 208-217.

⁴ Luis Auquilla y Luis del Castillo, “La economía popular y solidaria inclusiva en las localidades de la junta parroquial rural”, Economía y Desarrollo Vol: 150 num2 (2013): 170-182.

negocio Hidráulicas VYCO perteneciente a la economía popular y solidaria, identificando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, precisando necesidades de cambios comenzando con la parte organizacional, toma de decisiones elementales para seguir creciendo con productos de valor agregado.

Se justifica el estudio por los procesos internos del emprendimiento que permiten basarlo en un sistema de gestión, el factor clave se mantiene en implementar dichos cambios en la estructura administrativa para alcanzar objetivos, revisión de misión y visión, estas fases de cambios deben realizarse en todos y cada uno de los procesos que la organización manipule⁵.

La importancia de la investigación, radica en el planteamiento del objetivo central en proponer un modelo de gestión de procesos estratégico mediante el estudio FODA para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria, con método de investigación analítico-explicativo, los resultados demuestran cambios en la estructura organizacional con propuesta de un modelo estratégico basado en el análisis interno y externo, las principales conclusiones expresan que los procedimientos deben llevarse a cabo mediante mecanismos estratégicos, de apoyo, operativos y mejora continua, incluyendo aquellos negocios que aplican los principios de la economía social y solidaria.

Revisión de Literatura: Evidencia empírica

El mercado cada vez es más competitivo y en la era actual de la información podemos conocer porque algunos emprendimientos son más exitosos que otros, y el dilema de las que sobreviven día a día mientras que otras pocas fracasan a poco tiempo de empezar. Todo esto repercute en el comportamiento del mercado ante la oferta y demanda, incidiendo de gran manera en la rentabilidad y razón de la supervivencia de un negocio, por ello se tiende a considerar que la formulación, ejecución y evaluación de estrategias son esenciales para generar ventajas competitivas en el mundo globalizado⁶.

El fundamento esencial del proceso de dirección estratégica se basa en las tendencias de los factores internos como externos, de modo que, si se debe aplicar un cambio se lo haga de manera acertada⁷. Asimismo, se hace indispensable que las organizaciones, deban estar continuamente escudriñando el entorno, y en particular, el sector en el cual se encuentra envuelto, debido que el mismo define posteriormente una dirección estratégica a través de una secuencia de diferentes decisiones⁸.

El entorno empresarial se caracteriza por ser dinámico, es por ello que las organizaciones se enfrentan a nuevos desafíos y adversidades que les obliga a tomar decisiones acertadas con bases sólidas, de lo contrario están destinadas al fracaso o pasar dificultades económicas-financieras.

⁵ Adalberto Pomares y Jaimes Cerveleon, "Enfoque basado en procesos en las empresas de calzado en el Departamento de Santander", Universidad de Pamplona, Vol: 2 num 1 (2019). 30-51.

⁶ Reyner Ramírez; Nelson Lay y Harold Sukier, "Estrategia de gestión para la gestión de personas en el sector minero de Venezuela, Colombia y Chile", Información tecnológica, Vol: 31 num 1 (2020): 133-140.

⁷ David Fred, Conceptos de Administración Estratégica (México: Pearson Educación, 2013).

⁸ Jorge González; Flor Salazar; Raúl Ortiz y Darwin Verdugo, "Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones", TELOS Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales Vol: 2 num 1 (2019): 242-267.

Es importante conocer el significado de planificación como el proceso de decidir incluyendo cómo y cuándo se hará. Sin un plan no se puede actuar de manera eficaz y eficiente⁹. En cambio, cuando se trata el término de estrategia dentro de las organizaciones, tiene que ver con competir de manera diferente: hacer lo que los competidores no hacen o, mejor, hacer lo que no pueden hacer que distingan a la compañía de sus competidores. De este modo, la planificación estratégica se centra en determinar planes de acción y lograr que los negocios sean competitivos en su entorno¹⁰. La misión organizacional se fundamenta en el propósito para la cual fue creada, declara el rol que cumple dentro la sociedad, manifestando su razón de ser o existir¹¹, lo que coincide al enunciar a qué clientes sirve, qué necesidades satisface y qué tipos de productos ofrece¹². Para complementar, los emprendimientos a través de la misión inspirada en el cliente reflejan las necesidades que intentan satisfacer, los beneficios que ofrece, ser la organización que condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas¹³. Una diferenciación de la misión organizacional es el objeto de difundir a nivel interno y externo la razón de la existencia de los negocios, y sirve como guía para los gerentes¹⁴. Un paso final y trascendental es la forma como debe ser comunicada y de manera efectiva¹⁵. Está vinculada con la visión, con los intereses de los administradores, para cumplir finalidades y conforma una parte básica de un modelo de gestión por procesos¹⁶. Los emprendimientos se actualizan frente a las grandes empresas, especialmente en aplicar objetivos organizacionales para satisfacer los intereses económicos o sociales, dependiendo de la naturaleza de cada establecimiento¹⁷, estos objetivos marcan el camino a lidiar, por ser esenciales¹⁸. Las experiencias de los emprendimientos locales, demuestran lo indispensables que son para lograr el éxito, ayudan en la evaluación, crean sinergia, revelan prioridades, enfocan la coordinación y proporcionan una base para llevar cabo con eficacia las actividades de planificación, organización, motivación y control, hay que tener en cuenta que deben ser desafiantes, fáciles de medir, consistentes, razonables¹⁹, cuantificables añadido de una fecha límite para su consecución para lograr los resultados deseados y se consideran cruciales para el buen desempeño²⁰.

⁹ William Stanton; Michael Etzel y Walker, Bruce, Fundamentos de Marketing. Décimocuarta edición, (México: McGraw-Hill Interamericana, 2015).

¹⁰ Arthur Thompson; John Gamble; Margaret Peteraf y A. Strickland III, Administración estratégica: Teoría y Casos. Décima novena edición (México: McGraw-Hill/Interamericana, 2015).

¹¹ Idalberto Chiavenato, Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. Octava edición (México: McGraw-Hill/Interamericana, 2007).

¹² William, Stanton, Michael, Etzel, y Walker, Bruce, Fundamentos de Marketing. Décimocuarta edición (México: McGraw-Hill Interamericana, 2015).

¹³ Rafael Muñoz, Marketing en el Siglo XXI (España: Centro de Estudios Financieros ediciones, 2014).

¹⁴ Henry González; Natalia Marulanda y Francisco Echeverry, "Diagnóstico para la implementación de las herramientas Lean Manufacturing, desde la estrategia de operaciones en algunas empresas del sector textil confección de Colombia: reporte de caso", Revista Escuela de Administración de Negocios num 85 (2018): 199-218.

¹⁵ David Fred, Conceptos de Administración Estratégica (México: Pearson Educación, 2013).

¹⁶ Rafael Muñoz, Marketing en el Siglo XXI...

¹⁷ Miguel Porret, Gestión de personas: Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones. Sexta edición (Madrid: ESIC Editorial, 2010).

¹⁸ Darcy Mendoza y Danny López, "Pensamiento estratégico: Centro neurálgico de la planificación estratégica que transforma la visión en acción", Económicas CUC, Vol: 36 num 1 (2015): 153-179.

¹⁹ Arthur Thompson; John Gamble; Margaret Peteraf y A. Strickland III, Administración estratégica: Teoría y Casos. Décima novena edición (México: McGraw-Hill/Interamericana, 2015).

²⁰ Delio Castañeda, "Condiciones para el aprendizaje organizacional", Estudios Gerenciales, Vol: 31 num 134 (2015): 62-67.

Las características de las pequeñas empresas se pueden resumir en componentes familiares, problemas de solvencia, falta de liquidez, escalas bajas de producción, financiamiento de fuente propias, las actividades se centran en un solo departamento, en el cual se realizan las ventas, administración y producción, la mayoría de este tipo de emprendimientos están bajo el mando de la misma persona²¹. Estos causales, permiten realizar análisis internos y externos en el entorno competitivo que se desenvuelven los emprendimientos, identificando aquellos elementos o factores que siguen el funcionamiento organizacional²², mediante estos pronósticos sobre la situación actual se identifica, evalúa las fortalezas y debilidades en las áreas departamentales como estratégica básica²³. La importancia de realizar este tipo de análisis lleva de manera justa determinar las ventajas y orientaciones necesita para ser mejor que la competencia²⁴.

El análisis interno abarca el estudio sobre los recursos financieros, recursos humanos, tecnologías y desarrollo de capacidades, mientras que los externos abarca la situación de crecimiento o crisis económica, tipos de interés, distribución de la renta, tasa de inflación, tasa de desempleo; factores sociales, culturales, demográficos y ambientales, influyentes en la mayoría de productos, servicios y el mercado en general²⁵. Es decir, el FODA, identifica los factores que afectan el desempleo de los negocios, recurriendo a sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, desde una perspectiva global, para implementar tácticas competitivas, creando potencial de rendimiento que necesitan para obtener beneficios en el futuro, y garantizar la sustentabilidad, permitiendo omitir obstáculos que se consideran generalizables para estas actividades²⁶. Los resultados de los emprendimientos desde economías en vías de desarrollo, priorizan la necesidad después de un FODA, realizar un plan estratégico basado en un modelo de gestión estratégico por procesos, es decir un enfoque basado en fases para direccionar actividades necesarias, hacia la satisfacción del cliente, proveedores, personal, accionista y sociedad en general²⁷. Los diversos modelos incorporan ventajas y dificultades en el análisis e implementación de las diversas estrategias con las múltiples prácticas, procedimientos para definir el campo de acción y configurar acciones de los dirigentes, y las relaciones con el contexto social como organizacional²⁸.

²¹ Fabiola Arriaga; David Ávalos y Edgardo Martínez, “Propuesta de estrategias de mejora basadas en análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco, México”, *Ra Ximhai*, Vol: 13 num 3 (2017): 417-424.

²² Katry Parody; Leidis Jiménez y Jhon Montero, “Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del Cesar, Colombia”, *Revista Ciencias Estratégicas* Vol: 24 num 35 (2016): 199-210.

²³ David Fred, *Conceptos de Administración Estratégica* (México: Pearson Educación, 2013).

²⁴ Henry González; Natalia Marulanda y Francisco Echeverry, “Diagnóstico para la implementación de las herramientas Lean Manufacturing, desde la estrategia de operaciones en algunas empresas del sector textil confección de Colombia: reporte de caso”, *Revista Escuela de Administración de Negocios* num 85 (2018): 199-218.

²⁵ David Fred, *Conceptos de Administración Estratégica*...

²⁶ Catherine Oré, *Formulación de estrategias digitales para incremento del número de servicios de publicidad en la empresa MKT Business Solutions SAC. Trabajo de Suficiencia Profesional*, Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Ciencias Empresariales, Lima. 2018, Disponible en http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8589/1/2018_Or%C3%A9-Cabrera.pdf

²⁷ Hugo Palma; David Martínez y Diego, Cardona, “Enfoque basado en procesos como estrategia de dirección para las empresas de transformación”, *Saber, Ciencia y Libertad* Vol: 11 num 1 (2016): 141-150.

²⁸ Fabián Osorio; Edgar Gálvez y Guillermo Murillo, “La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis”, *Cuadernos de Administración* num 43 (2010): 65-80.

Un modelo de procesos desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión estratégico cuando existe y cuando no lo hay, lo crea como puerta de arranque para el negocio, aumentando la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente, con alternativas diferenciales en conocer las organizaciones de forma sistémica y desarrolla una visión horizontal de la misma; favoreciendo la interacción de equipos de trabajo para el intercambio de información como gestión oportuna de soluciones²⁹. Permite dentro de la organización una válida optimización de los recursos, mejorando y aumentando de manera significativa el nivel de desempeño³⁰.

Un paso adelante de los pequeños negocios y de aquellos que van a una transición de medianas y grandes empresas, es la incorporación de modelos de procesos estratégicos, con diferentes perspectivas para pronosticar resultados, estructuración de procesos y funciones internas, dependen de elementos formales e informales, así como la actuación del emprendedor, la toma de riesgos hace la relación con las decisiones de inversión, acciones estratégicas en situaciones de incertidumbre, magnitud, frecuencia, innovación de productos, cambios en el control financiero y la tendencia hacia el liderazgo con proactividad en el entorno³¹.

Asimismo, este marco de formulación de procesos de planificación involucra el análisis FODA como primer escalón, también los valores esenciales, compromiso, plan de continuidad, compromiso de gestión, viabilidad de largo plazo, instalaciones adecuadas, análisis de competencia, satisfacción de clientes, capacitaciones, gestión financiera y de sobre manera lograr las expectativas de los integrantes de los emprendimientos para alcanzar la fidelización de clientes externos³².

Los principios de gestión estratégica se vinculan con la construcción de un nuevo sistema social, siempre y cuando quede a nivel de grupo o colectivo, el trabajo colaborativo es mantenido en el esfuerzo causal de los trabajadores, en mantener un conjunto de actividades económicas para el progreso de la comunidad, propiciando el desarrollo integral del ser humano, a través de los emprendimientos, micros, pequeñas y medianas empresas, tanto colectivas como corporativas, unidades de producción, que conforman lo que se llama iniciativa social³³.

Por todo esto, la importancia de un modelo de gestión de procesos en los emprendimientos debe ser acompañado con principios de economía social y solidaria, por la significativa contribución a la economía local y nacional, fortaleciendo el entorno social con diversos modelos, programas y proyectos, para direccionar de manera sistemática el desarrollo organizacional del sector que representa. En Ecuador, el sistema económico y solidario, surge en 2008 con la nueva constitución, un punto de inicio para la gestión de la economía solidaria ecuatoriana en el marco de la Ley Orgánica de Economía Popular y

²⁹ Hugo Palma; David Martínez y Diego Cardona, Enfoque basado en procesos como estrategia...

³⁰ Adalberto Pomares y Jaimes Cerveleon, "Enfoque basado en procesos en las empresas de calzado en el Departamento de Santander", Universidad de Pamplona, Vol: 2 num 1 (2019): 30-41.

³¹ Carlos Hernán y Edgar Gálvez, "Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales", Academia Revista Latinoamericana de Administración Vol: 40 (2008): 13-31.

³² Arnoldo Araya, "Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares", Revista Tec Empresarial Vol: 11 num 1 (2017): 23-34.

³³ Jhon Boza y Nelly Manjarez, "Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en Ecuador", Ingeniería Industrial Vol: XXXVII num 2 (2016): 208-217.

Solidaria con normativas de control y seguimiento listos para experiencias exitosas en los emprendimientos³⁴.

La Provincia de El Oro, se destaca por la actividad comercial, el principal cantón denominado Machala y provee la mayor fuente de ingresos. El estudio se realiza en el cantón Machala, en el sector comercial automotor perteneciente a la economía popular y solidaria, el impulso del Estado a través de políticas públicas, eleva la importancia de incentivar el micro emprendimiento, para el bienestar de las familias administradoras de negocios de inicio y la dinámica de recursos económicos que solventan la localidad y provincia.

Materiales y Métodos

La investigación es de método analítico, por la aplicación de la experiencia directa a la obtención de las pruebas, verifica y valida un razonamiento mediante la estadística y observación³⁵. Es de tipo explicativo por el fundamento de las conclusiones que llevan a la formulación o contraste de leyes, principios, analizando la causa y efecto que poseen en el momento de la interacción entre variables³⁶.

La técnica de recopilación de datos es el instrumento de la encuesta, considerada una herramienta propia para el análisis y explicación de la investigación. Se encarga de recopilar información, a partir de las respuestas proporcionadas por una población o muestra determinada. La encuesta hace posible que la investigación social llegue al sujeto de estudio y se adapte a todo tipo de estudio³⁷, permite estandarizar los datos para un análisis posterior, alcanzando datos en un periodo de tiempo corto. La aplicación del instrumento fue dirigido a los 20 colaboradores de Hidráulicas VYCO, determinando un diagnóstico estructural y organizacional. La fijación de una matriz FODA, es considerado un enfoque clásico para separar dos diagnósticos, el interno y el externo, que carecen de sentido si no se contemplan interrelacionados³⁸. En efecto, son las amenazas y las oportunidades quienes dan a cada debilidad o fortaleza su importancia. La planificación estratégica es otro mecanismo metodológico para requerimientos de información planteados de continuo cambio, fundamentado en fases de organización, capacidad y competencia. Los procesos se definen en estratégicos, operativos y de apoyo³⁹, incorporando los principios de economía social y solidaria.

³⁴ Emilia Ruíz, La Economía Social y Solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador, Disertación previa a la obtención del título de Economista. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, (2015), Disponible en <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10538/La%20econom%C3%ADa%20social%20y%20solidaria%20como%20modelo%20de%20desarrollo%20emergente%20en%20el%20Ecuador%20-%20Emilia%20Ruiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

³⁵ Juan Lopera; Carlos Ramírez; Marda Zuluaga y Jennifer Ortiz, “El método analítico como método natural. Nómadas”, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, Vol: 25 num 1 (2010): 1-28.

³⁶ César Bernal, Metodología de la Investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda edición (México: Pearson Educación, 2006).

³⁷ Anna Kuznik; Amparo Hurtado y Anna Espinal, “El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas”, MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación, num 2 (2010): 315-344.

³⁸ Roxana Silva, “Enfoque conceptual de la Dirección Estratégica”, Revista Perspectivas, num 26 (2010): 153-178.

³⁹ Fabiola Arriaga; David Ávalos y Edgardo Martínez, “Propuesta de estrategias de mejora basadas en análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco, México”, Ra Ximhai, Vol: 13 num 3 (2017): 417-424.

Resultados

El objetivo de la investigación es determinar un Modelo de gestión estratégico por procesos mediante el estudio FODA para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria para cumplir dicho propósito, se aplicó una encuesta con preguntas dirigidas a los empleados del negocio, explicando con las respectivas interpretaciones sobre la situación organizacional, para luego plantear el diagnóstico estratégico con una propuesta de modelo de gestión por procesos.

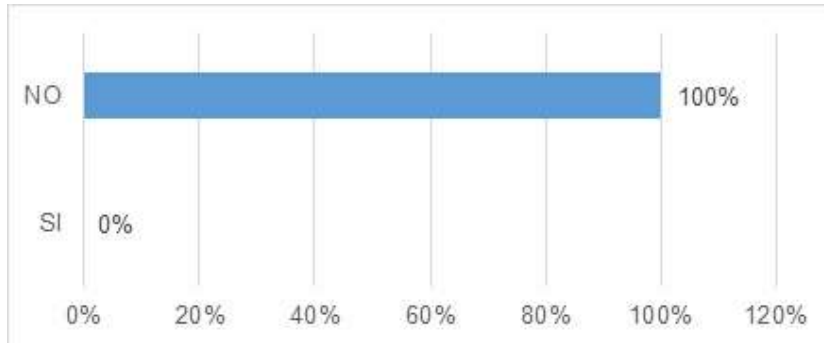


Gráfico 1
Misión y visión de Hidráulicas VYCO
Elaboración: Autores

Los resultados del gráfico 1 demuestran que, el negocio carece de una misión y visión organizacional, representa una debilidad alta. Aunque las investigaciones destacan que la mayoría de los pequeños negocios no incorporan la divulgación de la misión y visión a los colaboradores, sigue siendo elementos esenciales y base para el cumplimiento de los objetivos estratégicos, por lo tanto, la incorporación es esencial y estructural.

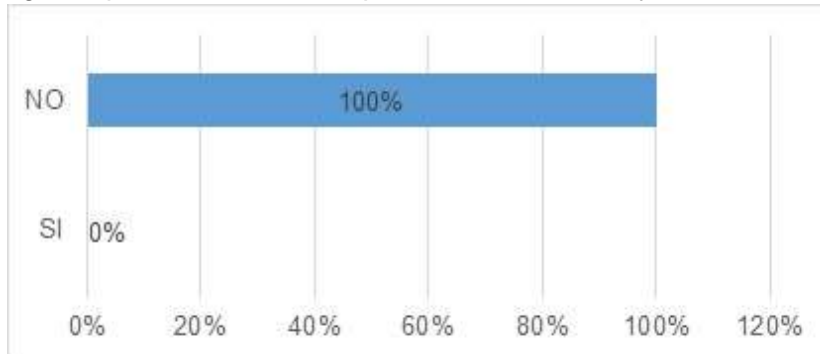


Gráfico 2
Plan estratégico
Elaboración: Autores

En el gráfico 2, se observa el 100% (20) empleados encuestados, expresaron que el negocio no cuenta con un plan estratégico, una debilidad alta en el entorno operativo. La importancia del plan estratégico proviene del control en los procesos, mantiene un alcance de las metas, describe dónde está y hacia dónde quiere llegar, sin embargo, el emprendimiento carece de una planificación, que debe recompensarse con un modelo de gestión por procesos.

Modelo de gestión estratégico por procesos para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria pág. 505

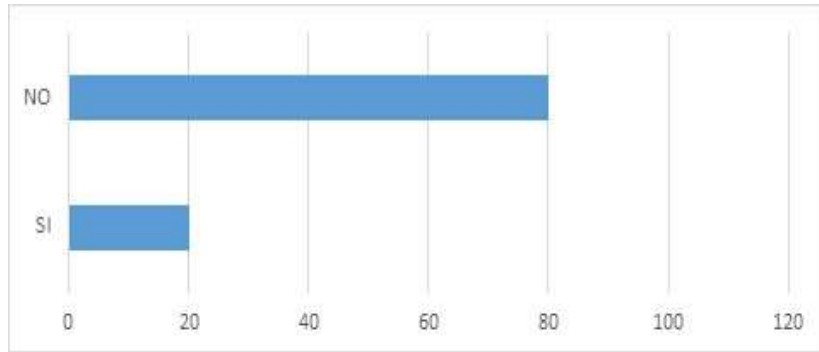


Gráfico 3
Funciones laborales
Elaboración: Autores

En el gráfico 3 se muestra que, las funciones laborales o actividades realizadas no se dan de manera adecuada, el 20% manifiesta si conoce las obligaciones a cumplir, y el 80% no las conoce, ciertamente determina un problema de organización en los puestos de trabajo en conjunto con las falencias en las áreas departamentales, comprometiendo el ambiente laboral, ejecución de procedimientos y duplicado de funciones, corresponde a una debilidad.

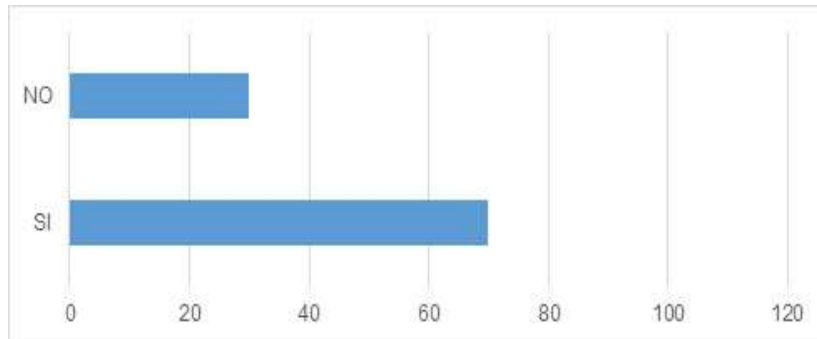


Gráfico 4
Personal capacitado
Elaboración: Autores

Los datos de la encuesta realizado a los colaboradores, explicaron que el 70% si está capacitado para ofrecer los servicios del negocio a los clientes, mientras que el 30% ha sido poco actualizado según gráfico 4, indudablemente es un porcentaje menor que está sin ser capacitado, significa una constante de corrección. Es importante capacitar y orientar al personal con nuevas estrategias de ventas y conocimiento del producto. Contratar personal comprometido es una fortaleza para el desarrollo de habilidades y destrezas para beneficio del negocio y clientes.

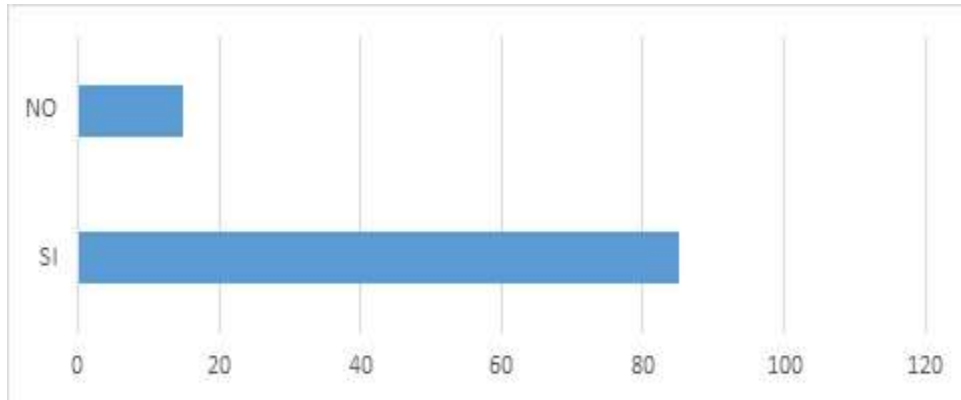


Gráfico 5
Sistema contable y financiero
Elaboración: Autores

En el Gráfico 5, el 90% de los colaboradores manifestaron, si poseen un sistema contable y financiero para el manejo de los recursos económicos, ventas, así como el registro de los ingresos y egresos significando una fortaleza alta; otro 10% desconoce de un sistema financiero en el negocio. Un aspecto indispensable es registrar los valores por compra y venta, esto permite analizar el nivel de utilidades y pérdidas para la toma de decisiones.

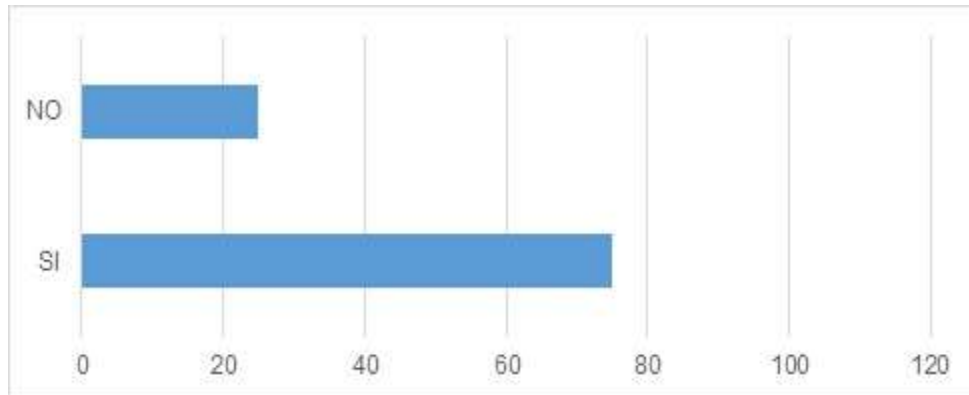


Gráfico 6
Satisfacción de clientes
Elaboración: Autores

La interpretación del gráfico 6 indica, el 25% de los encuestados manifestaron que los clientes no están satisfechos y el 75% informó que los clientes o usuarios externos están satisfechos, además regresan usualmente por la compra de los productos en repuestos de alta calidad que ofrece el negocio, por lo tanto, el servicio es considerado una oportunidad. La diferencia es importante entre satisfechos y no satisfechos, a su vez, el emprendimiento tiene credibilidad en el sector que está ubicado, para mantener la fidelización de clientes.

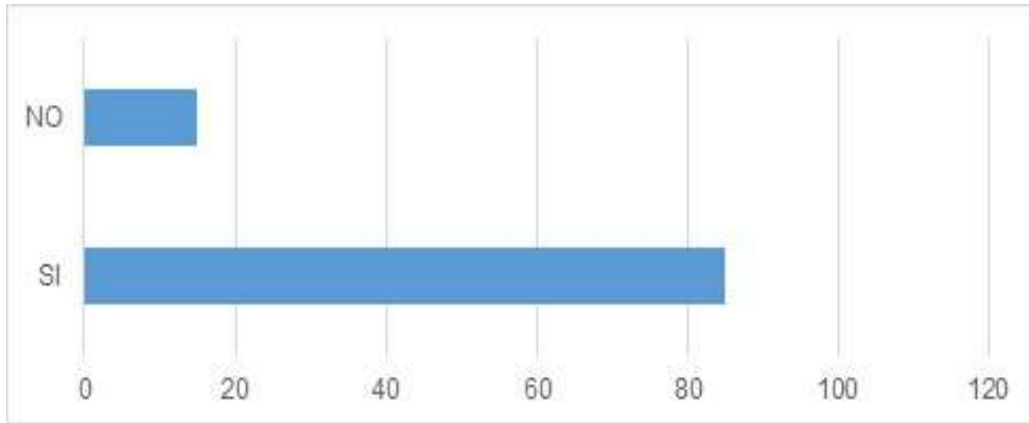


Gráfico 7
Instalaciones, muebles y equipos
Elaboración: Autores

La infraestructura del negocio de estudio, de acuerdo a los datos del gráfico 7, muestran, el 85% respondió que las instalaciones, muebles y equipos son adecuados para la venta de los productos y prestación de servicios, mientras el 15% indicó lo contrario. El 85% representa una fortaleza debido a las instalaciones acordes al negocio permitiendo el desarrollo de los colaboradores para acaparar clientes satisfechos como aspecto positivo para el crecimiento del negocio.

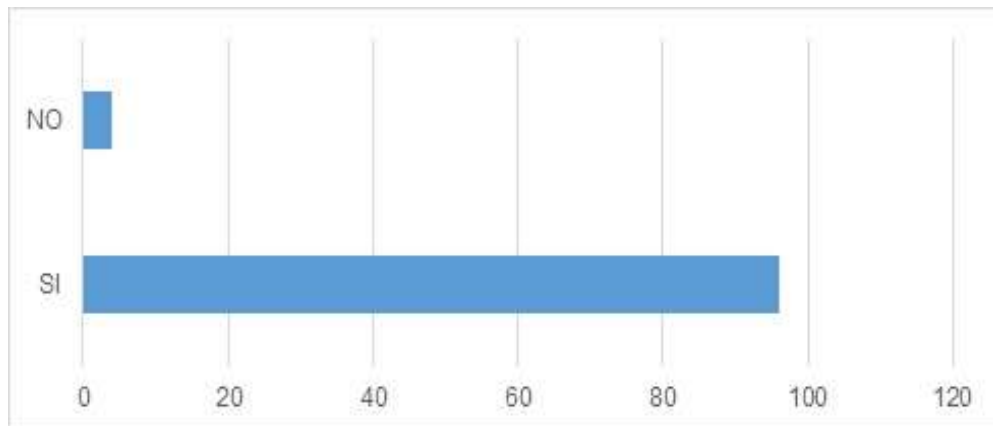


Gráfico 8
Principios de Economía Popular y Solidaria
Elaboración: Autores

La interpretación del gráfico 8, demuestra, del total de los 20 colaboradores encuestados, el 96% mencionó que el negocio donde laboran cumplen los principios de la Economía Popular y Solidaria basados en solidaridad, reciprocidad, sostenibilidad, autogestión, responsabilidad social y cooperación, esto rescata un emprendimiento caracterizado por compromiso con la comunidad y trabajadores, a pesar de las dificultades y los cambios organizacionales que se necesita, otro 4% manifestó que no se cumplen los principios de la economía social y solidaria. Esto conlleva analizar un emprendimiento basado en la equidad considerado como una oportunidad.

Modelo de gestión estratégico por procesos para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria pág. 508

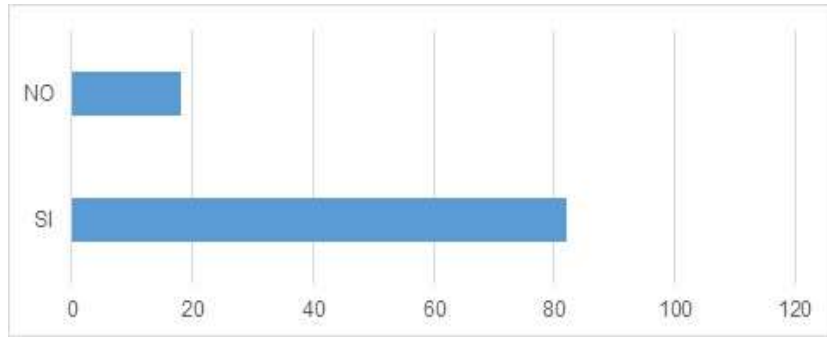


Gráfico 9
Proveedores
 Elaboración: Autores

El 82% de los encuestados manifestaron, el negocio tiene proveedores fijos y con productos de calidad, mientras el 18% indicó lo contrario. Al parecer la garantía de los productos y clientes satisfechos tiene que ver con la calificación sobre la calidad de los proveedores que abastecen el local, representando una oportunidad.

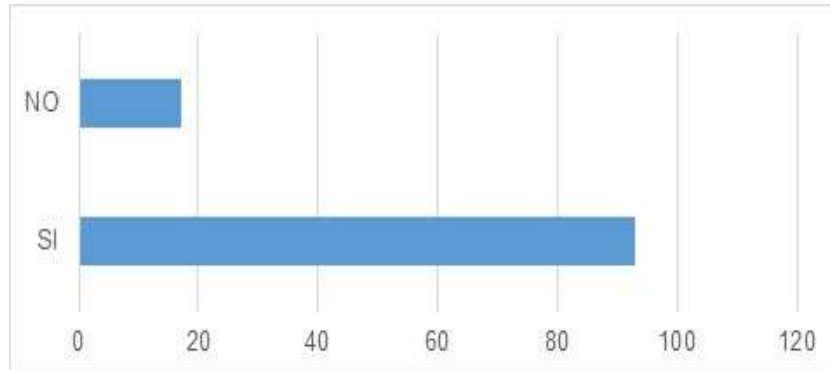


Gráfico 10
Competencia
 Elaboración: Autores

La localidad donde está ubicado el sector es estratégico, sin embargo, el 93% de los trabajadores contribuyó al mencionar, existe competencia ofreciendo los mismos productos de repuestos y el 17% considera que no tiene competencia. La realidad permite establecer un plan estratégico para aumentar la fidelización de clientes y mejorar las expectativas del cliente con un mejor servicio que marque la diferencia con el resto de negocios y con mejor calidad de los tipos de repuestos, esto representa una amenaza.

Diagnóstico Estratégico

Hidráulicas VYCO es un emprendimiento de larga trayectoria en el mercado local, cuenta con la aceptación de clientes de varios años, está situado en el norte de la ciudad lugar estratégico para el tipo de negocio, dispone de variedad de repuestos hidráulicos para toda clase de vehículos, siendo un punto clave para los clientes más exigentes y posicionamiento del local.

Los aportes de las encuestas más el análisis del negocio, permitió establecer la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), conociendo los aspectos a mejorar ubicados en la tabla 1, los factores esenciales que deben fortalecer y aprovechar las oportunidades para disminuir las amenazas de Hidráulicas VYCO, tal como se muestra a continuación, se los plasmará en un modelo de gestión por procesos.

Fortalezas	Debilidades
Personal capacitado	Misión y visión organizacional
Cuenta con sistema contable y financiero	Carece de Plan estratégico
Adecuadas instalaciones, muebles y equipos	Desconocimiento de funciones laborales
Oportunidades	Amenazas
Pertenece a la Economía Popular y Solidaria	Aumento de competencia del sector
Satisfacción de clientes externos	Incremento de impuestos
Proveedores de calidad	Entorno económico desfavorable

Tabla 1
Matriz FODA
Elaboración: Autores

En base a lo anterior, determinado el FODA, es necesario el planteamiento de un modelo de gestión por procesos como propuesta ante las debilidades que presenta internamente el emprendimiento, como se detalla a continuación:

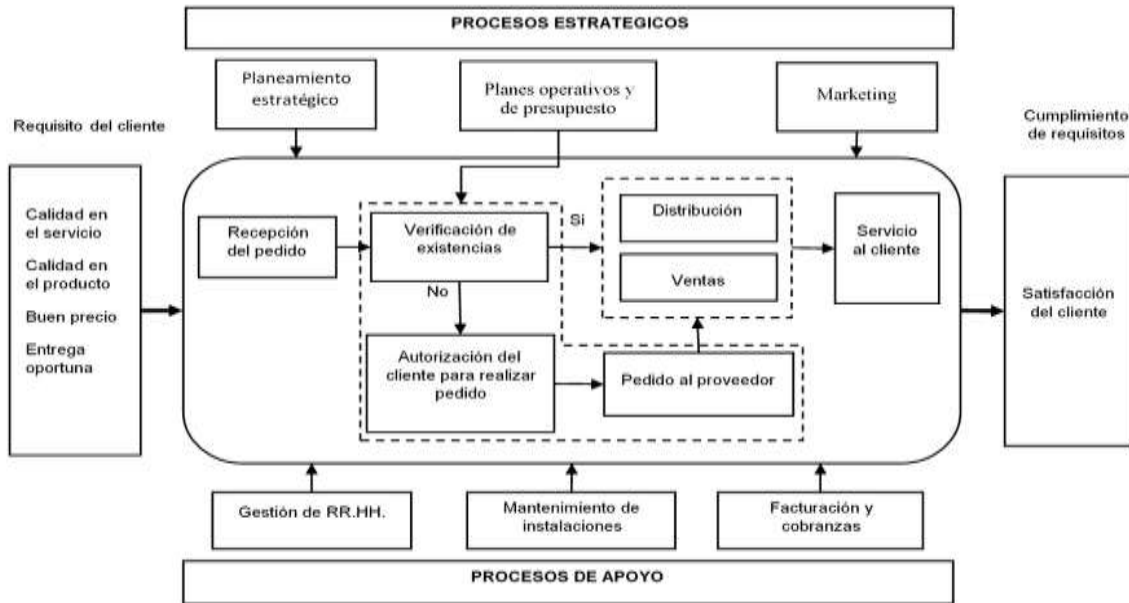


Gráfico 11
Modelo de gestión estratégico por procesos de Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria
Elaboración: Autores

Procesos estratégicos

Planeamiento estratégico

En este proceso se centrará en la planificación e implementación de las estrategias organizacionales, la responsabilidad recaerá en la directiva, y la evaluación se efectuará mediante indicadores financieros año a año. Los posibles riesgos asociados al incumplimiento serían un mal desempeño en todos los niveles de la organización por lo que es un factor importante a cumplir.

Planes operativos y de presupuesto

El objetivo de este proceso será analizar el estado financiero de la organización y desarrollar planes operativos, realizado en conjunto por la dirección y el departamento contable. Su importancia radica en disposición de capital de trabajo, un inventario acorde a las necesidades del mercado, y una operación eficiente de la organización.

Marketing

El proceso de marketing consistirá en identificar el mercado objetivo y trazar planes para atraer y fidelizar a los clientes. La responsabilidad en este proceso estará a cargo del área de comercialización junto con la directiva, y su efectivo cumplimiento permitirá a la organización poseer rentabilidad.

Procesos operativos

Recepción del pedido

A cargo del área de comercialización, este proceso comprenderá en identificar y recibir el pedido del cliente, por ello se necesita que los empleados tengan un conocimiento básico sobre hidráulicas. De lo contrario el proceso se ralentizará afectando las ventas e incidiendo en los resultados esperados.

Verificación de existencias

En esta fase a cargo del área de comercialización, se verificará la existencia de los artículos que los clientes necesitan. Los procesos siguientes se detallan en la siguiente tabla:


SI	NO
	Autorización del cliente para realizar el pedido: Con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, se realizará una negociación con el cliente para que la organización puede realizar un pedido a sus proveedores de ese artículo no incluido en inventarios.
	Pedido al proveedor: En este proceso será necesario tener buenas relaciones con los proveedores y no tener dificultades relacionadas a plazos y precios.
Distribución y ventas: Este proceso se fundamentará en la logística, es decir la entrega del producto a su lugar de destino. De esta manera se estaría completando una venta y la satisfacción del cliente.	

Tabla 2
Existencias con proveedores
Elaboración: Autores

Satisfacción del cliente

Este proceso se considerará fundamental para la organización, a través de la satisfacción del cliente podemos llegar a fidelizar a clientes potenciales, aumentar las ventas y cumplir los objetivos organizacionales. La directiva se encargará de implementar lineamientos de servicio al cliente y capacitar a los empleados en este tema. Se podrá evaluar las acciones mediante una encuesta de satisfacción.

Procesos de apoyo

Gestión de Recursos Humanos

El talento humano es un factor clave para el cumplimiento de los objetivos, por ello la directiva tendrá la responsabilidad de gestionar de manera adecuada al personal mediante planes de acción que permitan tener un proceso de selección acorde a las necesidades de las organizaciones, así mismo efectuar capacitaciones y velar por el bienestar de los colaboradores.

Mantenimiento de instalaciones

El mantenimiento de instalaciones y equipos a cargo de la directiva se centrará en que la organización tenga un ambiente laboral adecuado, de esta manera se evitará accidentes laborales o algún retraso en las operaciones diarias.

Facturación y cobranzas

En este proceso se buscará lograr una política efectiva de facturación y control en la cartera de clientes mejorando la salud financiera del negocio. Por lo tanto, se implementará un sistema contable financiero, necesario con normas y procedimientos revisados y aprobados por la directiva antes de la aplicación.

Procesos Economía Popular y Solidaria

En esta fase se enmarcará los procesos de producción ventas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, lucro y acumulación de capital.

Conclusiones

El mercado de repuestos automotrices está en expansión, el ingreso de las diferentes marcas de automóviles ha permitido la creciente demanda del mercado automotor, lo cual favorece al emprendimiento de estudio, el volumen de ventas a mejorado la rentabilidad, es parte de las oportunidades que se deben aprovechar para cambios estructurales y organizacionales. El objetivo del estudio refiere a determinar un modelo de gestión estratégico por procesos mediante el estudio FODA para Hidráulicas VYCO de la Economía Popular y Solidaria, los resultados de la encuesta fueron claros y precisos al identificar los principales problemas del negocio, la inexistencia de la Misión y visión, afectado la organización por años, sin embargo, se plantea acorde a la realidad actual, el plan estratégico resaltado en el FODA.

Los resultados de la encuesta refieren a las funciones laborales, existen debilidades al no tener claro el personal en la definición de actividades para cada departamento, este aspecto denota la importancia de un Manual de Puestos de trabajo, la capacitación es un objetivo organizacional planeado mediante un programa anual, es fundamental en el emprendimiento mantener trabajadores actualizados para el manejo de ventas, servicio al cliente y de los productos que ofrece el negocio. La incorporación de un sistema contable y financiero especialmente en los pequeños negocios es indispensable para conocer sobre los fines de los recursos existentes, así mismo, la satisfacción de los clientes es considerado una oportunidad ante la alta competencia que experimenta Hidráulicas VYCO. Los proveedores cumplen con la calidad necesaria para la venta de los artículos para vehículos, la infraestructura tiene una aceptación de la mayoría de los empleados al mencionar que está acorde a las necesidades de la actividad comercial por ende representa la satisfacción de los clientes, a pesar que existe una brecha insatisfecha que debe ser mejorada mediante programas de marketing con incentivos y promociones. Hidráulicas VYCO es un emprendimiento que pertenece a la Economía Popular y Solidaria, esto ha permitido que la mayoría de los financiamientos se obtenga a través del Estado, el seguimiento y control posibilita sea un negocio con principios de economía social y solidaria, ampliando el mercado mediante redes de comercialización y bienestar común para la administración como colaboradores. El volumen de ventas de repuestos ha mejorado, a pesar de las debilidades organizacionales, la propuesta de un modelo de gestión estratégico por procesos desde un análisis FODA, describe el cumplimiento del objetivo del trabajo de estudio. Para convertirse en un importador potencial de repuestos automotrices, el emprendimiento necesita efectuar convenios estratégicos y capacitaciones al personal para efectuar el aprendizaje constante y aprovechar el recurso humano. Desde esta perspectiva, el enfoque basado en procesos como modelo de gestión es la clave para los emprendimientos en fases de arranque y crecimiento, la aplicación de planes estratégicos con procedimientos optimiza los tiempos y recursos. La propuesta de un Manual de Puestos de trabajo desarrolla los lineamientos de acción necesarios para el cumplimiento de los objetivos efectivos que representan resultados positivos en el futuro. El análisis situacional de Hidráulicas VYCO, definió los factores internos y externos necesarios para los correctivos del desempeño laboral y operativo, permitió proponer un modelo de gestión estratégico por procesos acordes a las necesidades del negocio, aunque sigue siendo necesario seguir implementando nuevos esquemas que mejoren la imagen las actividades financieras, administrativas y comerciales en base a la normativa de la economía popular y solidaria.

Referencias Bibliográficas

Aquilla, Luis y del Castillo, Luis. "La economía popular y solidaria inclusiva en las localidades de la junta parroquial rural". *Economía y Desarrollo* Vol: 150 num 2 (2013): 170-182.

Araya, Arnoldo. "Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares". *Revista Tec Empresarial* Vol: 11 num 1 (2017): 23-34.

Arriaga, Fabiola; Ávalos, David y Martínez, Edgardo. "Propuesta de estrategias de mejora basadas en análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco, México". *Ra Ximhai*, Vol: 13 num 3 (2017): 417-424

Bernal, César. *Metodología de la Investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Segunda edición México: Pearson Educación. 2006.

Boza, Jhon y Manjarez, Nelly. “Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en Ecuador”. Ingeniería Industrial Vol: XXXVII num 2 (2016): 208-217.

Castañeda, Delio. “Condiciones para el aprendizaje organizacional”. Estudios Gerenciales, Vol: 31 num 134 (2015): 62-67.

Chiavenato, Idalberto. Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. Octava edición. México: McGraw-Hill/Interamericana. 2007.

Fred, David. Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Educación. 2013..

Kuznik, Anna; Hurtado, Amparo y Espinal, Anna. “El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas”. MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación, num 2 (2010): 315-344.

Mendoza, Darcy y López, Danny. “Pensamiento estratégico: Centro neurálgico de la planificación estratégica que transforma la visión en acción”. Económicas CUC, Vol: 36 num 1 (2015): 153-179.

Muñiz, Rafael. Marketing en el Siglo XXI. España: Centro de Estudios Financieros ediciones. 2014).

González, Jorge; Salazar, Flor; Ortiz, Raúl y Verdugo, Darwin. “Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones”. TELOS Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales Vol: 2 num 1 (2019): 242-267.

Guanunga, Luis; Rodríguez, Mario y Albán, Guido. Situación y Gestión del emprendimiento, (2018), Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15558/3/Situaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20del%20emprendimiento.pdf>

León, Lady. “La equidad de género en los emprendimientos”. Fides Et Ratio Vol: 13 (2017): 107-125.

Lopera, Juan; Ramírez, Carlos; Zuluaga, Marda y Ortiz, Jennifer. “El método analítico como método natural. Nómadas”. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, Vol: 25 num 1 (2010): 1-28.

Hernán, Carlos y Gálvez, Édgar. “Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales”. Academia. Revista Latinoamericana de Administración Vol: 40 (2008): 13-31.

González, Henry; Marulanda, Natalia y Echeverry, Francisco. “Diagnóstico para la implementación de las herramientas Lean Manufacturing, desde la estrategia de operaciones en algunas empresas del sector textil confección de Colombia: reporte de caso”. Revista Escuela de Administración de Negocios num 85 (2018): 199-218.

Oré, Catherine. Formulación de estrategias digitales para incremento del número de servicios de publicidad en la empresa MKT Business Solutions SAC. Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Ciencias Empresariales, Lima. 2018. Disponible en http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8589/1/2018_Or%C3%A9-Cabrera.pdf

Osorio, Fabián; Gálvez, Edgar y Murillo, Guillermo. “La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis”. Cuadernos de Administración num 43 (2010): 65-80.

Palma, Hugo; Martínez, David y Cardona, Diego. “Enfoque basado en procesos como estrategia de dirección para las empresas de transformación”. Saber, Ciencia y Libertad Vol: 11 num 1 (2016): 141-150.

Parody, Katry; Jiménez, Leisdis y Montero, Jhon. “Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del Cesar, Colombia”. Revista Ciencias Estratégicas Vol: 24 num 35 (2016): 199-210.

Pomares, Adalberto y Cerveleon, Jaimes. “Enfoque basado en procesos en las empresas de calzado en el Departamento de Santander”. Universidad de Pamplona, Vol: 2 num 1 (2019): 30-41.

Porret, Miguel. Gestión de personas: Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones. Sexta edición. Madrid: ESIC Editorial. 2010.

Ramírez, Reyner; Lay, Nelson y Sukier, Harold. “Estrategia de gestión para la gestión de personas en el sector minero de Venezuela, Colombia y Chile”. Información tecnológica, Vol: 31 num 1 (2020): 133-140.

Ruíz, Emilia. La Economía Social y Solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador, Disertación previa a la obtención del título de Economista. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. 2015. Disponible en <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10538/La%20econom%C3%ADa%20social%20y%20solidaria%20como%20modelo%20de%20desarrollo%20emergente%20en%20el%20Ecuador%20-%20Emilia%20Ruiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Silva, Roxana. “Enfoque conceptual de la Dirección Estratégica”. Revista Perspectivas, num 26 (2010): 153-178.

Stanton, William; Etzel, Michael y Bruce, Walker. Fundamentos de Marketing. Décimocuarta edición. México: McGraw-Hill Interamericana. 2015.

Thompson, Arthur; Gamble, John; Peteraf, Margaret y Strickland III, A. Administración estratégica: Teoría y Casos. Décima novena edición. México: McGraw-Hill/Interamericana. 2015.