



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Sede Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

Tesis de grado previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN MARKETING

**EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EXTERNA
COMO FACTOR FACILITADOR DE LA TOMA DE DECISIONES DE LOS
EMPRENDEDORES DEL SECTOR AGROPECUARIO DE SANTO DOMINGO
DE LOS TSÁCHILAS.**

AUTOR:
CESAR HUMBERTO PAUCARIMA ZAMBRANO

Director de Tesis:
DR. FERNANDO USET

Santo Domingo – Ecuador
Junio, 2014

**EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EXTERNA
COMO FACTOR FACILITADOR DE LA TOMA DE DECISIONES DE LOS
EMPREENDEDORES DEL SECTOR AGROPECUARIO DE SANTO DOMINGO
DE LOS TSÁCHILAS.**

Dr. Fernando Uset
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Ing. Patricio Analuisa
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PhD. José Pancorbo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Msc. Jaqueline Vivanco
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo.....de.....2014.

Autor: CESAR HUMBERTO PAUCARIMA ZAMBRANO

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

Título de Tesis: EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EXTERNA COMO FACTOR FACILITADOR DE LA TOMA DE DECISIONES DE LOS EMPRENEDORES DEL SECTOR AGROPECUARIO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.

Fecha: Junio, 2014

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor

Cesar Humberto Paucarima Zambrano
172180468-8

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Sede Santo Domingo

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Santo Domingo.....de..... del 2014

Ing. Patricio Analuisa Moya
COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

Estimado Ingeniero

Mediante la presente tengo a bien informar que el trabajo investigativo realizado por el Sr. **CESAR HUMBERTO PAUCARIMA ZAMBRANO** cuyo tema es: **“EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EXTERNA COMO FACTOR FACILITADOR DE LA TOMA DE DECISIONES DE LOS EMPRENDEDORES DEL SECTOR AGROPECUARIO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes

Atentamente.

Dr. Fernando Uset Ruiz.
DIRECTOR DE TESIS.

Dedicatoria

A Dios por regalarme la vida, por iluminar mi camino y nunca abandonarme.

A mis Padres, María y Álvaro por ser mi motivación más grande por creer en mí, apoyarme en todo momento dándome todo apoyo incondicional, guiándome para poder crecer como hombre y profesional.

A mi hermano, a mi familia y a mi novia, gracias por su amor y comprensión y en todo momento.

A mis amigos por el haberme brindado todos estos años de amistad y los momentos compartidos.

Agradecimiento

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por permitirme ser parte de ella y adquirir conocimientos en sus aulas, a los docentes por ser mi guía en mi camino a ser un profesional.

A mi tutor de tesis Dr. Fernando Uset quien con su apoyo y conocimientos esta investigación no hubiera sido posible.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Sustentación y Aprobación de los Integrantes del Tribunal.....	ii
Responsabilidad del Autor.....	iii
Informe del director de tesis	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido	vii
Índice de cuadros	xi
Índice de tablas	xii
Índice de gráficos	xiii
Índice de anexos	xiv
Resumen ejecutivo.....	xv
Executive summary.....	xvii

CAPÍTULO I INTRODUCCION

1.1. Problema de la investigación.....	3
1.1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.2. Formulación del problema	5
1.2. Justificación	5
1.2.1. Conveniencia.....	5
1.2.2. Impacto social.....	6
1.2.3. Impacto teórico	6
1.2.4. Impacto metodológico	6
1.2.5. Implicancia práctica	6
1.2.6. Impacto ecológico.....	7
1.2.7. Viabilidad.....	7
1.3. Objetivos.....	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA

2.1.	Marco teórico.....	8
2.1.1.	Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el Ecuador. 8	
2.1.2.	Fundamentos del proceso de emprendimiento y el emprendedor.....	10
2.1.3.	La creación de una MIPYME por los emprendedores.	14
2.1.4.	Factores que influyen en la decisión de crear empresa	14
2.1.5.	La búsqueda de información y los modelos de búsqueda. Micro y macroentorno de información.....	19
2.1.6.	El Entorno en el proceso de emprendimiento.....	22
2.2.	Marco conceptual	22
2.2.1.	Entrepreneur.....	22
2.2.2.	Modelos de búsqueda	23
2.2.3.	Marketing.....	23
2.2.4.	SIM... ..	23
2.2.5.	Dato.....	23
2.2.6.	Sistema de bases de datos	23
2.2.7.	Mercado.....	24
2.2.8.	Inversión.....	24
2.2.9.	PyMEs	24
2.2.10.	Emprendedor.....	24
2.2.11.	Empresario	24
2.2.12.	Sector Agropecuario.....	25
2.3.	Marco temporal-espacial	25
2.4.	Marco legal	25

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Hipótesis.....	26
3.1.1.	Formulación de hipótesis.....	26
3.1.1.1.	Variable Independiente.....	26
3.1.1.2.	Variable Dependiente	26
3.2.	Operacionalización de las variables	26

3.2.1.	Criterios para la toma de decisiones eficientes:	27
3.3.	Estrategia metodológica	28
3.3.1.	Diseño de la investigación	28
3.3.2.	Tipo de investigación	29
3.3.2.1.	Descriptiva	29
3.3.2.2.	Correlacional	29
3.3.3.	Unidad de análisis	29
3.3.4.	Población.....	29
3.3.5.	Muestra, tipo, cálculo y tamaño.	30
3.3.6.	Fuentes y técnicas para la recolección de la información	30
3.3.6.1.	Fuentes.....	30
3.3.6.2.	Técnicas de recolección	31

CAPITULO IV

RESULTADO Y DISCUSION

4.1.	Tabulación y Análisis de la encuesta.....	33
4.2.	Análisis de la Entrevista	44

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1.	Premisas de la propuesta	46
5.2.	Objetivos de la propuesta	46
5.3.	Desarrollo de la propuesta (MODELO).....	46
5.3.1.	Definición de la tarea: ¿Cuál es el problema?	48
5.3.2.	Estrategias de búsqueda de información: ¿Cómo debo buscar?	49
5.3.3.	Localización y acceso: ¿Qué obtuve?	49
5.3.4.	Uso de la información: ¿Qué es lo importante?.....	49
5.3.5.	Síntesis: ¿Cómo encaja la información? ¿A quién va dirigida?.....	50
5.3.6.	Evaluación: Y entonces... ¿qué aprendí?	50
5.4.	Asesoría Legal.....	51
5.5.	Asesoría Económica – Financiera	52
5.6.	Asesoría Ambiental	53
5.7.	Información del Mercado	54

6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
6.1.	Conclusiones.....	55
6.2.	Recomendaciones.....	56
	Bibliografía.....	57
	Anexos.....	59

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Factores que influyen en la decisión de crear empresa	17
Cuadro N° 2	Proceso de búsqueda de información para la creación de una . empresa en el Ecuador	18
Cuadro N° 3	Operacionalización de variables	27
Cuadro N° 4	Técnicas e Instrumentos de la investigación encuesta	31
Cuadro N° 5	Técnicas e instrumentos de la Investigación entrevista	32
Cuadro N° 6	Modelo Big 6	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Población de estudiantes y profesores de la “UTE” Sede Santo . Domingo.....	30
Tabla N° 2	Datos para la muestra.....	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Genero Encuestado	33
Gráfico N° 2	Rango de edad.....	34
Gráfico N° 3	Carrera donde estudia	34
Gráfico N° 4	Mayor Obstáculo en la UTE-SD para obtener información	35
Gráfico N° 5	La capacidad de procesamiento es un ventaja competitiva	35
Gráfico N° 6	¿Cómo poder utilizar grandes volúmenes de información?	36
Gráfico N° 7	Se conoce que existe un gran volumen de información y que se requiere de capturar la información y procesarla; ¿hasta qué valor . estaría dispuesto a pagar por que le gestionen y procesen la información?.....	37
Gráfico N° 8	¿Considera usted que el valor a abonar por el trabajo de gestión, búsqueda y procesamiento de la información dependa del plazo que se le otorga al gestor para hacer el trabajo?	38
Gráfico N° 9	¿Considera usted que la UTE-SD cuenta en estos momentos con recursos para financiar e invertir en tecnologías de procesamiento de grandes bases de datos (BD)?.....	39
Gráfico N° 10	Factores considera usted que depende la eficiencia y la eficacia de la toma de decisiones de un emprendedor	40
Gráfico N° 11	Estado de la información para los emprendedores	40
Gráfico N° 12	¿Qué tiempo invierte usted en una búsqueda de información para un posible negocio?	41
Gráfico N° 13	¿Considera usted que existen condiciones específicas en la búsqueda de información para emprendedores que diferencien al territorio de Santo Domingo de otros territorios?.....	42
Gráfico N° 14	Tiene facilidad de acceso geográfico, económico y tecnológico a las bases necesarias para el emprendimiento	43
Gráfico N° 15	¿Ha aplicado usted de algún método, herramienta o procedimiento para facilitar la búsqueda de información sobre su posible negocio?	43
Gráfico N° 16	¿Le gustaría que la UTE-SD cuente con un departamento de . asesoría para los proyectos que desarrollen los emprendedores?	44
Gráfico N° 17	Modelo Big 6	48

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1	Flujograma (Creación de un negocio)	60
Anexo N° 2	Formato de la encuesta aplicada	65
Anexo N° 3	Guía de entrevista.....	69
Anexo N° 4	Fuentes de actualización de información	70

RESUMEN EJECUTIVO

En el proceso de toma de decisiones de emprendedores de procesos de servicios o de generación de bienes materiales resulta imprescindible contar con información para “alumbrar el camino” del buen direccionamiento en la actividad que desarrollan en el presente, o que desarrollarán en el futuro. Esa información se produce muy frecuentemente en el entorno de la institución, el organismo social o la persona que emprende un proceso de creación de un negocio no obstante, lograr el acceso a esa información no resulta una tarea sencilla, está diseminada, dispersa y fraccionada dados los disímiles objetivos con que fue generada.

Por otra parte el Sector Agropecuario es una prioridad para la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y es este sector productivo se encuentra hoy en inmerso en un constante proceso de cambio y mejoramiento, por lo que la búsqueda de información fiable se torna regularmente muy extensa, complicada y poco fiable.

A tales efectos, ante el emprendedor se presenta el siguiente problema: ¿Cómo se estructura y cuál sería el procedimiento para obtenerla información referente al entorno que permitirían a los emprendedores direccionar mejor sus inversiones en el Sector Agropecuario de Santo Domingo de los Tsáchilas?

Ante esta problemática, el autor consideró necesario buscar alternativas de solución para esta situación dada la evidente la necesidad de desarrollar procesos y procedimientos que aporten a la mejor utilización de las herramientas de información, mayor visibilidad y disponibilidad del material documental, agilidad en los canales de obtención de la información para el emprendimiento como punto de partida para el fomento de alternativas de desarrollo para el territorio y el país.

A partir de esa idea, la investigación se trazó como objetivo general: “***Diseñar un procedimiento de gestión de la información externa que facilite el proceso***”

de toma de decisiones de los emprendedores en el Sector Agropecuario de Santo Domingo de los Tsáchilas”.

El objetivo general condicionó objetivos específicos que determinan la estructura del informe, que quedó organizado de la siguiente forma:

- Un primer Capítulo, donde se establecen los ejes lógicos del desarrollo de la investigación, partiendo de la presentación de la problemática abordada, la justificación del tema y los objetivos de la investigación.
- Un Capítulo II donde se fundamentan las categorías y conceptos que permitirán una mejor comprensión del desarrollo ulterior del informe de investigación.
- En el Capítulo III se establecen las pautas y decisiones sobre estrategia metodológica; se definen las herramientas utilizadas para la captación de los datos y el procesamiento de la información de la muestra seleccionada.
- En el Capítulo IV se presentan y analizan los resultados del diagnóstico desarrollado sobre los procesos de obtención de información ejecutados por emprendedores, para demostrar la validez del Problema Científico, así como sus relaciones causales y de interdependencia entre las diferentes variables.
- Sobre la base del conocimiento de las causas del problema y las relaciones motrices del proceso, en el Capítulo V se presenta la propuesta de Procedimiento de Gestión de Información Externa que presupone una alternativa de solución integrada al Problema Científico planteado y que resulta una posibilidad de verificación de la hipótesis planteada.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

EXECUTIVE SUMMARY

In the process of taking of decisions of venturesome of processes of services or of generation of material goods it is indispensable to have information for "to light the road" of the good administration in the activity that you/they develop presently, or that they will develop in the future. That information very frequently takes place in the environment of the institution, the social organism or the person that it undertakes a process of creation of a business nevertheless, to achieve the access to that information it is not a simple task, it is disseminated, dispersed and fractional dice the objective dissimilar with which it was generated.

On the other hand the Agricultural Sector is a priority for the county of Sacred Domingo of the Tsáchilas and it is this productive sector he/she is today in a constant process of change and improvement, for that that the search of reliable information you regularly very extensive, complicated and not very reliable restitution.

To such effects, before the venturesome one the following problem is presented: How is it structured and which would the procedure be to obtain it information with respect to the environment that you/they would allow to the venturesome ones to address its investments better in the Agricultural Sector of Sacred Domingo of the Tsáchilas?

Before this problem, the author considered necessary to look for alternative of solution for this given situation the evident one the necessity to develop processes and procedures that contribute to the best use in the tools of information, bigger visibility and readiness of the documental material, agility in the channels of obtaining of the information for the undertake like starting point for the development of alternative of development for the territory and the country.

Starting from that idea, the investigation was traced as general objective: "To design a procedure of administration of the external information that facilitates the

process of taking of decisions of the venturesome ones in the Agricultural Sector of Sacred Domingo of the Tsáchilas."

The general objective conditioned specific objectives that determine the structure of the report that was organized in the following way:

- A first Chapter, where the logical axes of the development of the investigation settle down, leaving of the presentation of the approached problem, the justification of the topic and the objectives of the investigation.
- A Chapter II where the categories and concepts are based that will allow a better understanding of the ulterior development of the investigation report.
- In the Chapter III the rules and decisions settle down it has more than enough methodological strategy; they are defined the tools used for the reception of the data and the prosecution of the information of the selected sample.
- In the Chapter IV are presented and they analyze the results of the diagnosis developed on the processes of obtaining of information executed for venturesome, to demonstrate the validity of the Scientific Problem, as well as their causal relationships and of interdependence among the different variables.
- On the base of the knowledge of the causes of the problem and the motive relationships of the process, in the Chapter V the proposal of Procedure of Administration of External Information is presented that presupposes a solution alternative integrated to the outlined Scientific Problem and that it is a possibility of verification of the outlined hypothesis. Finally the conclusions and recommendations of the carried out investigation are presented.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

“Evaluación y análisis de las fuentes de información externa como factor facilitador de la toma de decisiones de los emprendedores del sector agropecuario de Santo Domingo de los Tsáchilas.”

El ritmo de desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) en el Ecuador, es motivo de análisis y preocupación para todos aquellos que miran el desarrollo del país y su modelo económico, por cuanto el sector ha registrado un estancamiento; y a ratos, retroceso en los últimos años. Según datos de la Superintendencia de Compañías de 2008 a 2012 las MIPYMES decrecieron en un 9,1%, pasando de 16 600 compañías a 15 109 en dicho período.

Por otro lado, dijo Cadena, aunque existen varios incentivos para el crecimiento de las empresas constituidas, sobre todo en el sector comercial donde hay más consumo a través del aumento del gasto público y la inversión estatal, no hay suficiente respuesta a la creación de nuevas empresas. Esto, porque no hay suficiente certeza y expectativa de las empresas con el futuro en el ámbito de la seguridad jurídica.

La actividad emprendedora es una importante fuente de crecimiento económico para el Ecuador y este aspecto merita un esfuerzo investigativo relevante. El entrepreneurship o actividad emprendedora¹ es un área de estudio que se encuentra en pleno desarrollo (Brazeal y Herbert, 1999; Veciana, 2007,) citado por (Gualdrón, 2008, pág. 9), y aún no existe un marco teórico consensuado que sirva de referencia para el análisis de este fenómeno y, por tanto, de uno de sus principales protagonistas: el emprendedor. En consecuencia, al sumergirnos en el estudio de este fenómeno, es necesario establecer las definiciones relativas al emprendedor, y describir el proceso de la decisión de

crear empresa y de las principales razones que influyen en la eficiencia y eficacia del proceso de emprendimiento.

Son variados y múltiples los obstáculos que se interponen ante los emprendedores de MYPYMES, una cuestión que impacta negativamente es la extensión de los trámites y requisitos para la constitución de una empresa. Este criterio se apoya en los datos del análisis de competitividad del World Economic Forum, que revela que Ecuador se sitúa en el puesto 127 de 144 países con mayor número de días para iniciar un negocio. Asimismo, en el número de procedimientos para iniciar un negocio el país ocupa el lugar 130.

En ese sentido, la Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos y la Superintendencia de Compañías iniciaron un proyecto de constitución de empresas en línea, para que las mismas puedan crearse en máximo seis horas. En la dinámica de emprendimiento se suscitan otros problemas que afectan el proceso de toma de decisiones de los emprendedores; resulta frecuente encontrar falta de conocimiento en la nueva cultura de desarrollo organizacional, especialmente en cuanto a la insuficiente habilidad de los emprendedores para captar y procesar la información necesaria para el emprendimiento. Todos estos elementos se agudizan al tratar de invertir en el sector agropecuario, donde las estadísticas y el nivel cultural son significativamente inferior.

Con vista a contribuir a la erradicación de estas situaciones se inició la investigación, de la cual esta tesis resulta su informe final. En el ámbito más general, la investigación realizada por el autor forma parte de un programa de investigación denominado ***“La gestión del conocimiento como factor dinamizador del desarrollo de las pequeñas y microempresas (PYMES) en la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas”***. El Programa tiene sus antecedentes en el Plan Estratégico de Desarrollo de las Investigaciones hasta el 2017 de la UTE.

Durante los últimos años se ha multiplicado la importancia de analizar la información como factor clave para la toma de decisiones en las organizaciones o personas (emprendedores).

La UTE SD enfrenta el reto de integrar y fortalecer su sistema de investigación de tal manera que la producción en cuanto a Investigación y Desarrollo sea enfocada a la solución de los problemas de la sociedad cumpliendo con lo que las nuevas disposiciones gubernamentales lo establecen y estructurar una base de información de documentación científica que aporte a los usuarios con información útil para sus necesidades, que permita vincular la labor científica de la institución hacia el entorno de sus estudiantes y docentes emprendedores.

Estos aspectos serán abordados con profundidad, en el desarrollo del trabajo que se presenta a continuación.

1.1. Problema de la investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

Las microempresas, las pequeñas y las medianas y grandes empresas tienen una importancia estratégica en el crecimiento de la economía, para la transformación del aparato productivo local, y la mejor posición competitiva del país. Además, estos segmentos empresariales contribuyen a reducir la pobreza y la inequidad, al ser alternativas de generación de empleo e ingresos y se caracterizan por tener especificidad de activos, lo que les permite valorizar recursos únicos. (Ministerio de la Coordinación de la producción, Empleo y competitividad, 2011)

En un estudio de la UTLA, realizado en el 2013 se determinó que el 81% de los emprendedores procesados no han definido un procedimiento concreto para buscar y definir la información necesaria para comenzar su negocio, por lo que han invertido mucho tiempo y recursos en esa etapa.

Otro aspecto relevante que lesiona el proceso de toma de decisiones en la

dispersión relativa de la información y el bajo nivel de confiabilidad de esta. El emprendedor requiere de variada y múltiple información, se conoce que en el proceso de toma de decisiones, la información es un factor básico, no obstante, en la investigación preliminar exploratoria realizada por el autor, donde se solicitaron criterios al respecto de 25 estudiantes-emprendedores de la UTE SD, se determinó que en un 92% de los casos refieren desconocimiento de la ubicación de las fuentes de información e intentan lograr la información utilizando la alternativa de Ensayo-Error, sin encontrar asesoría especializada en el tema para realizar la indagatoria.

Otro aspecto en la falta de claridad de cómo llevar sus productos o servicios al consumidor final. En este sentido también juega un rol importante el conocimiento y la información necesaria de cuáles son los canales de distribución establecidos para las diferentes alternativas de productos y servicios, y cuál es el algoritmo técnico para operarlos eficientemente.

En sentido general, existen muchos otros factores que afectan el proceso de toma de decisiones, no obstante el autor consideró pertinente investigar en profundidad los aspectos relativos al acceso a la información de los emprendedores, para lo cual realizó una investigación, cuyo informe final se presenta en el cuerpo de esta tesis de grado.

En el ámbito más general, la investigación realizada por el autor forma parte de un programa de investigación denominado ***“La gestión del conocimiento como factor dinamizador del desarrollo de las pequeñas y microempresas (PYMES) en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”***. El Programa tiene sus antecedentes en el Plan Estratégico de Desarrollo de las Investigaciones hasta el 2017 de la UTE, así como demandas realizadas por instituciones públicas y privadas del territorio. Este Plan plantea en su objetivo específico N°5.- “Diseñar y estructurar sistemas de gestión de la información que retroalimente el proceso de formación de las carreras y potencie un impacto en el desarrollo de las MIPYMES en el territorio”. Para dar cumplimiento a este

programa y sus objetivos, el equipo investigador (del cual el autor es miembro) proyectó la investigación en tres ejes temáticos.

1. Diseño de Sistema Automatizado de Gestión de la Información
2. Diseño de Procedimiento de gestión de la información interna
3. Diseño del procedimiento de gestión de la información externa

Cada uno de ejes fue asignado como tarea investigativa a un integrante, correspondiéndole al autor de este trabajo el eje N° 3 "*Diseño del procedimiento de gestión de la información externa*", temática sobre la que versa el siguiente informe.

1.1.2. Formulación del problema

Partiendo de los elementos anteriormente mencionados, se puede afirmar que los emprendedores de las MIPYMES de Santo Domingo intentan invertir en el mercado del Sector Agropecuario realizan la búsqueda de información para su emprendimiento de una forma empírica, en ausencia de un método o procedimiento que les facilite lograr una información estructurada, suficiente, oportuna y confiable sobre los factores del entorno que les permita una toma de decisiones eficientes y eficaces en las inversiones en un tiempo racional.

Proyectado como interrogante, el problema se formula de la siguiente forma: ¿Cómo se estructura y cuál sería el procedimiento para obtenerla información referente al entorno que permitirían a los emprendedores direccionar mejor sus inversiones en el Sector Agropecuario de Santo Domingo de los Tsáchilas?

1.2. Justificación

1.2.1. Conveniencia

Contar con un proceso estructurado de búsqueda de información sobre el entorno económico, político, social y ambiental especializado en el sector agropecuario de

Santo Domingo, le va permitir al empresario o emprendedor contar con información rápida y fiable, de hecho facilitadora de una toma de decisiones más acertada y efectiva.

1.2.2. Impacto social

Esta investigación nos ayudara a determinar los sectores donde existe un gran potencial para explotar, será de gran ayuda contar una base de datos donde los empresarios, estudiantes y personal en general analicen e interpreten la información y puedan tomar sus propias decisiones o estrategias de mercado.

1.2.3. Impacto teórico

Los resultados del trabajo incorporaran una visión teórica integrada de los procesos de toma de decisiones en el emprendimiento, particularizando en el sector agropecuario. Se tendrá una visión más clara de cómo está compuesto un sistema de inteligencia de marketing agropecuario, servirá como una primera experiencia para futuras investigaciones similares, además que servirá como fuente de consulta para los estudiantes de bachillerato y universitarios de la provincia Tsáchila.

1.2.4. Impacto metodológico

Esta investigación, independientemente de sus resultados, nos permitirá desarrollar una herramienta que permita recolectar información de los productores agropecuarios y su cadena productiva.

1.2.5. Implicancia práctica

La investigación aportara a que los empresarios se familiaricen con este tipo de herramientas como el sistema de inteligencia, que si bien no garantiza un 100% de efectividad, es de mucha ayuda para lo toma de decisiones comerciales y minimiza el margen de error de fracasar.

1.2.6. Impacto ecológico

Se analizarán cuáles son los sub-sectores agrícolas que son más amigables con el ambiente y cuáles de ellos son de gran rentabilidad para direccionar a los empresarios a invertir en ellos.

1.2.7. Viabilidad

Para el desarrollo de la investigación, se cuenta con la base de datos de los productores agropecuarios de la provincia que se encuentra en el Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, estimamos que esta investigación tendrá una duración de 10 meses.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un procedimiento de gestión de la información externa que facilite el proceso de toma de decisiones de los emprendedores en el Sector Agropecuario de Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.3.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la gestión de toma de decisiones en la actividad de emprendimiento en las MIPYMES
- Determinar las particularidades del proceso de emprendimiento y la búsqueda de información para el territorio de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Definir los factores y relaciones causales que limitan el acceso a la información y por tanto una toma efectiva de decisiones.
- Diseñar un procedimiento de búsqueda y gestión de la información que contribuya a una mejora del proceso de toma de decisiones.

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco teórico

2.1.1. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el Ecuador.

Las PYMES en general comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía ecuatoriana en los años 50'y 60' con el desarrollo de la revolución industrial con el proceso de tejidos, madera, imprenta, metal, minas y alimentos.

Posteriormente, luego de la profunda crisis de 1999 y una época de inestabilidad política en nuestro país, las empresas se preocuparon únicamente por su supervivencia y estabilidad económica interna, buscando obtener los niveles más altos de productividad e ingresos y mejores condiciones de trabajo. Esto parece indicar el comienzo de una segunda etapa en la historia de la evolución de las PYMES, con algunos obstáculos que aún deben superarse.

A las PYMES se las define como un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se miden de acuerdo al volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos. Así también se toma como referencia el criterio económico y el nivel tecnológico. Las PYMES pueden dedicarse a actividades diversas, entre las cuales se pueden mencionar:

- Agricultura, caza, selvicultura y pesca.
- Explotación de minas y canteras.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.

- Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

La importancia de las PYMES en la producción de bienes y servicios, en nuestro país y el mundo muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental pues con su aporte ya sea produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

La importancia de las PYMES en la economía del Ecuador se basa en que:

- Aseguran el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, lo cual se lo considera necesario para el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado, en general, sus orígenes son unidades familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura. En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, constituyen una parte sustancial de la economía, así como poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultarán fuentes generadoras de empleo, consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio concreto, los factores son:
 - Repetición de experiencias ajenas.
 - Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto porcentaje de crecimiento.

- Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
- La experiencia del futuro empresario, que ha sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse.

Se refleja que en las PYMES prevalecen las compañías limitadas (37.3%) y aquellas que operan como personas naturales (35.2%), de lo cual se concluye que en la conformación del capital de la pequeña industria, se mantiene todavía una estructura cerrada o de tipo familiar.

Ahora bien, estas MIPYMES resultan, sin lugar a dudas, el resultado de un proceso inversionista que, según el Modelo de MIPYMES, debe ser generado en su parte fundamental por el movimiento de emprendimiento individual o colectivo, por lo que resulta necesario fundamentar teóricamente este proceso y el concepto de emprendimiento en sí.

2.1.2. Fundamentos del proceso de emprendimiento y el emprendedor

La actividad emprendedora es un área de estudio que se encuentra en pleno desarrollo y, aún no existe un marco teórico consensuado que sirva de referencia para el análisis de este fenómeno y, por tanto, de uno de sus principales protagonistas: el emprendedor. En consecuencia, antes de poder adentrarse en el estudio de este fenómeno en el contexto de la universidad, es necesario establecer las definiciones relativas al emprendedor, y describir el proceso de la decisión de crear empresa y de las principales razones por las cuales los individuos deciden fundar nuevas organizaciones.

Con este objetivo, se realizó una revisión de la literatura sobre figura del emprendedor y los factores que afectan a la decisión de crear empresas.

El término Entrepreneurship no tiene una traducción exacta. Entre los términos comúnmente usados encontramos “función empresarial”, “espíritu emprendedor”, “emprededurismo”, “empresarismo”, “emprededuría”, entre otros. Uno de los términos que ha tomado un mayor auge es el de “actividad emprendedora”

gracias a la difusión de los resultados del estudio Internacional Global Entrepreneurship Monitor; por tanto el autor considera que, por cuestiones prácticas, éste término permite referirse en un sentido amplio al fenómeno en cuestión.

En el plano semántico, el término “entrepreneurship” se deriva de la palabra de origen francesa “entrepreneur”, utilizada por primera vez por el economista Richard Chantillón en su trabajo “Essai sur la nature du commerce en général” para referirse básicamente a un empleador o a una persona de negocios, que opera bajo condiciones donde los gastos son conocidos y ciertos y los ingresos desconocidos e inciertos por cuanto existe un alto grado de incertidumbre en la demanda (Chantillón, 1755) . No obstante, a pesar de que es un término de amplia utilización y que no es nuevo, aún no existe una definición ampliamente aceptada (Gartner, 1988; Shane y Venkataraman, 2000; Audretsch, 2002), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 10)

No obstante, es de destacar la existencia de algunas definiciones que son ampliamente reconocidas y han tenido un gran impacto en el estudio de esta temática. Una de las definiciones de mayor impacto es la propuesta por Schumpeter (1934), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 10) en el libro “Teoría del Desarrollo Económico”, donde plantea la creación de empresas innovadoras como factor de desarrollo económico. En esta teoría, el entrepreneur o emprendedor es todo aquel que realiza nuevas combinaciones de medios de producción y, por lo tanto, incluye no sólo a aquellos hombres de negocios “independientes”, sino a todos los que realicen dicha función, bien sean dependientes o empleados de una compañía. Cuando el proceso de realizar esta nueva combinación termina, el individuo pierde su carácter emprendedor, para esa actividad.

De esta forma se podría decir que, para Schumpeter, el entrepreneurship es el proceso de desarrollar nuevas combinaciones (Sharma y Chrisman, 1999), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 11) en un periodo temporal acotado. Aunque muchos

académicos han seguido la línea de Schumpeter, especialmente cuando se estudia la creación de empresas innovadoras, otros han planteado un concepto más amplio de entrepreneurship. Este es el caso, por ejemplo, de Leibenstein quien, en 1968, en el marco de su teoría de “eficiencia asignativa” o eficiencia X, se refiere a la eficiencia con la que los factores de producción son combinados para satisfacer la demanda efectiva de una economía, considerando dos tipos de emprendedor: el primero, es el gestor que asigna inputs al proceso de producción de forma tradicional y el segundo el emprendedor schumpeteriano, considerado como alguien que, observando una carencia en el mercado, produce un nuevo producto o proceso. Leibenstein (1968), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 11) plantea el entrepreneurship en términos de lo que el emprendedor hace, es decir:

- a) Conectar diferentes mercados para explotar un potencial arbitraje.
- b) Suplir las deficiencias del mercado producidas por la discontinuidad en la productividad de industrias conexas y el limitado desarrollo de los mercados de insumos y de productos.
- c) Completar inputs en el proceso de producción coordinado por el emprendedor.
- d) Crear y hacer crecer empresas transformadoras de inputs.

Es en esta misma línea Gartner, en 1985, citado por (Gualdrón, 2008, pág. 12) propone una definición muy sencilla de entrepreneurship. Para este autor el entrepreneurship es la creación de organizaciones o, en otras palabras, es la “organización de nuevas organizaciones” (p. 697). Estas nuevas organizaciones pueden ser entidades independientes, nuevos centros de generación de utilidades para una compañía que tenga otros negocios establecidos, o una joint venture que satisfaga los siguientes criterios:

1. Sus fundadores deben adquirir experiencia en productos, procesos, mercado y/o tecnología.
2. No se esperan resultados en el mismo año de ejecución de la inversión, sino

en años posteriores.

3. son consideradas una nueva entrada al mercado por sus competidores.
4. Son reconocidas como una nueva fuente de suministro por sus consumidores potenciales.

Por otra parte, Shane y Ventakaraman (2000), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 12) en un esfuerzo por unificar el campo de estudio sobre el entrepreneurship, han propuesto que el “entrepreneurship es *“el estudio de cómo, por quién y con qué efectos las oportunidades para crear bienes o servicios son descubiertas, evaluadas y explotadas”* (...). En consecuencia, este campo involucra el estudio de las oportunidades, el proceso de descubrimiento, evaluación, y explotación de oportunidades, y el grupo de individuos que las descubren, evalúan y explotan”.

El autor de este trabajo coincide con Ripollés y Menguzzato (2003), al considerar que esta última definición propuesta por Shane y Ventakaraman (2000), permite analizar de manera amplia el fenómeno de nuestro interés, principalmente porque representa la evolución del estudio de la figura del emprendedor no sólo como generador de empresas sino como el individuo que identifica y explota “oportunidades emprendedoras”, entendidas como “aquellas situaciones en las cuales nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización pueden ser introducidos y vendidos en el mercado por un valor mayor que su coste de producción” (Casson, 1982), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 13) Esta definición incluye tanto la creación de nuevas empresas por un empresario independiente como la generación de nuevos negocios o de nuevos proyectos empresariales dentro de una empresa existente (corporate entrepreneurship) (Veciana, 1996).

Las nuevas empresas o proyectos innovadores creados como producto de la actividad emprendedora pueden tener un carácter innovador, o pueden estar orientados a llenar vacíos existentes en el mercado, al ofrecer bienes y servicios que los consumidores potenciales estén dispuestos a adquirir sin

involucrar necesariamente algún tipo de innovación tecnológica. Los individuos, grupos y/o empresas establecidas que asumen esta función son los “entrepreneurs” que, en este caso, denominaremos emprendedores.

2.1.3. La creación de una MIPYME por los emprendedores.

El proceso de creación de una empresa está formado por dos componentes fundamentales: las oportunidades y los emprendedores. El proceso de emprender sólo se inicia cuando un individuo o grupos de individuos “deciden” asumir la creación de una empresa y/o desarrollar un proyecto innovador (en el caso de una empresa ya establecida). Aunque pareciese que esto es sencillo, decidir crear una empresa es un subproceso complejo. Tal proceso puede tener distinta duración, puesto que algunos individuos toman la decisión de crearla rápidamente, en tanto que otros pueden tardar años en decidirse a iniciar una empresa e, incluso, la decisión de fundarla puede ser madurada de forma inconsciente por el individuo.

La decisión de crear empresa y la detección de una oportunidad emprendedora no siempre son actividades simultáneas y espontáneas en el proceso de emprender: un individuo puede decidir crear empresa como producto de la identificación de una oportunidad emprendedora, pero también puede darse el caso de tomar la decisión de crear empresa y luego buscar la oportunidad emprendedora más adecuada.

2.1.4. Factores que influyen en la decisión de crear empresa

Diversos son los factores que afectan el proceso de decisión de crear empresa. Varios autores señalan que la raza y el género, la ocupación de los padres, el nivel educativo, el nivel de experiencia, las características psicológicas del individuo, la edad, los objetivos personales, las fuentes de ideas y las redes son factores claves que han sido ampliamente analizados en la literatura.

Otros como Gartner (1988), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 17) por su parte, clasifica los factores que influyen en la creación de empresas en cuatro grupos: los relacionados con el individuo, el proceso, el entorno y la organización en sí misma. De los anteriores, señala que particularmente aquellos relacionados con el individuo son cruciales en la decisión de crear empresa, así como también algunos aspectos del proceso y el entorno. A nivel individual, la necesidad de logro, el “locus” de control, la propensión a tomar riesgos, la satisfacción en el trabajo, la experiencia laboral previa, la existencia de padres emprendedores, la edad y la educación son factores que pueden influir en la decisión de crear empresa. A nivel de proceso, la capacidad de percibir o localizar oportunidades de negocio es el aspecto más relevante. En cuanto, a los factores relacionados con el entorno, la presencia de emprendedores experimentados y la actitud de la población hacia la creación de empresas adquiere especial importancia.

Autores como Veciana (1988), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 25) clasifica los factores relacionados con la decisión de crear empresa en cuatro grupos: antecedentes del empresario, atributos personales, organización incubadora y entorno. Entre las características relacionadas con los antecedentes del empresario se encuentran el contexto familiar, las experiencias de la infancia y los valores personales como elementos que afectan la decisión de crear empresa. En el grupo de los atributos personales señala las motivaciones, los rasgos psicológicos, la formación y la experiencia profesional como aspectos relevantes. Por otra parte, la organización incubadora incluye elementos como el nivel de atracción de la organización (motivación para permanecer en ella o abandonarla), tipo de conocimientos adquiridos, tamaño y localización geográfica, entre otros. Finalmente, de entre los factores relacionados con el entorno, destaca la existencia de hechos (ejemplos o pruebas) que muestren la creación de empresas como una alternativa factible, el mercado, la disponibilidad y acceso a la financiación y el capital riesgo, la disponibilidad de personal cualificado, las actitudes favorables de la sociedad hacia el empresario, la disponibilidad de tecnologías, las recompensas a la función empresarial (no solo económicas), el nivel de impuestos, la política estatal y la movilidad social, entre otras.

Gnywali y Fogel (1994), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 31) sugieren que los factores condicionantes de la existencia de entornos emprendedores se dividen en cinco categorías:

1. Procedimientos y procesos gubernamentales;
2. Condiciones socioeconómicas;
3. Habilidades emprendedoras y gerenciales;
4. Asistencia financiera y
5. Asistencia no financiera.

Urbano (2003), citado por (Gualdrón, 2008, pág. 25) usando como base la teoría institucional, clasifica en formales e informales los factores que influyen en la creación de empresas. En el grupo de factores institucionales formales resalta las políticas gubernamentales, las medidas de apoyo a la creación de empresas y las medidas de apoyo a los empresarios. Los factores institucionales informales están conformados por factores socioculturales como son, por ejemplo, la actitud de la comunidad hacia la actividad empresarial y su espíritu emprendedor, la legitimación de la función empresarial, el prestigio social del empresario, el apoyo familiar y de las amistades en la idea de crear empresa, el proceso de socialización del futuro empresario (antecedentes empresariales de la familia), miedo al fracaso empresarial, etc.

Los trabajos anteriormente analizados permiten identificar una lista de factores que pueden afectar a la decisión de crear empresa y elaborar una propuesta de clasificación de los mismos en tres categorías, tal como se puede observar en la Tabla siguiente. La primera categoría hace referencia a características propias del individuo, tanto a nivel psicológico como sociodemográfico, que permiten la elaboración de perfiles de emprendedores; la segunda categoría hace referencia a factores que afectan a la percepción de viabilidad y, en la tercera categoría hemos agrupado los factores que afectan a la percepción de deseabilidad. Como mencionamos en el apartado anterior, puesto que en muchos casos es difícil distinguir la diferencia entre viabilidad y

deseabilidad, algunos de estos factores pueden ubicarse en distintas categorías.

Cuadro N° 1
Factores que influyen en la decisión de crear empresa

Sociodemográficas	Psicológicas	Viabilidad	Deseabilidad
Edad, Género	Autoestima, Confianza	Acceso a clientes	Financiación
Edad en que se crea la empresa	Capacidad de toma de decisiones	Acceso a proveedores	Apoyo del gobierno a la I+D
Nivel educativo / Tipo de formación	Comprensión de la realidad	Diferenciación ocupacional	Disponibilidad de Incubadoras
Estado civil	Compromiso / determinación	Barreras de entrada	Experiencias que hagan aparecer verosímil la posibilidad de crear una empresa
Status socioeconómico	Habilidades de comunicación	Influencia gubernamental	Modelos de rol (familia)
Número de hijos	Iniciativa/dirección/entusiasmo	Nivel de impuestos	Procedimientos para el registro y licencias
Ocupación de los padres	Innovación, Creatividad,	Productos sustitutos	Programas de apoyo - entrenamiento
Orden de nacimiento (en la familia)	Inteligencia, Visión	Proximidad de universidades	Orientación vocacional recibida
Raza, Religión	Tolerancia a la incertidumbre	Experiencia laboral	Recompensas a la función empresarial
Experiencias de la infancia	Propensión hacia el riesgo	Crecimiento económico	Redes de emprendedores

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

En el análisis realizado por el autor de los 36 factores presentados en el anterior cuadro, se estableció que, en más de un 70% de los factores (subrayados en el gráfico), la influencia sobre el emprendedor de ellos estaba facilitada u obstaculizada por el nivel de información que este podría recibir del entorno, lo que reafirma la hipótesis de que uno de los principales determinantes de la actividad de toma de decisiones en los emprendedores resulta: **la información**.

En función de determinar mediante el método de "Rastreo de Procesos" el volumen, tipo y fuente de la información necesaria para los emprendedores para realizar una inversión, el autor realizó una indagatoria sobre el proceso de creación de una empresa en el Ecuador (para lo cual requiere de información) y después de consultar diferentes textos y artículos en diferentes fuentes secundarias, asumió como proceso más representativo el siguiente:

Cuadro Nº 2
Proceso de búsqueda de información para la creación de una empresa en el Ecuador

ETAPA	ACCIÓN
<p align="center">Etapa I Concepción Mercadotécnica de la Empresa</p>	<p>1. Análisis de la situación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del Entorno Económico, Político, Social, Ambiental, Tecnológico • Mercado (Definición, estructura y características más relevantes de la demanda y definición de Segmento Meta) • Competencia (Nivel de la concurrencia en el sector y en el territorio) <p>2- Definición del Producto o Servicio a desarrollar Diseño del producto o servicio según la brecha en el mercado y proyección de atributos.</p> <p>3.- Definición de Ventaja Competitiva en cuanto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funcionalidad. • Precio y calidad • Plazos de entrega
<p align="center">Etapa II Planificación y diseño de la empresa</p>	<p>1.- Determinación de objetivos cuantitativos y cualitativos OBJETIVOS CUANTITATIVOS: OBJETIVOS CUALITATIVOS:</p> <p>2.- Elaboración y selección de estrategias se diseñan cursos de acción en función de:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Entorno: o Imagen: o Cualificación profesional: o Mercado: o Red de distribución: o Competencia: o Producto: o Política de comunicación: <p>3.- Establecimiento de presupuestos Equipos de producción Equipamiento del local Acondicionamiento de oficina Compras previas al inicio Asesores Marketing</p> <p>4.- Decisión sobre el tipo de compañía a crear</p> <p>5.- Identificación de los promotores</p> <p>6.- Definición de Recursos Humanos La definición de recursos nos ayudara a seleccionar el personal que vallamos a contratar para cada categoría de nuestra empresa</p> <p>7.- Proceso productivo</p> <p>8- Dirección y Gerencia</p>
<p align="center">Etapa III Legalización de la Empresa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprobación del nombre de la empresa 2. Apertura de cuenta de integración de capital 3. Realizar la escritura pública 4. Solicitud, aprobación y obtención de las Escrituras de Constitución 5. Obtención de la patente municipal y del Certificado de Inscripción ante la Dirección Financiera 6. Inscripción de las escrituras en el Registro Mercantil 7. Nombramiento e inscripción en el Registro Mercantil de la directiva de la empresa 8. Reingreso de las escrituras a la Superintendencia de Compañías 9. Obtención del RUC 10. Retirar la Cuenta de Integración de Capital 11. Apertura de cuenta bancaria de la empresa 12. Comprobación por el SRI de la dirección de la empresa

Puesta en Marcha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación del Manual de Constitución de la Empresa o el Manual de Normas y Procedimientos 2. Contratación del personal constructivo o de servicios
-------------------------	---

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Este proceso constituyó el documento de referencia para evaluar la realidad de la gestión de búsqueda de información por los emprendedores en las condiciones de Santo Domingo. Como se observa, este proceso incluye tanto información del entorno como decisiones de diseño y funcionamiento interno de la organización; no obstante, el autor decidió trabajar el proceso en forma general para potenciar la utilización del “Procedimiento” a la búsqueda de toda la información.

El autor estima necesario aclarar que el “**Proceso de Búsqueda**” resulta la secuencia de actividades y requisitos sobre los cuales debe el emprendedor buscar información; por otra parte el “**Procedimiento de Búsqueda**” es el método, la forma, el modo en que gestionará la obtención de la información.

Una vez definidas teóricamente las necesidades de información de los emprendedores para crear una MIPYME, se transita a fundamentar los procesos y modelos por los que se guía el emprendedor para obtener esa información.

2.1.5. La búsqueda de información y los modelos de búsqueda. Micro y macroentorno de información.

Los modelos de búsqueda de información pueden ser definidos como una secuencia de pasos sistemáticos. Durante los años se han creado varios modelos con varios enfoques aunque todos buscan el mismo fin, obtener un producto relevante. La cantidad de pasos que se desarrollen para la búsqueda de información dependerá del modelo que se utilice aunque todos pueden resultar igual de efectivos.

Entre los modelos de búsqueda de información más mencionados se encuentra el **Modelo Big 6**. Este consiste de seis pasos, así:

1. Define
2. Diseña
3. Localiza
4. Utiliza
5. Sintetiza
6. Evalúa la información.

Otro modelo de renombre resulta el **Modelo David Ellis** que se desarrolla en ocho pasos, es un modelo antiguo pero que resulta muy efectivo en situaciones presentes. Este modelo desarrolla los siguientes pasos:

1. Comienzo
2. Encadenar
3. Navegar
4. Monitorear
5. Diferenciar
6. Extraer
7. Verificar
8. Finalizar

En este modelo los pasos 2, 3 y 4 pueden ejecutarse a la vez o entrelazados.

Adicional a este, se encontró el **Modelo Carol Kuhlthau** que consiste de seis pasos. Estos son la iniciación:

1. Incertidumbre
2. Selección/optimismo
3. Exploración/confusión
4. Formulación/mayor seguridad
5. Recopilación/confianza
6. Presentación/satisfacción.

Como notarán en este modelo se toman en consideración los sentimientos del buscador de información como parte de cada etapa del proceso.

Es criterio de autor que el modelo más simple y útil para este caso específico resulta el Modelo Big 6TM. Esta variante resulta un modelo para la búsqueda y organización de la información, desarrollado por *Mike Eisenberg y Bob Berkowitz*, por ejemplo, es una nueva herramienta para la gestión de la información pertinente a un problema que puede definirse como un proceso sistemático de solución de problemas de información con base en el pensamiento crítico.³ No es posible memorizar todo el conocimiento científico necesario para una actividad, debe dejarse de utilizar la memoria enciclopédica y aprender a ser directores – administradores, gestores- de esta información.

De esta misma manera se han desarrollado muchos modelos de búsqueda cada uno con su justificación y enfoque diferente, queda de quien busca la información seleccionar el más que se ajuste a su necesidad y realidad al momento de ejercer una búsqueda. Ahora, ¿para qué sirven estos modelos de búsqueda? Cada modelo provee unos pasos que sirven de herramientas que pueden dar dirección al usuario sobre los procesos para obtener la información necesaria. Los mismos pretenden “*aclarar*” la mente de quien se prepara para buscar la información asistiéndolo en los procesos de definir cuál es el trabajo, que quiere o debe realizar e identificar cuáles estrategias de búsqueda son más adecuadas. En adición a estos, se establece cómo debe seleccionar y utilizar la información y finalmente, cómo evaluar el producto final.

Así que independientemente de cuál sea el modelo de búsqueda de información seleccionado lo que va a asegurar el éxito es que sea el adecuado para la persona y la naturaleza del trabajo que se quiere realizar.

Ahora bien, un Modelo de Búsqueda implica gestionar información para emprendedores en todos los ámbitos, pero para esta investigación, lo prioritario resulta determinar información relativa al entorno, por lo que se requiere definir el

campo de acción y alcance de la propuesta definiendo lo que se considera por el autor como: **entorno**.

2.1.6. El Entorno en el proceso de emprendimiento

El entorno está formado por las fuerzas y los factores exteriores al emprendedor que pueden determinar el éxito de su inversión. Este entorno presenta tanto oportunidades como amenazas. El entorno está formado por un microentorno y un macroentorno. El microentorno está compuesto por las fuerzas más cercanas a la potencial empresa que afectan a su capacidad para servir a sus clientes: la empresa, los suministradores, las empresas distribuidoras, los mercados de consumo, los competidores y los grupos de interés. El macroentorno consiste en las grandes fuerzas sociales que afectan a todo el microentorno: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

En años recientes, muchas empresas han empezado a visualizar la administración de la información desde una perspectiva de sistemas.

2.2. Marco conceptual

En el informe que se presenta el autor asume como criterios propios que definen su posición teórica, los siguientes:

2.2.1. Entrepreneur

Es todo aquel que realiza nuevas combinaciones de medios de producción y, por lo tanto, incluye no sólo a aquellos hombres de negocios “independientes”, sino a todos los que realicen dicha función, bien sean dependientes o empleados de una compañía

2.2.2. Modelos de búsqueda

Son definidos como una secuencia de pasos sistemáticos para obtener la información.

2.2.3. Marketing

Es un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.(Kotler & Armstrong, Principios de Marketing, 2008)

2.2.4. SIM

Es una importante herramienta empresarial destinada a obtener información a tiempo sobre los hechos más importantes respecto al marketing de nuestra compañía. (Grudiz, 2011).

2.2.5. Dato

Se define como aquella información extraída de la realidad que tiene que ser registrada en algún soporte físico o simbólico, que implica una elaboración conceptual y además que se pueda expresar a través de alguna forma de lenguaje. (Flores, 1994)

2.2.6. Sistema de bases de datos

Es un sistema computarizado cuya finalidad general es almacenar información y permitir a los usuarios recuperar y actualizar esa información en base a peticiones. (Date, 2001)

2.2.7. Mercado

Es un lugar físico o virtual donde compradores y vendedores comercializan productos y obtienen un valor monetario.

2.2.8. Inversión

En el contexto empresarial, la inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

2.2.9. PyMEs

Se conoce como MIPyMEs al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas.

2.2.10. Emprendedor

Un emprendedor es la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución o empeño, algún proyecto considerable, arduo y de envergadura que requiera esfuerzo y dedicación. (Montenegro, 2013)

2.2.11. Empresario

El empresario es la persona que tiene un negocio en marcha, es propietario de él (total o parcialmente), lo gerencia directamente o por medio de otra persona que no es necesariamente accionista. (Montenegro, 2013)

2.2.12. Sector Agropecuario

Es la parte del sector primario compuesta por el sector agrícola (agricultura) y el sector ganadero o pecuario (ganadería). Las actividades agropecuarias se dividen en dos subsectores:

- **Subsector agrícola:**

- Cultivo de granos y semillas oleaginosas - Cultivo de hortalizas - Cultivo de frutales y nueces - Cultivo en invernaderos y viveros, y floricultura - Otros cultivos agrícolas - Actividades de apoyo a la agricultura

- **Subsector pecuario:**

- Explotación de bovinos - Explotación de porcinos - Explotación avícola - Explotación de ovinos y caprinos - Explotación de otros animales - Actividades de apoyo al subsector pecuario.(Marín, 1953)

2.3. Marco temporal-espacial

La investigación se desarrolló en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, incluyendo el nuevo Cantón “La Concordia”, en el período comprendido entre el mes de junio 2013 y abril del 2014. En este contexto se analizaron los diversos factores que influyen en la obtención de la información para los emprendedores sobre el entorno, particularmente en el sector de la producción agropecuaria.

2.4. Marco legal

Las bases jurídicas en las que se fundamente este trabajo de investigación, están redactadas en el artículo 16 de la Sección Tercera de la Constitución de la República del Ecuador redactada en Montecristi en el año 2008.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis

3.1.1. Formulación de hipótesis

Si se diseña e implementa un procedimiento de búsqueda y gestión de la información que estructure y organice el acceso y procesamiento de la información por los emprendedores, entonces se aumentara la efectividad de la toma de decisiones en el proceso inversionista.

3.1.1.1. Variable Independiente

Diseño del Procedimiento de Búsqueda de Información.

3.1.1.2. Variable Dependiente

Calidad de la toma de decisiones.

3.2. Operacionalización de las variables

Las variables que serán analizadas serán como variable dependiente: la calidad de la toma de decisiones y como variable independiente; el Diseño del Procedimiento de Búsqueda de Información.

Cuadro N° 3
Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
Diseño del Procedimiento	Métodos de búsqueda, procesamiento y utilización de la información	<ul style="list-style-type: none"> • Problema • Objetivos • Localización de la información • Utiliza de la información • Síntesis de la información • Evalúa la información • Evaluación e integración de la información.
Toma de decisiones eficientes	Flujos de Información sobre factores y condiciones del entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de emprendedores satisfechos con el procedimiento • Tiempo de búsqueda • Cantidad de información procesada

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Variable Dependiente: Toma de decisiones eficientes.

3.2.1. Criterios para la toma de decisiones eficientes:

1. Información: Estas se recogen tanto para los aspectos que están a favor como en contra del problema, con el fin de definir sus limitaciones. Sin embargo si la información no puede obtenerse, la decisión entonces debe basarse en los datos disponibles, los cuales caen en la categoría de información general.

Si quien toma la decisión tiene conocimientos, ya sea de las circunstancias que rodean el problema o de una situación similar, entonces estos pueden utilizarse para seleccionar un curso de acción favorable. En caso de carecer de conocimientos, es necesario buscar consejos en quienes están informados.

2. Conocimientos: Cuando un individuo soluciona un problema en forma particular, ya sea con resultados buenos o malos, esta experiencia le proporciona información para la solución del próximo problema similar. Si ha encontrado una solución aceptable, con mayor razón tenderá a repetirla cuando surja un problema parecido. Si carecemos de experiencia entonces

tendremos que experimentar; pero sólo en el caso en que las consecuencias de un mal experimento no sean desastrosas. Por lo tanto, los problemas más importantes no pueden solucionarse con experimentos.

- 3. Experiencia:** No puede hablarse de un método en particular para analizar un problema, debe existir un complemento, pero no un reemplazo de los otros ingredientes. En ausencia de un método para analizar matemáticamente un problema es posible estudiarlo con otros métodos diferentes. Si estos otros métodos también fallan, entonces debe confiarse en la intuición. Algunas personas se ríen de la intuición, pero si los otros ingredientes de la toma de decisiones no señalan un camino que tomar, entonces ésta es la única opción disponible.

3.3. Estrategia metodológica

3.3.1. Diseño de la investigación

Se consideraron los flujos de información hacia adentro y hacia fuera de la UTE SD. Esta investigación se considera mayoritariamente descriptiva ya que caracteriza los flujos de información y busca como lograr un máximo beneficio para los beneficiarios del proyecto en la propuesta fina

El trabajo de investigación se desarrolló según la estatifica la acción siguiente:

- **Etapa I.-** Revisión bibliográfica inicial sobre la temática
- **Etapa II.-** Definición del problema
- **Etapa III.-** Definición de la estructura metodológica y conceptual de la investigación
- **Etapa IV.-** Elaboración de herramientas e instrumentos para la captación de la información
- **Etapa V.-** Captación y tabulación de la información
- **Etapa VI.-** Interpretación de la información, integración y redacción del informe de investigación.

La investigación se desarrolló en un período de 10 meses y participaron dos compañeros de equipo y el autor.

3.3.2. Tipo de investigación

3.3.2.1. Descriptiva

Esta investigación se concibió como indagatoria de cómo se realiza el proceso de toma de decisiones por los emprendedores y cómo mejorar la ejecutoria de la búsqueda de información.

3.3.2.2. Correlacional

Se concibió un enfoque correlacional el contraponer en la hipótesis la interacción entre el procedimiento y la calidad de la toma de decisiones. Permite relacionar la causa y efecto entre las variables de la investigación.

3.3.3. Unidad de análisis

De acuerdo con los objetivos de la investigación, se determina que la unidad de análisis a investigar serán los estudiantes y profesores emprendedores de la Universidad Tecnológica Equinoccial, sede Santo Domingo.

3.3.4. Población

Se considera como población a la totalidad de estudiantes de la universidad así como también los profesores a tiempo completos y eventuales.

Tabla N° 1
Población de estudiantes y profesores de la “UTE” Sede Santo Domingo

Estudiantes	1932
Profesores (A tiempo completo)	129
Profesores (Eventuales)	6
Total	2067

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

3.3.5. Muestra, tipo, cálculo y tamaño.

Para el cálculo de la muestra, es realizado con el cálculo de una muestra aleatoria simple utilizando la fórmula de población finita.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

Tabla N° 2
Datos para la muestra

N = Tamaño de la población	2067
n = Tamaño de la muestra	130
Z = Nivel de confianza 95%	1.65
e = Error máximo permisible 5%	5%
p = 90%	90%
q = 10%	10%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

El Total de encuestas a realizarse es de 130

3.3.6. Fuentes y técnicas para la recolección de la información

3.3.6.1. Fuentes

La recolección de información se realizara de fuentes primarias y secundarias.

Primarias:

- Encuesta: (Investigación realizada a estudiantes de la UTE-SD)
- Entrevistas: Se entrevistara a empresarios de la ciudad que ya pasaron por la etapa de emprendedores y tienen amplios conocimientos del entorno del mercado.

Secundarias:

- Libros especializados
- Revistas científicas
- Portales de internet académicos
- Páginas web especializadas

3.3.6.2. Técnicas de recolección

Las técnicas que se utilizaron en esta investigación se la detalla en los siguientes cuadros:

Cuadro Nº 4
Técnicas e Instrumentos de la investigación encuesta

Método	Explicación	Diseño	Herramienta	Aplicación
Encuesta	La encuesta la cual se encuentra en anexos corresponde a una investigación del tipo exploratorio, sin embargo se considerará esta muestra para realizar diferentes análisis Estadísticos posteriormente. Por otra parte, la encuesta incluye Preguntas cerradas, es decir, con alternativas de respuesta, las que se pueden dividir en tres tipos:	Dicotómica: Pregunta con dos alternativas que permitió realizar un filtro al comienzo del cuestionario sobre quienes han tenido una idea de negocio.	Cuestionario de preguntas cerradas.	Se aplicaron 130 encuestas a los estudiantes de la UTE-SD de distantes edades de género masculino y femenino.
		Politómica: Estas preguntas se realizaron al final del cuestionario con el objeto de obtener información personal del encuestado, donde éste deberá señalar una de las alternativas respectivas.		
		Escala: Son escalas no comparativas de clasificación por ítem, específicamente del tipo likert. Esta escala, busca que el encuestado señale su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a ciertas afirmaciones en una escala de cinco puntos.		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Cuadro N° 5
Técnicas e instrumentos de la Investigación entrevista

Método	Explicación	Diseño	Herramienta	Aplicación
Entrevista	Es una forma específica de interacción social. El investigador se sitúa frente al investigado y le formula preguntas, a partir de cuyas respuestas habrán de surgir los datos de interés.	Se realizó un diseño de cuestionario de preguntas (Anexo) Preguntas Abiertas Preguntas Cerrada Los cuales permiten un mayor análisis del comportamiento de los jóvenes frente a la publicidad y al consumo.	Cuestionario de preguntas	Este estudio se realizó a emprendedores de que recién comienzan y a emprendedores que ya pasaron el proceso y pueden emitir criterios sólidos acerca del procedimiento para ser un emprendedor.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

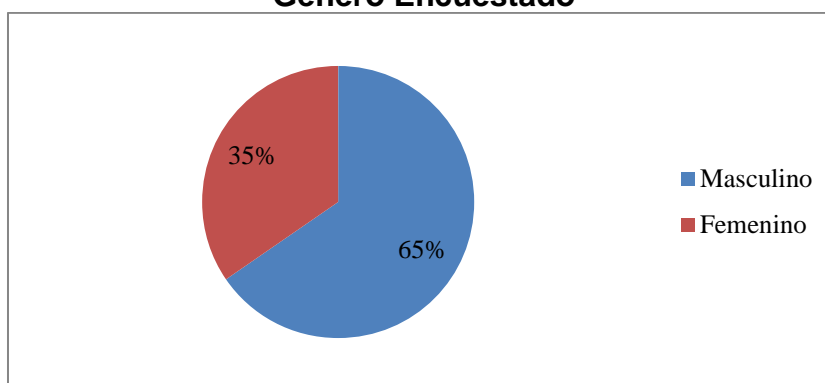
CAPITULO IV

RESULTADO Y DISCUSIÓN

En las etapas IV y V de la investigación se aplicaron los instrumentos de captación de la información, obteniéndose los siguientes resultados:

4.1. Tabulación y Análisis de la encuesta

Gráfico N° 1
Genero Encuestado



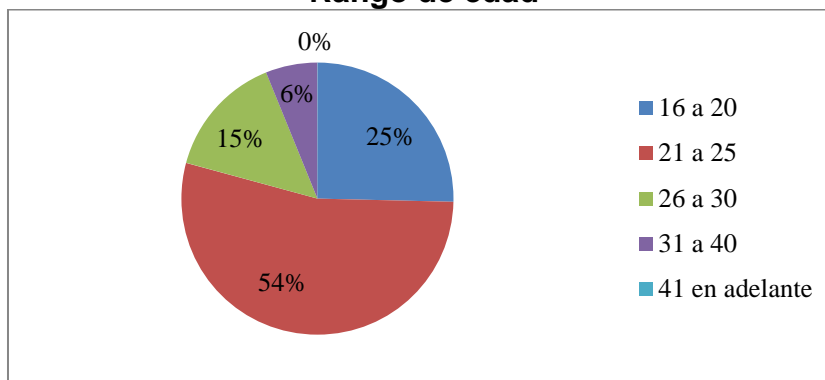
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

En la investigación de campo que se realizó en las instalaciones de la universidad, se obtuvo mayor participación de los estudiantes de género masculino aunque una tercera parte es del género femenino.

Gráfico N° 2
Rango de edad



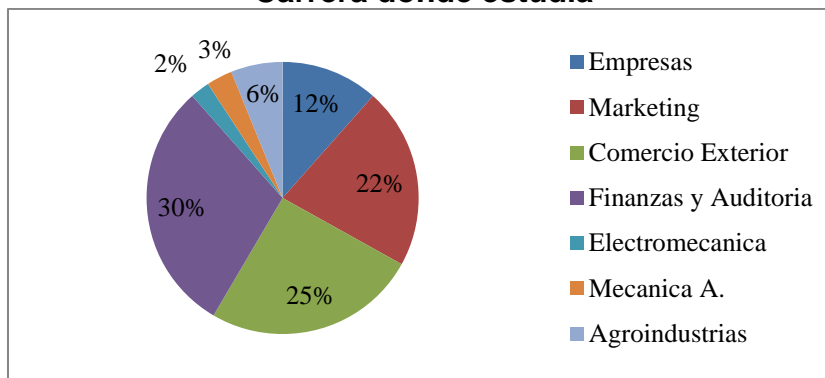
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

Según las encuestas realizadas en la investigación de campo, los estudiantes de las edades entre 21 a 25 años son los que más nos brindaron sus respuestas.

Gráfico N° 3
Carrera donde estudia



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

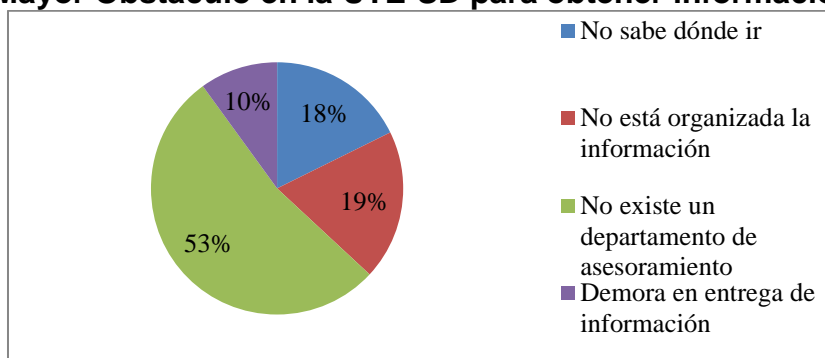
Análisis

Se obtuvo mayor participación de los estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas, ya que dichas carreras son mayoría en la universidad y por ende tiene mayor número de estudiantes.

Pregunta 1

¿Cuál cree que es el mayor obstáculo en la UTE-SD para obtener información o asesoramiento acerca de una idea de negocio?

Gráfico N° 4
Mayor Obstáculo en la UTE-SD para obtener información



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

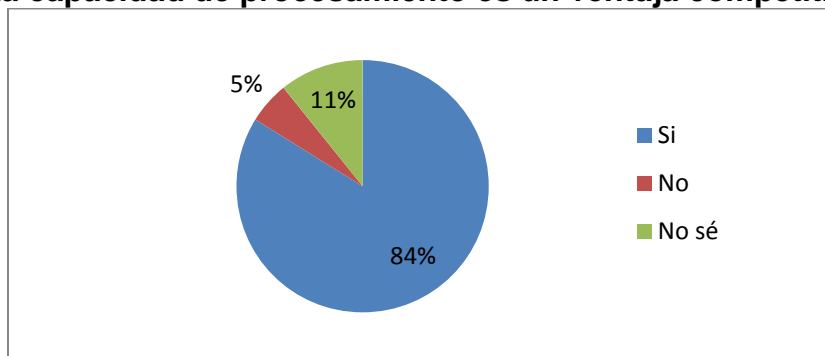
Análisis

Los resultados de la encuesta, evidencian la presencia de un nivel bajo de organización de la actividad de emprendimiento y en especial de la búsqueda de la información necesaria.

Pregunta 2

¿Considera usted que la capacidad de procesamiento puede ser una ventaja competitiva?

Gráfico N° 5
La capacidad de procesamiento es un ventaja competitiva



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

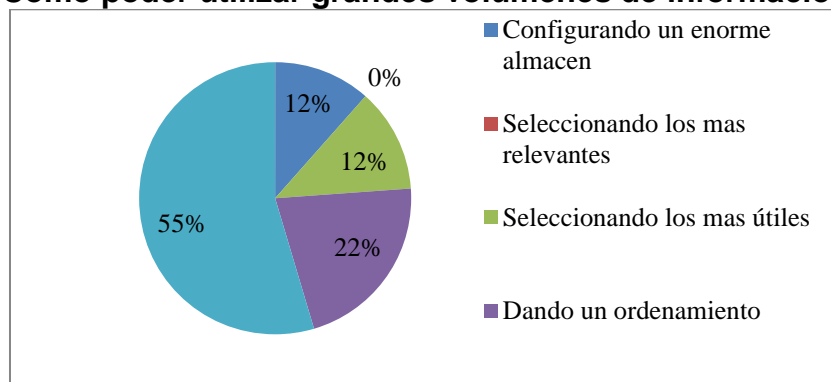
Sin duda alguna, la capacidad de procesamiento de información es una ventaja competitiva en cualquier ámbito donde se la aplique, porque aumenta la velocidad de inversión.

Pregunta 3

¿Cómo poder utilizar grandes volúmenes de información?

Gráfico N° 6

¿Cómo poder utilizar grandes volúmenes de información?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

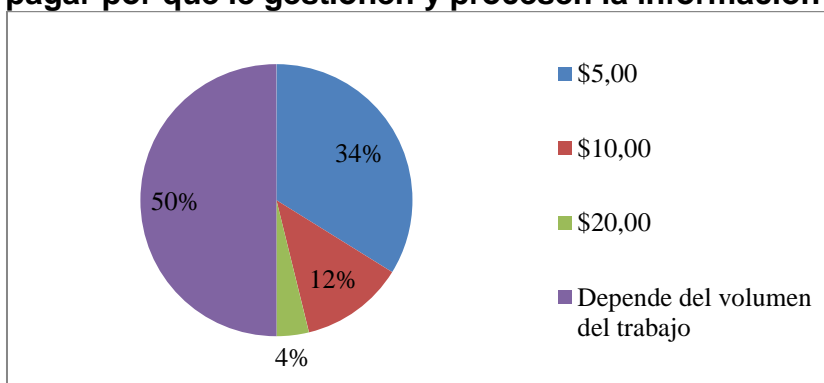
La gran mayoría de los encuestados coincidió en que la información se la debe transformar en respuestas reales que puedan resolver problemas específicos en la administración.

Pregunta 4

Se conoce que existe un gran volumen de información y que se requiere de capturar la información y procesarla; ¿hasta qué valor estaría dispuesto a pagar por que le gestionen y procesen la información?

Gráfico N° 7

Se conoce que existe un gran volumen de información y que se requiere de capturar la información y procesarla; ¿hasta qué valor estaría dispuesto a pagar por que le gestionen y procesen la información?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

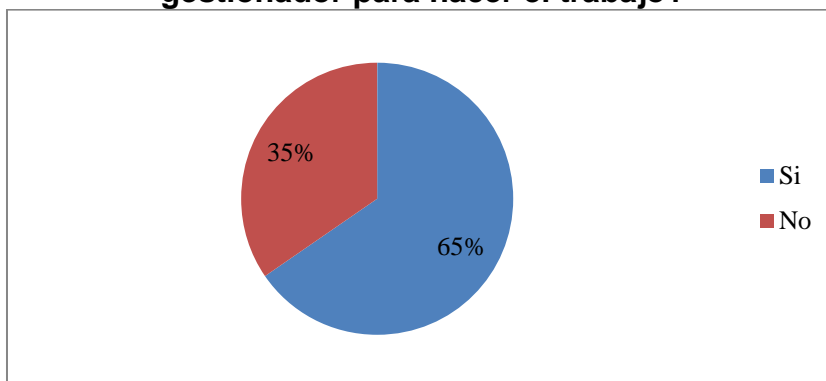
La mitad de los encuestados respondió que están dispuestos a pagar un determinado valor dependiendo del volumen de trabajo y el procesamiento de la información. Aunque también se evidenció que una buena parte de los encuestados prefiere pagar \$5 dólares por el procesamiento de la información.

Pregunta 5

¿Considera usted que el valor a abonar por el trabajo de gestión, búsqueda y procesamiento de la información depende del plazo que se le otorga al gestor para hacer el trabajo?

Gráfico N° 8

¿Considera usted que el valor a abonar por el trabajo de gestión, búsqueda y procesamiento de la información depende del plazo que se le otorga al gestor para hacer el trabajo?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

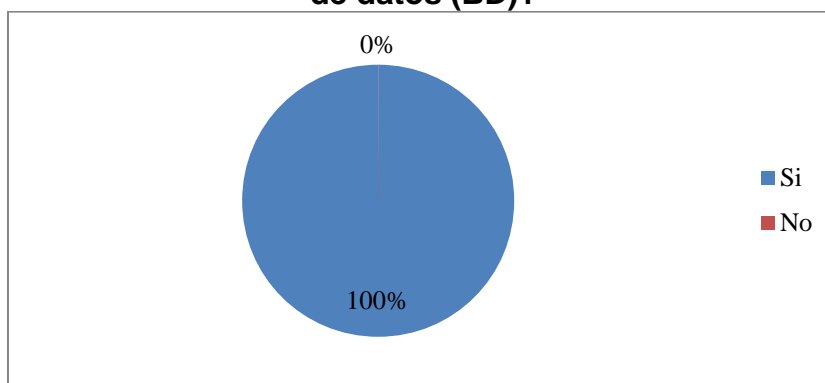
La gran mayoría de los encuestados coincidió que el valor a abonar por el trabajo de gestión depende del plazo que se le otorgara al gestor para desarrollar el proyecto.

Pregunta 6

¿Considera usted que la UTE-SD cuenta en estos momentos con recursos para financiar e invertir en tecnologías de procesamiento de grandes bases de datos (BD)?

Gráfico N° 9

¿Considera usted que la UTE-SD cuenta en estos momentos con recursos para financiar e invertir en tecnologías de procesamiento de grandes bases de datos (BD)?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

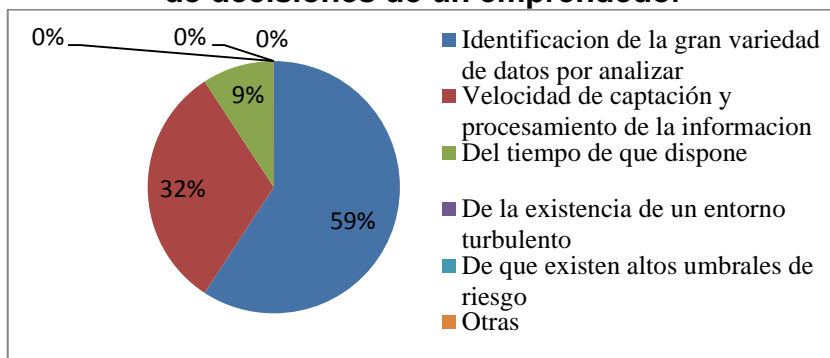
Efectivamente, según los encuestados la UTE-SD debe invertir los recursos suficientes en tecnologías que permitan dar el debido tratamiento a grandes cantidades de datos, lo que fomentaría sustancialmente la investigación.

Pregunta 7

¿De qué factores considera usted que depende la eficiencia y la eficacia de la toma de decisiones de un emprendedor?

Gráfico N° 10

Factores considera usted que depende la eficiencia y la eficacia de la toma de decisiones de un emprendedor



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

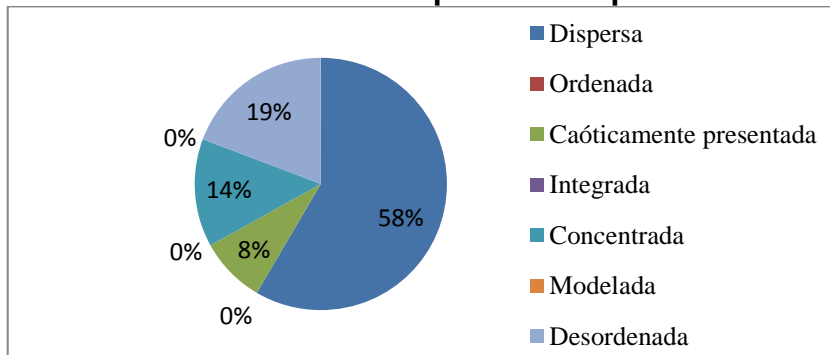
La velocidad de captación, procesamiento de la información y la identificación de la gran variedad de datos que se va analizar aporta mucho en la correcta toma de decisiones de un emprendedor.

Pregunta 8

¿En qué estado se encuentra la información hoy para los emprendedores?

Gráfico N° 11

Estado de la información para los emprendedores



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

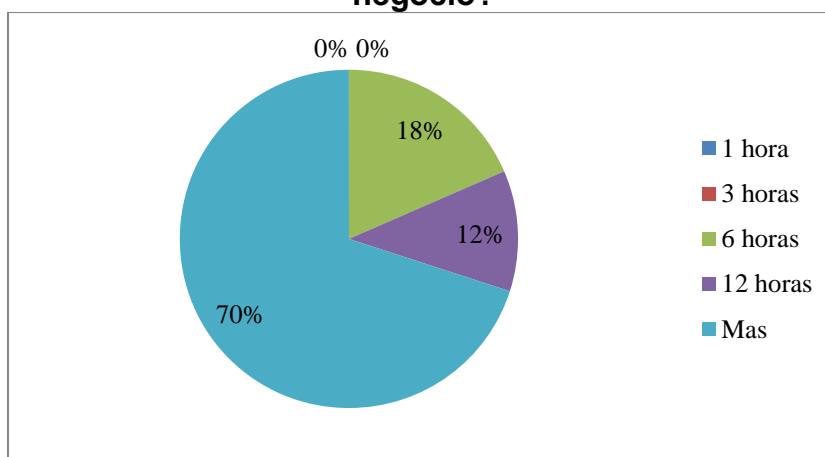
Actualmente si un emprendedor decide buscar información, la encontrara dispersa, muy desordenada, concentrada en departamentos específicos y le será muy difícil tratar de unir toda la información requerida.

Pregunta 9

¿Qué tiempo invierte usted en una búsqueda de información para un posible negocio?

Gráfico N° 12

¿Qué tiempo invierte usted en una búsqueda de información para un posible negocio?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

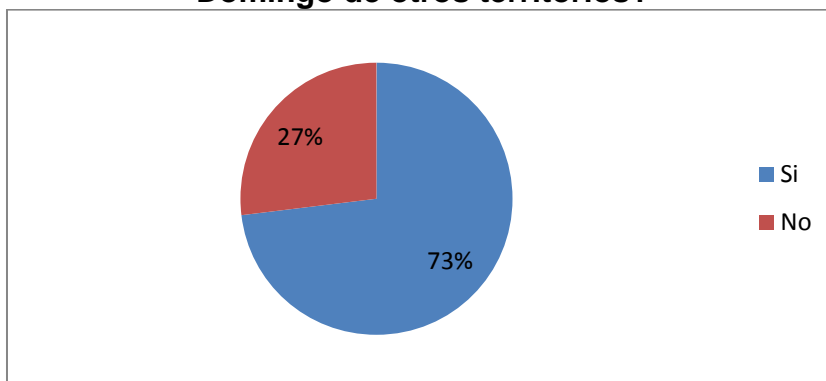
La gran mayoría de los encuestados respondió que le dedica el tiempo suficiente cuando están buscando información necesaria para alguna idea de negocio.

Pregunta 10

¿Considera usted que existen condiciones específicas en la búsqueda de información para emprendedores que diferencien al territorio de Santo Domingo de otros territorios?

Gráfico N° 13

¿Considera usted que existen condiciones específicas en la búsqueda de información para emprendedores que diferencien al territorio de Santo Domingo de otros territorios?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

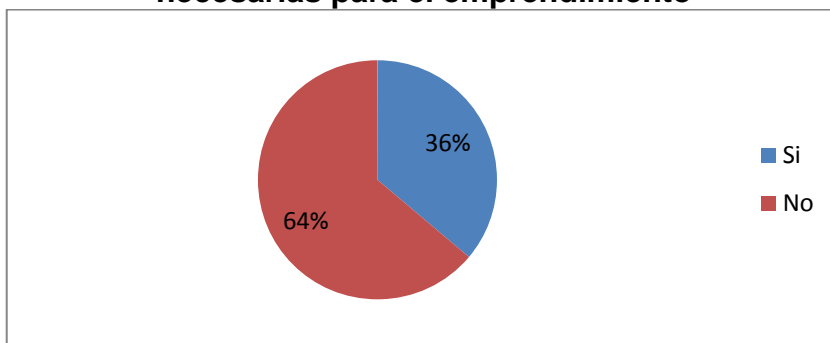
El territorio de Santo Domingo según los encuestados se diferencia fácilmente de otros territorios debido a sus características únicas como son: alto nivel de comercio formal e informal, alto porcentaje de crecimiento poblacional y gran diversidad cultural en sus ciudadanos.

Pregunta 11

¿Considera usted que tiene facilidad de acceso geográfico, económico y tecnológico a las bases necesarias para el emprendimiento?

Gráfico N° 14

Tiene facilidad de acceso geográfico, económico y tecnológico a las bases necesarias para el emprendimiento



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

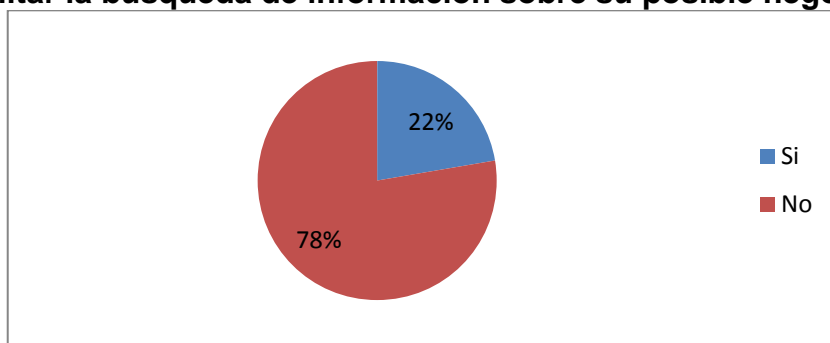
Actualmente en la UTE-SD no existe facilidad de acceso tecnológico, económico o geográfico a las bases necesarias para poder emprender algún negocio, no existe un departamento que se encargue de aquello, de asesorar al emprendedor.

Pregunta 12

¿Ha aplicado usted de algún método, herramienta o procedimiento para facilitar la búsqueda de información sobre su posible negocio?

Gráfico N° 1

¿Ha aplicado usted de algún método, herramienta o procedimiento para facilitar la búsqueda de información sobre su posible negocio?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

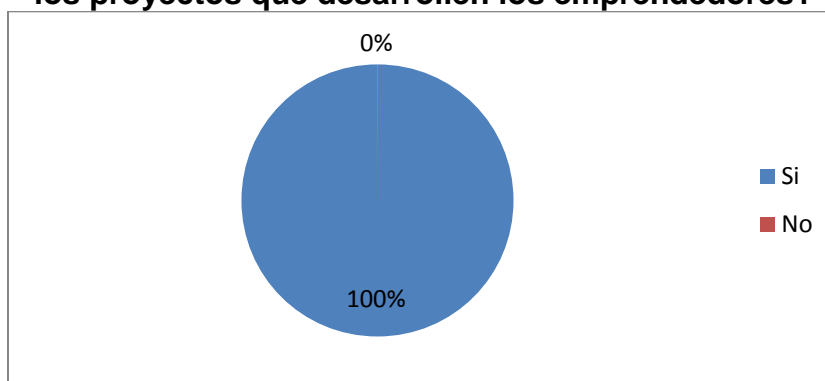
Es evidente que los emprendedores de la UTE-SD no conocen algún método que facilite la búsqueda de información o si lo conocen no lo tienen en la universidad y deben buscar afuera y pagar los servicios de consultoras externas privadas.

Pregunta 13

¿Le gustaría que la UTE-SD cuente con un departamento de asesoría para los proyectos que desarrollen los emprendedores?

Gráfico N° 16

¿Le gustaría que la UTE-SD cuente con un departamento de asesoría para los proyectos que desarrollen los emprendedores?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Análisis

Contar con el departamento de asesoría al emprendedor permitirá contar con información rápida y fiable, de hecho facilitadora de una toma de decisiones más acertada y efectiva.

4.2. Análisis de la Entrevista

Para aumentar el nivel de dominio sobre la realidad de la toma de decisiones en los procesos de emprendimiento se realizaron entrevistas a 18 empresarios ya constituidos, sobre sus experiencias en el proceso de toma de búsqueda de la información, develándose los siguientes aspectos:

1. Carencia de tecnologías de la información.
2. Contar con información relevante para el negocio
3. Carencia sobre las actividades de los competidores
4. No trabajar en equipo y pensar que debe llevar toda la búsqueda solo
5. Temor a preguntar: aprender a pedir ayuda
6. La búsqueda se extiende mucho y se desorienta el emprendedor(a)
7. Falta de asesoramiento
8. Nadie le indica cómo hacer la búsqueda

De semejante manera, para precisar las posibles particularidades del proceso de búsqueda de información por emprendedores de Santo Domingo, el equipo de trabajo asistió al Evento de Emprendedores UTE EMPRENDE en junio del 2013 y allí se entrevistó a 15 emprendedores de la UTE Q y 12 de la UTE Salinas; el contenido de la Entrevista aparece en el Anexo 3. En sentido general las respuestas en un 95% coincidieron en que no existen diferencias sustanciales en los procesos, solo que en las grandes ciudades hay más posibilidades de bibliografía (existen bibliotecas) y en Santo Domingo no.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

En el presente Capítulo se presentan los criterios del autor sobre cómo contribuir a la solución del problema en una propuesta que se presenta a continuación.

5.1. Premisas de la propuesta

La presente propuesta de Modelo de Búsqueda requiere de las siguientes condiciones:

1. Existencia de personal calificado que le oriente y conduzca al emprendedor
2. Divulgación de la herramienta entre emprendedores

5.2. Objetivos de la propuesta

La presente propuesta de Modelo BIG-UTE pretende: “Dotar a los emprendedores de una herramienta que les facilite y viabilice la labor de búsqueda, procesamiento y utilización de información para la toma de decisiones en la posible inversión”.

5.3. Desarrollo de la propuesta (MODELO)

El Modelo Big se puede definir como un proceso sistemático de solución de problemas de información apoyado en el pensamiento crítico. El Modelo BIG es una herramienta metodológica de gestión por competencias donde se adquieren habilidades para la búsqueda de información que es de gran utilidad para los emprendedores. El BIG 6 por tanto es una herramienta que clasifica dentro de las “Competencias en el Majeo de la Información” (CMI).

Las CMI surgen en la contemporaneidad dada la gran cantidad de información actualmente disponible en Internet pone de manifiesto la urgencia para desarrollar

en los emprendedores la habilidad en el manejo es ésta. La CMI se puede definir como las habilidades individuales para:

- Reconocer la necesidad de información
- Identificar y localizar las fuentes de información adecuadas
- Saber cómo llegar a la información dentro de esas fuentes
- Evaluar la calidad de la información obtenida
- Organizar la información
- Usar la información de forma efectiva

Mediante el empleo de un enfoque de niveles múltiples, los emprendedores desarrollan competencias tanto en la solución de problemas de información como en la toma de decisiones, lo que más adelante se convertirá para ellos en una habilidad permanente.

La propuesta de Modelo BIG 6 (CMI) se representa de la siguiente manera:

Cuadro Nº 6
Modelo Big 6

1. Definición de las tareas	2. Estrategias para buscar información	3. Localización y acceso	4. Uso de la información	5. Síntesis	6. Evaluación
- Definir la tarea. - Identificar la información necesaria	- Buscar todas las fuentes de información posibles. - Seleccionar las más convenientes	- Localizar fuentes. - Localizar la información necesaria dentro de la fuente	- Verificar pertinencia y relevancia de la fuente b) Extraer la información relevante.	- Organizar la información global - Esquema o resumen con ideas principales	- Evaluar el proceso. - Evaluar el producto.

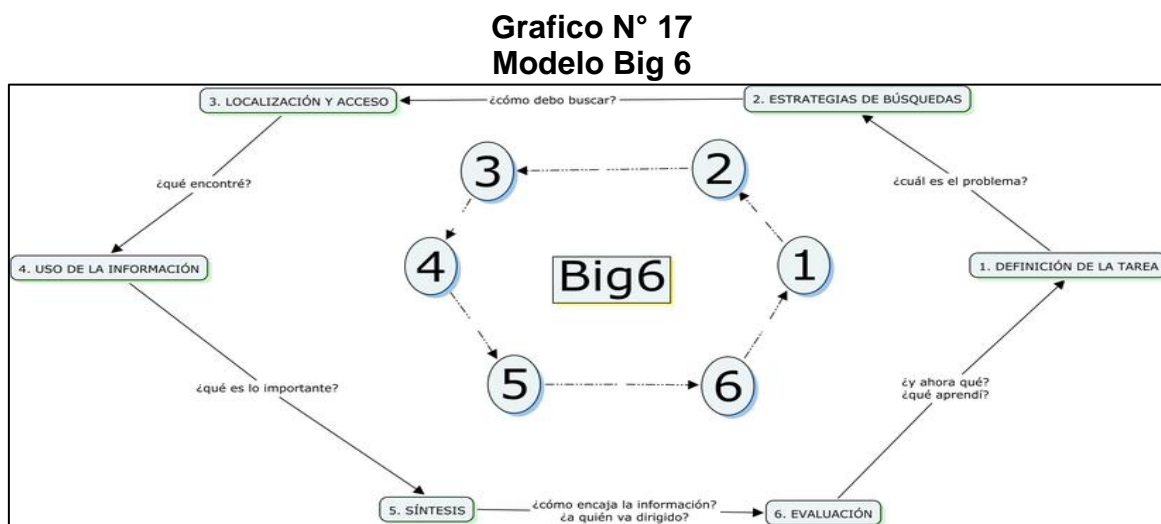
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

Aunque el proceso de Big6™ siempre se presenta como si se debiera realizar paso a paso (Desde “Identificación de la Tarea” hasta “Evaluación”), generalmente las personas no lo siguen así. La solución exitosa del problema de información requiere completar adecuadamente en algún momento, cada una de las etapas del modelo Big6™ pero las personas saltan de una etapa a otra

desordenadamente, retroceden o se desvía; el énfasis se debe hacer en desarrollar competencia y pericia en cada una de las áreas del modelo Big6, sin que esto signifique una camisa de fuerza.

Gráficamente se representa en la siguiente secuencia:



Fuente: Gómez Sánchez, N y Moreno Madrid, M; en <http://tice.wikispaces.com/Big+6>

Elaborado por: Cesar H. Paucarima Z. / 2014

El Modelo desarrollado se presenta de la siguiente manera:

5.3.1. Definición de la tarea: ¿Cuál es el problema?

En esta etapa del proceso se trata de determinar exactamente cuál es el problema de información que existe y de definir las necesidades específicas relacionadas con este.

- ¿Cuál es el negocio que deseamos emprender?
- ¿Qué información se necesita para crear ese negocio?
- ¿Qué es lo que se requiere para realizar la tarea?

En el caso de los emprendedores se propone que se proceda a dar seguimiento al proceso de creación determinado por el autor y que se presenta en el Anexo 1

(Flujograma de Creación de un Negocio).

¿En qué orden se debe proceder y cuál es el tiempo máximo para completar los pasos a seguir?

5.3.2. Estrategias de búsqueda de información: ¿Cómo debo buscar?

Cuando el negocio esté claramente definido y se adecue el flujograma, se analiza la gama de posibles fuentes de información. Las estrategias para buscar información implican tomar decisiones y escoger las fuentes de información más convenientes para el trabajo en cuestión.

- ¿Cuáles son las posibles fuentes de información?
- ¿Cuáles son las mejores de estas posibilidades?
- ¿Cuáles son los métodos alternos para obtener información?

5.3.3. Localización y acceso: ¿Qué obtuve?

Con el enfoque de Big6™, se sigue el proceso lógico de decidir primero que es lo que se quiere buscar y donde; para definir posteriormente los materiales necesarios:

- ¿Dónde están estas fuentes?
- ¿Dónde está la información al interior de cada fuente?

5.3.4. Uso de la información: ¿Qué es lo importante?

Una vez que los emprendedores sean capaces de localizar y acceder una fuente, deberán poder leer, visualizar, escuchar e interactuar con la información disponible y decidir qué aspectos de ésta son útiles para su proyecto específico. Deberán extraer la información necesaria tomando notas, sacando copias, anotando citas, etc.

- ¿Qué información ofrece la fuente?
- ¿Qué información específica vale la pena utilizar para el trabajo que se va a realizar?

5.3.5. Síntesis: ¿Cómo encaja la información? ¿A quién va dirigida?

La síntesis es la reestructuración o el reempaque de la información en formatos nuevos o diferentes para poder cumplir con los requisitos del trabajo. La síntesis puede ser tan simple como transmitir un hecho específico o lo bastante compleja, como para contener varias fuentes, varios formatos de presentación o diferentes medios de información y la comunicación efectiva de ideas abstractas.

- ¿Cómo se une la información que proviene de distintas fuentes?
- ¿Cómo se presenta mejor la información?

5.3.6. Evaluación: Y entonces... ¿qué aprendí?

La evaluación es la que determina qué tan efectiva y eficientemente se llevó a cabo el proceso de solución del problema de información. Los siguientes son los puntos más importantes que se deben evaluar:

- ¿El problema de información quedó resuelto?
- ¿Se obtuvo la información que se necesitaba?
- ¿Se tomó la decisión?
- ¿Se resolvió la situación?
- ¿El producto obtenido cumple con los requisitos originalmente establecidos?
- ¿Qué criterios se puede utilizar para hacer evaluaciones?

Una vez concluida la aplicación del Modelo GIG 6, en el contexto del Proyecto de creación de un Sistema de Información de Marketing para Emprendedores se concibe desarrollar una labor permanente de asesoramiento a los emprendedores, que se viabilizará por las siguientes temáticas:

- Asesoría Legal
- Asesoría Económica
- Asesoría Financiera
- Asesoría Ambiental
- Información de los clientes
- Información de la competencia
- Información de Marketing

5.4. Asesoría Legal

Se le guiará al emprendedor/cliente paso a paso para poder constituir una microempresa, a su vez también se le asesorará en el tipo de constitución de la pequeña y mediana unidad productiva.

Pasos

1. El emprendedor tiene en su mente la idea de negocio y la actividad económica donde se va desarrollar.
2. El emprendedor se acercará al centro de gestión de emprendimiento de la UTE-SD para recibir asesoramiento.
3. El Centro de Gestión y Documentación de la UTE contará con una licencia de operación de un software de “PymesPlus” que se encargará de asesorar en todos los procedimientos legales al emprendedor, actualmente son 16 pasos para constituir una empresa, pero en caso que se modifique la ley, la empresa “Pymes Plus actualizará automáticamente todo el procedimiento legal.
 - a) Escoger el nombre de su empresa.
 - b) Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
 - c) Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda es \$400 y para S.A es \$800)
 - d) Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (Esto puede ser realizado en cualquier notaría)
 - e) Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.

- f) Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 hora)
- g) Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- h) Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- i) Inscribir en el Municipio de Quito las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
- j) Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
- k) Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.
- l) Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
- m) Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- n) Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- o) Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en ministerio de trabajo y copia de último pago de agua, luz o teléfono.

5.5. Asesoría Económica – Financiera

Después que se haya constituido la unidad de producción, el emprendedor debe considerar múltiples aspectos para tener una cierta certeza de la viabilidad del proyecto, en este capítulo se le guiara al emprendedor en cómo debe conseguir

capital, las formas de financiación, instituciones financieras donde debe acudir, etc. A continuación se detallan los siguientes pasos:

- 1) Asesoramiento en la elaboración del plan de negocio.
- 2) Se le indicara las fuentes de financiamiento
- 3) Se le indicara las instituciones financieras que apoyan los proyectos de emprendedores.
- 4) También se le indicara una página web “PymeEcuador” donde el emprendedor se podrá asesorar en temas como:
 - a) Evaluación de Proyectos
 - b) Diagnóstico de la situación financiera
 - c) Análisis de precios y márgenes
 - d) Análisis de punto de equilibrio
 - e) Elaboración del presupuesto anual y control de desviaciones de Ingresos, Costos y Gastos
 - f) Asesoría en Financiamiento
 - g) Asesoría e implementación NIIF's

5.6. Asesoría Ambiental

Aunque su impacto ambiental individual puede ser pequeño, su impacto agregado puede causar serios problemas para el ambiente y la población, es por eso que este capítulo el emprendedor conocerá todo acerca de los permisos ambientales que debe cumplir para el normal desenvolvimiento de su unidad productiva.

1. Elaboración de declaratorias ambientales
2. Manuales y guías de buenas prácticas ambientales
3. Planes de manejo ambiental, fichas ambientales
4. Asesoramiento en gestión ambiental,
5. Prevención de la contaminación
6. Cumplimiento de normativas

5.7. Información del Mercado

A través de la empresa “PymeEcuador”, se le asesorara al emprendedor en todo lo referente al mercado o segmento donde estará dirigido su producto o servicio. Se lo guiara en temas como:

1. La distribución adecuada para el producto o servicio
2. Creación de una Marca
3. Creación del mensaje que desea comunicar
4. Fijación de precios
5. Cuál es su competencia
6. Necesidades del cliente
7. Tamaña del segmento a donde está dirigida la unidad productiva.

Cabe resaltar que la empresa “PymeEcuador” realiza investigaciones de mercado para unidades productivas o Pymes, y así el emprendedor pueda tomar mejores decisiones acorde a sus necesidades y planes de negocio.

Una vez desarrollada la asesoría se reinicia el ciclo sobre la base de las indicaciones de los asesores hasta que el emprendedor considere que tiene un dominio suficiente de su futuro negocio.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Sobre la base de lo expuesto hasta ahora se arribó a las siguientes conclusiones:

6.1. Conclusiones

En el desarrollo de la investigación se logró arribar a las siguientes conclusiones:

1. De los factores que influyen en la toma de decisiones de emprendedores, el factor que mayor impacto tiene en la calidad de la decisión es la información.
2. Una vez concluida la investigación, se encontró como resultado que los emprendedores de la UTE-SD no tienen la información necesaria para iniciar una actividad productiva o constituir una MIPYME.
3. No se evidencian particularidades o rasgos que diferencien radicalmente el proceso de emprendimiento y la búsqueda de información en el territorio de Santo Domingo de los Tsáchilas, de otras realidades territoriales.
4. El emprendedor tiene que buscar asesoría afuera de la universidad y muchas veces no tienen el dinero suficiente para pagar los servicios de una consultoría.
5. Los emprendedores valoran altamente la asesoría legal para poder iniciar una unidad productiva, la investigación hace énfasis en el tema de asesoría legal ya que es el primer paso para poder continuar con el proyecto.
6. Se considera que la utilización del Modelo BIG 6 resulta una herramienta de mucha utilidad para el éxito del emprendimiento como práctica sustentable de desarrollo económico y social.
7. También se recalca el aporte que se dará a la UTE-SD con la propuesta detallada en esta tesis, el sistema de inteligencia suplirá las necesidades que tienen actualmente los emprendedores y les ayudara a tomar mejores decisiones. El sistema de inteligencia contara con todo la ayuda necesaria para que el emprendedor no tenga que salir de la universidad y será un servicio gratuito para ellos.

6.2. Recomendaciones

- Es recomendable que el Centro de gestión del emprendedor se haga realidad porque con la investigación realizada, se determinó la necesidad que existe por los emprendedores, la ejecución de este proyecto será de mucha ayuda para la comunidad universitaria, contribuirá a incentivar el emprendimiento en la UTE-SD.
- Se sugiere también para futuras investigaciones sobre el emprendimiento, utilizar otros métodos de investigación para poder complementar todos los trabajos relacionados al tema.
- Será de gran utilidad que en la UTE Santo Domingo se sigan realizando este tipo de proyectos, ya que se logra involucrar al estudiante en temas de relevancia para la institución y para toda la ciudadanía en general
- Los gobiernos locales deberían promover propuestas de generación de emprendimientos en las que converjan las universidades, estudiantes y comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

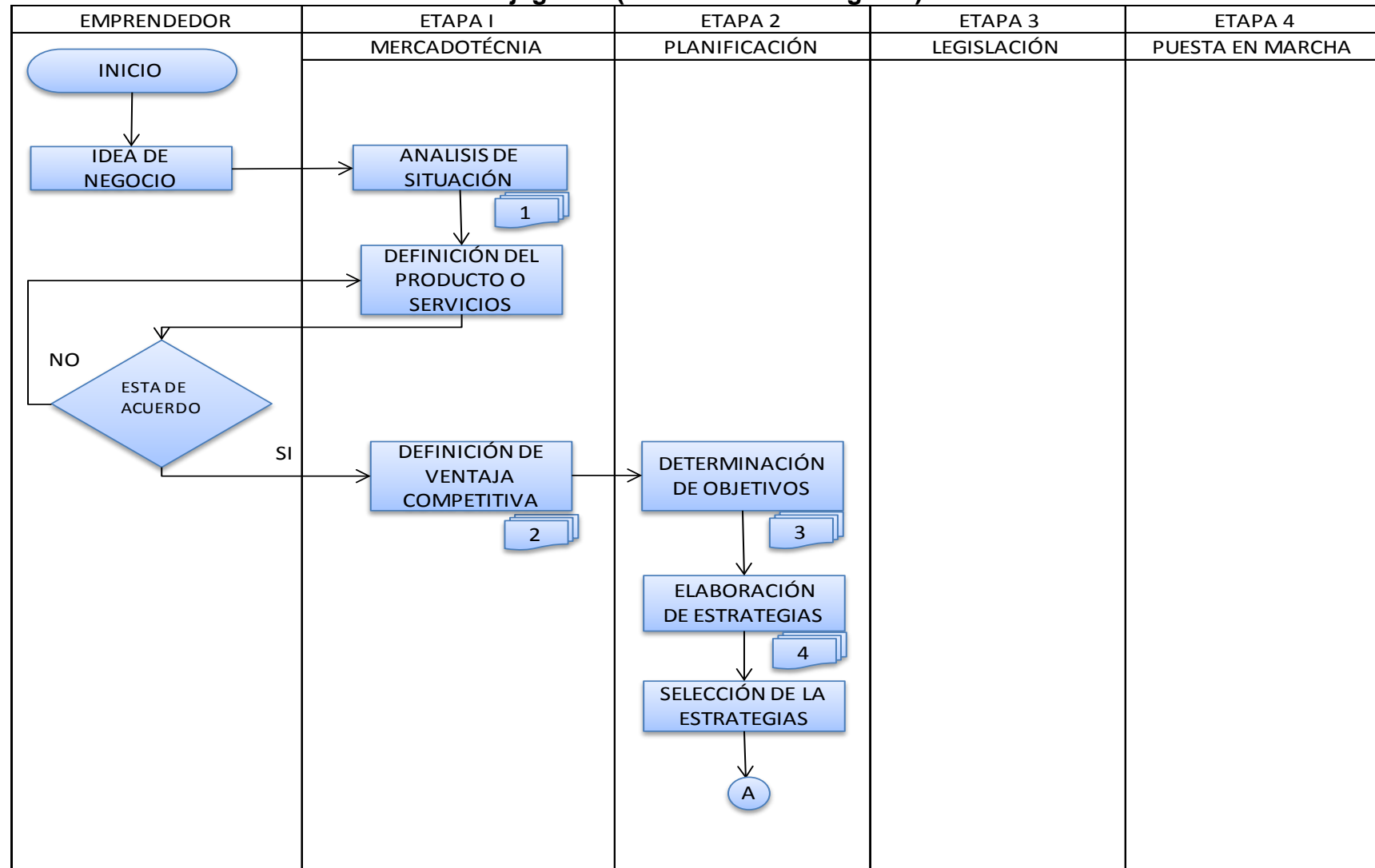
1. Agro, R. e. (20 de Marzo de 2004). Revista el Agro. Recuperado el 09 de Julio de 2013, de <http://www.revistaelagro.com/2012/11/07/santo-domingo-la-provincia-cacaotera/>
2. Asamblea Nacional. (s.f.). Secretaria de Educacion Superior, Ciencia, Tecnologia e Innovacion. Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/>
3. Boyer, D. (09 de Julio de 2012). Investigaciontecno. Obtenido de <http://investigaciontecno.blogspot.com/2012/07/11-concepto-12-componentes-basicos-del.html>
4. Chantillón, R. (1755). Essai sur la nature du commerce en général.
5. Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). Asamblea Nacional. Recuperado el 11 de Julio de 2013, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
6. Date, C. (2001). Introduccion a los sistemas de bases de datos. Pearson Educacion.
7. Editorial Vertice. (2008). Analisis de Mercados. Malaga: Editorial Vertice.
8. Flores, J. G. (26 de Marzo de 1994). Universidad de Murcia. Recuperado el 25 de Febrero de 2013, de <http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/Tec3.pdf>
9. Gualdrón, S. T. (2008). El emprendedor academica y la decisión de crear Spin-Off: Un análisis del caso español. Valencia.
10. Kotler, P. (2002). Direccion de Marketing: Conceptos esenciales. Mexico: Pearson Educacion.
11. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Principios de Marketing. Chicago: Pearson Educacion.
12. Kotler, P., & Lane, K. (2006). Direccion de Marketing (12 ed.). Mexico: Pearson Educación.
13. Marín, E. A. (1953). Sector Agropecuario y desarrollo rural. Bogota: Unibiblos.
14. Ministerio de la Coordinacion de la produccion, Empleo y competitividad. (1 de Julio de 2011). Ministerio de la Coordinacion de la producción, Empleo y competitividad. Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de <http://www.produccion.gob.ec/wp->

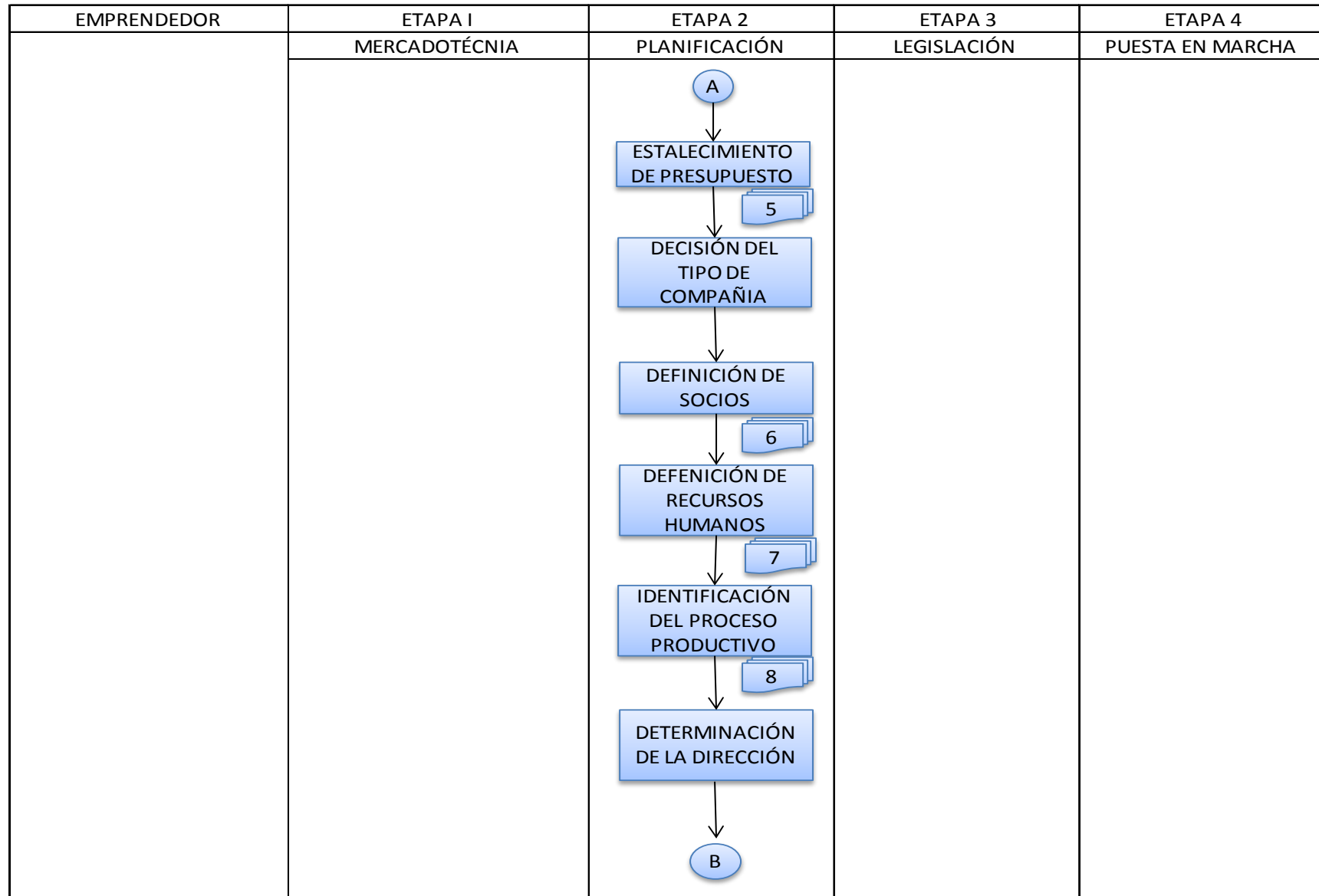
content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-SANTO-DOMINGO.pdf

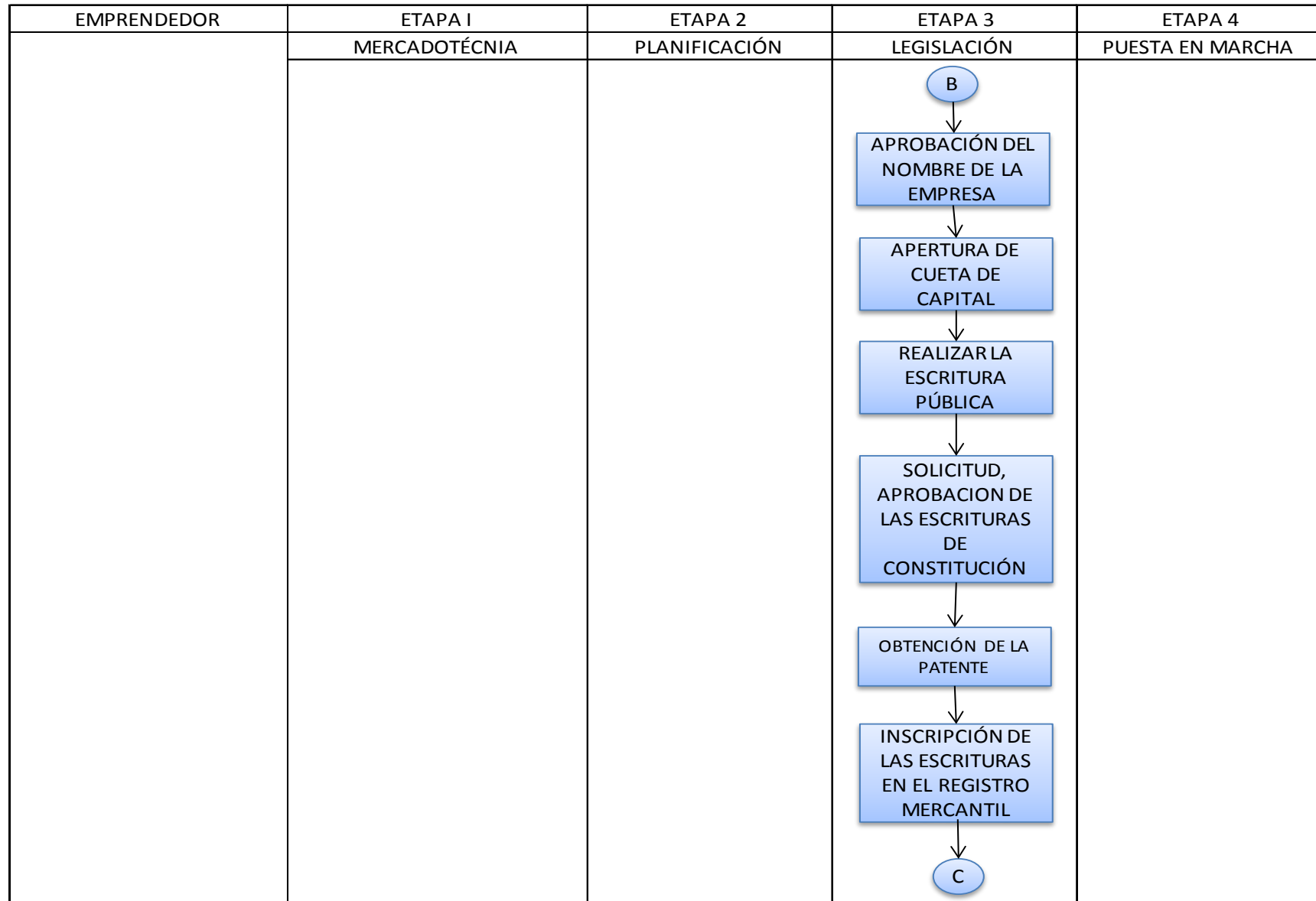
15. Misionero, E. (04 de Julio de 2011). elmisionero.com. Obtenido de http://www.elmisionero.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=867:ecuador-agropecuario&catid=558:opiniones
16. Montenegro, E. N. (29 de Agosto de 2013). Emprende y Prospera. Obtenido de <http://www.emprendeyprospera.com/las-definiciones-de-emprendedor-y-empresario/>
17. Prado, J. J. (29 de Enero de 2010). Economia descomplicada. Obtenido de <http://www.economiadescomplicada.com/2010/01/el-gran-problema-de-la-inversion-en.html>
18. Rouco Yanez, A., & Martinez Teruel, A. (1997). Economia Agraria. Murcia: Servio de Publicaciones, Universidad de Murcia.
19. Senplades. (2009). Secretaría Nacional de Planificacion y Desarrollo. Recuperado el 11 de Julio de 2013, de <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>

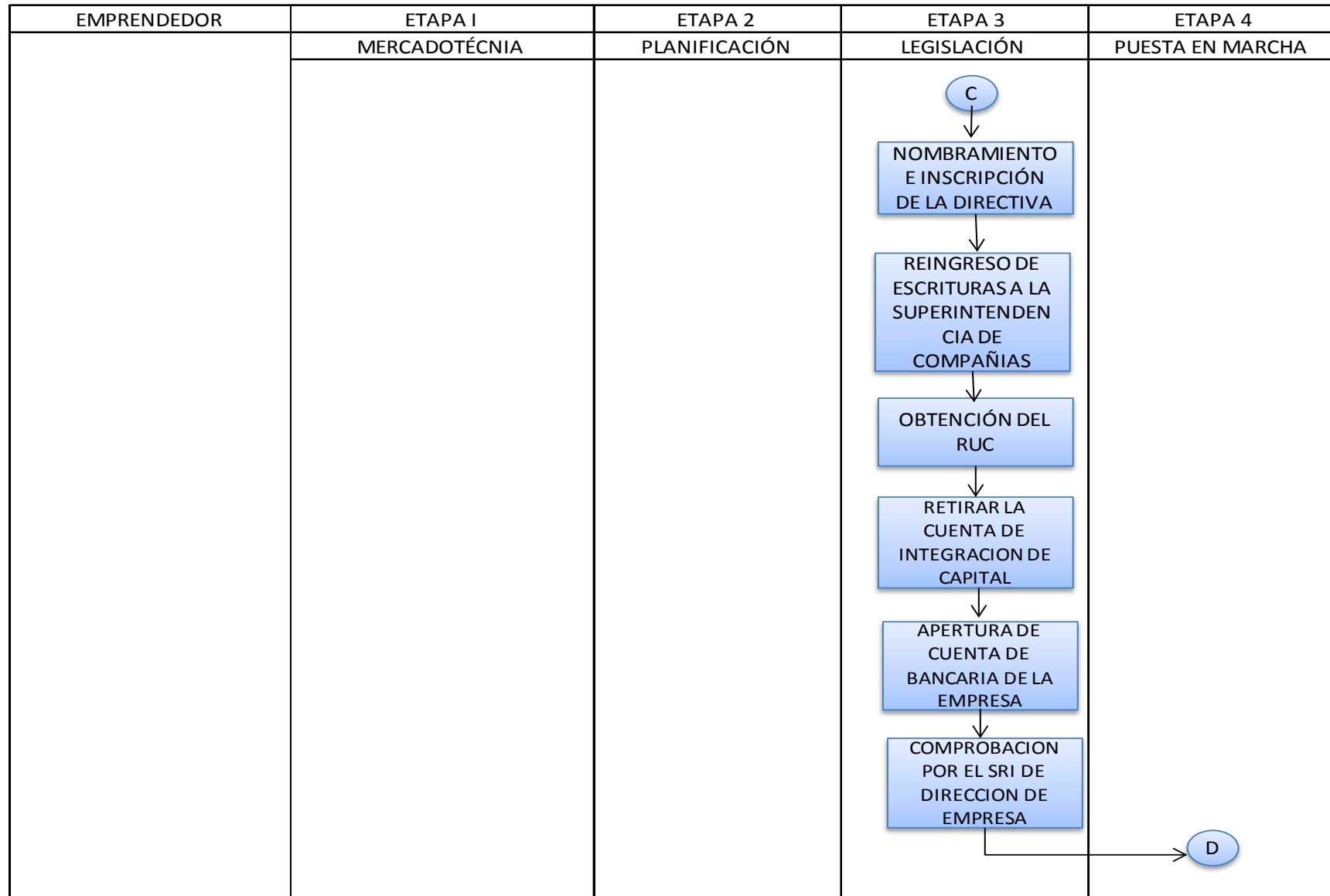
ANNEXES

Anexo N° 1
Flujograma (Creación de un negocio)









EMPREDEDOR	ETAPA I	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
	MERCADOTÉCNIA	PLANIFICACIÓN	LEGISLACIÓN	<p>PUESTA EN MARCHA</p> <pre> graph TD D((D)) --> A[CREACIÓN DEL MANUAL DE CONSTITUCIÓN] A --> B[CONTRATACION DEL PERSONAL] B --> C([FIN]) </pre>
IDENTIFICACION DE LOS DOCUMENTOS				
1	2	3	4	5
EVALUACIÓN DEL ENTORNO ECONÓMICO, POLÍTICO SOCIAL, AMBIENTAL MERCADO Y COMPETENCIA	FUNCIONALIDAD, PRECIO Y CALIDAD, PLAZOS DE ENTREGA	OBJETIVOS CUANTITATIVOS, PREVISIÓN DE VENTAS EN DOLARES Y PRODUCTOPOR ZONAS GEOGRAFICAS Y POR VENDEDORES	CURSOS DE ACCIÓN, ETORNO, IMAGEN, CUALIFICACION PROFESIONAL, MERCADO, RED DE DISTRIBUCIÓN, COMPETENCIA	LOCAL, EQUIPOS DE PRODUCCION, EQUIPAMIENTO DEL LOCAL, ACONDICIONAMIENTO DE OFICINA, COMPRAS PREVIAS, MARKETING
5	6			
PERSONAS JURIDICAS Y FISICAS	ESTRUCTURA PREVISTA, COSTE TOTAL PARA CADA CATEGORIA			
8				
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, FASES Y CARACTERISTICAS DE CADA FASE, GRADO DE MECANIZACIÓN, SELECCIÓN DE LOS EQUIPOS, DISEÑO DE LA PLANTA, CAPACIDAD DE PRODUCCION, DISEÑO DE PLAN DE OPERACIONES, DISEÑO DEL SISTEMA LOGÍSTICO				

Anexo N° 2 Formato de la encuesta aplicada



Universidad Tecnológica Equinoccial “UTE”
Sede Santo Domingo

Objetivo: La presente encuesta tiene el objetivo de determinar el nivel de dificultad que encuentran los emprendedores en la búsqueda de la información para crear un negocio.

Indicaciones: Indicaciones: por favor marque con una “X” su respuesta

Genero del encuestado

- a. Masculino ()
- b. Femenino ()

¿En qué rango de edad se encuentra?

- a. 16 a 20 años ()
- b. 21 a 25 años ()
- c. 26 a 30 años ()
- d. 31 a 40 años ()
- e. 41 en adelante ()

¿En qué carrera estudia?

- a. Empresas y Negocios ()
- b. Marketing ()
- c. Comercio Exterior ()
- d. Finanzas y Auditoria ()
- e. Electromecánica ()
- f. Mecánica Automotriz ()
- g. Agroindustrias ()

1.- ¿De las siguientes opciones, seleccione cuál cree que es el mayor obstáculo en la UTE-SD para obtener información o asesoramiento acerca de una idea de negocio?

- a. No sabe dónde ir ()
- b. No está organizada la información ()
- c. No existe un departamento de asesoramiento al emprendedor ()
- d. Demora en la entrega de información ()

2.- ¿Considera usted que la capacidad de procesamiento puede ser una ventajas competitivas?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. No sé ()

3.- ¿Cómo poder utilizar grandes volúmenes de información?(Seleccione una opción)

- a. Configurando un enorme almacén ()
- b. Seleccionando los más relevantes ()
- c. Seleccionando los más útiles ()
- d. Dando un ordenamiento ()
- e. Transformarlos en respuestas reales que puedan resolver problemas específicos. ()

4.- Se conoce que existe un gran volumen de información y que se requiere de capturar la información, y procesarla; ¿Hasta qué valor estaría usted dispuesto a pagar por que le gestionen y procesen la Información?

(Seleccione una opción)

- a. \$ 5.00 USD ()
- b. \$ 10.00 USD ()
- c. \$ 20.00 USD ()
- d. \$ Depende del volumen del trabajo ()

5- ¿Considera usted que el valor a abonar por el trabajo de gestión, búsqueda y procesamiento de la información dependa del plazo que se le otorga al gestor para hacer el trabajo?

- a. Si ()
- b. No ()

6.- ¿Considera Usted que la UTE cuenta en estos momentos con recursos para financiar e invertir en tecnologías de procesamiento de grandes bases de datos (BD)?

- a. Si ()
- b. No ()

7.- ¿De qué factores considera usted que depende la eficiencia y la eficacia de la toma de decisiones de un emprendedor? (Seleccione una opción)

- a. Identificación de la gran variedad de datos por analizar ()
- b. Velocidad de captación y procesamiento de la información ()
- c. Del tiempo de que dispone ()
- d. De la existencia de un entorno turbulento ()
- e. De que existan altos umbrales de riesgo ()
- f. Otras ()

8.- ¿Qué tiempo invierte usted en una búsqueda de información para un posible negocio?

- a. 1 hora ()
- b. 3 horas ()
- c. 6 horas ()
- d. 12 horas ()
- e. Más ()

9.- ¿Considera usted que existen condiciones específicas en la búsqueda de información para emprendedores que diferencien al territorio de Santo Domingo de otros territorios?

- Sí ()
- No ()

En caso afirmativo, refiera al menos dos particularidades:.....

10.- ¿En qué estado se encuentra la información hoy para los emprendedores? (Seleccione una opción)

- a. Dispersa ()
- b. Ordenada ()
- c. Caóticamente presentada ()
- d. Integrada ()
- e. Concentrada ()
- f. Modelada ()
- g. Desordenada ()

11.- ¿Considera Ud. que tiene facilidad de acceso geográfico, económico y tecnológico a las bases de datos necesarias para el emprendimiento?

- a. Si ()
- b. No ()

12.- ¿Ha aplicado Usted de algún método, herramienta o procedimiento para facilitar la búsqueda de información sobre su posible negocio?

- a. Si ()
- b. No ()

13.- ¿Le gustaría que la UTE-SD cuente con un departamento de asesoría de mercado para los proyectos que desarrollen los emprendedores?

- a. Si ()
- b. No ()

GRACIAS POR SU AYUDA

Anexo N° 3

Guía de entrevista

Se abordaron a los emprendedores realizando las siguientes preguntas:

1. ¿Considera usted que existen diferencias entre los proceso de búsqueda de información para emprendedores entre las tres Sedes de la UTE?
2. ¿Ha aplicado Usted de algún método, herramienta o procedimiento para facilitar la búsqueda de información sobre su posible negocio?
3. ¿Le gustaría que la UTE-SD cuente con un departamento de asesoría de mercado para los proyectos que desarrollen los emprendedores?

Anexo N° 4

Fuentes de actualización de información

Fuentes gubernamentales

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca “MAGAP”
<http://www.magap.gob.ec/>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad
<http://www.produccion.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “INEC”
<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas
<http://www.gptsachila.gob.ec>

Medios de Comunicación

- Diario El Comercio
<http://www.elcomercio.com/>
- Diario El Universo
<http://www.eluniverso.com/>
- Diario La Hora
<http://www.lahora.com.ec/>
- Diario El Telégrafo
<http://www.telegrafo.com.ec/>
- Diario Expreso
<http://www.expreso.ec/>
- Diario Hoy
<http://www.hoy.com.ec/>
- El Ciudadano
<http://www.elciudadano.gob.ec/>
- Diario Centro Santo Domingo
<http://www.eldiario.ec/centro/>
- Fuentes de Empresas o consultoras de asesoría al emprendedor
<http://www.pymecuador.com/>
- PymesPlus
<http://www.pymesplus.ec/>