



DOI 10.23857/fipcaec.v3i6.69

Plan de empresas de producción social una estrategia para el fomento del emprendimiento interactivo

Social production companies plan a strategy for the promotion of interactive entrepreneurship

Empresas de produção social planejam estratégia para promoção do empreendedorismo interativo

Michael Josué Suárez-Espinar ¹

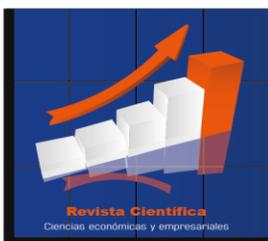
josue201114v@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1423-5081>

Correspondencia: josue201114v@gmail.com

* **Recepción:** 21/ 10/ 2017 * **Aceptación:** 12/12/ 2017 * **Publicación:** 15 /01/ 2018

¹ Red de Investigación Koinonía. Investigador Independiente, Manta, Ecuador



Resumen

Este proyecto de investigación tuvo como propósito: fomentar el emprendimiento interactivo mediante la formación para la creación de Empresas de Producción Social, en el Consejo Comunal San Juan Bosco Sur” del municipio Miranda, dado que en el diagnóstico realizado según Véliz, 2014, se detectó la carencia de programas para fomentar las Empresas de Producción Social. Se sustenta en los aportes teóricos de Gartner (1985), Veciana (1988) El Troudi, H y Monedero, J (2006) Brousse, C. y Bugmann, C, (2005), entre otros, se soporta en una investigación-acción-participativa que se estructura en 6 fases en la primera de las cuales, se describe el diagnóstico, en la segunda se presenta la fundamentación y la metodología, en la tercera se encuentra el plan de intervención, el cronograma de actividades. En la cuarta fase, se sistematizan las acciones de la puesta en práctica durante el desarrollo de la investigación cualitativa, según Taylor y Bodgan (1987). Posteriormente, se realizó un proceso de categorización y triangulación según Rojas (2010). De la observación participante y las entrevistas aplicadas a los informantes claves emergieron tres categorías fundamentales en la fase V, a saber: productores locales, empresas mancomunadas y cooperativas comunitarias. Finalmente, en la fase VI se presentan las reflexiones generales, entre las que destacan que: los miembros del Consejo Comunal referido necesitan formación sustantiva para fortalecer sus potencialidades y disminuir sus debilidades. Entre las recomendaciones que todo este proceso suscitó destaca atreverse a materializar sus ideas en forma de Empresas de Producción Social con Emprendimiento Interactivo.

Palabras Claves: Empresas de producción social; fomento del emprendimiento interactivo; concejo comunal.

Abstract

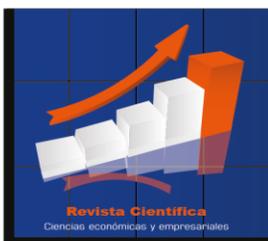
The purpose of this research project was to promote interactive entrepreneurship through training for the creation of Social Production Companies, in the San Juan Bosco Sur Community Council ”of the Miranda municipality, given that in the diagnosis made according to Véliz, 2014, it was detected the lack of programs to promote Social Production Companies. It is based on the

theoretical contributions of Gartner (1985), Veciana (1988) El Troudi, H and Monedero, J (2006) Brousse, C. and Bugmann, C, (2005), among others, is supported by an action research - participatory that is structured in 6 phases in the first of which, the diagnosis is described, in the second one the rationale and the methodology are presented, in the third one there is the intervention plan, the schedule of activities. In the fourth phase, the actions of the implementation are systematized during the development of qualitative research, according to Taylor and Bodgan (1987). Subsequently, a categorization and triangulation process was carried out according to Rojas (2010). From the participant observation and interviews applied to key informants, three fundamental categories emerged in phase V, namely: local producers, joint ventures and community cooperatives. Finally, in phase VI the general reflections are presented, among which the following stand out: the members of the referred Community Council need substantive training to strengthen their potential and reduce their weaknesses. Among the recommendations that this whole process provoked, it is worth mentioning to dare to materialize his ideas in the form of Social Production Companies with Interactive Entrepreneurship.

Keywords: Social production companies; promotion of interactive entrepreneurship; communal council

Resumo

O objetivo deste projeto de pesquisa foi promover o empreendedorismo interativo por meio de treinamentos para a criação de Empresas de Produção Social, no Conselho Comunitário San Juan Bosco Sur ”do município de Miranda, uma vez que no diagnóstico realizado de acordo com Véliz, 2014, foi detectado a falta de programas para promover as empresas de produção social. É baseado nas contribuições teóricas de Gartner (1985), Veciana (1988) El Troudi, H e Monedero, J (2006) Brousse, C. e Bugmann, C, (2005), entre outros, é apoiado por uma pesquisa-ação - participativo estruturado em 6 fases, na primeira delas, o diagnóstico é descrito; na segunda, a justificativa e a metodologia são apresentadas; na terceira, o plano de intervenção e o cronograma de atividades. Na quarta fase, as ações da implementação são sistematizadas durante o desenvolvimento da pesquisa qualitativa, segundo Taylor e Bodgan (1987). Posteriormente, foi realizado um processo de categorização e triangulação de acordo com Rojas (2010). A partir da observação participante e das entrevistas aplicadas aos informantes-chave, emergiram três



categorias fundamentais na fase V, a saber: produtores locais, joint ventures e cooperativas comunitárias. Por fim, na fase VI, são apresentadas as reflexões gerais, dentre as quais se destacam: os membros do referido Conselho da Comunidade precisam de treinamento substancial para fortalecer seu potencial e reduzir suas fraquezas. Entre as recomendações que todo esse processo provocou, vale ressaltar a ousadia de materializar suas idéias na forma de Empresas de Produção Social com Empreendedorismo Interativo.

Palavras-chaves: Empresas de produção social; promoção do empreendedorismo interativo; conselho comunal

Introducción

El mundo tan dinámico de hoy en día está atravesando grandes procesos de cambio y transformación en el orden de lo social, lo económico, y lo cultural. Ese contexto, se ha suscitado en un marco signado por una profunda crisis financiera, en la cual se imbrican diversos modelos de producción social y económica; y ese es el escenario en el que los emprendedores y la capacidad de emprendimiento actual deben estar cada vez más preparados, organizados y sustentados en manejos y procedimientos de control de gestión sistematizados y adecuados en orden de generar calidad y productividad, atendiendo a las necesidades de la producción social, así como a la consideración de las necesidades y potencialidades de determinado sector o localidad.

Ello implica la instrumentación de actividades básicas que se precisa implementar, tal como un proceso de análisis del contexto empresarial que circunda al emprendedor o emprendedora. Dado que, uno de los indicadores de la eficacia de su emprendimiento es la garantía de disminuir a su mínima expresión la posibilidad de ocurrencia de hechos riesgosos, inesperados o casuales que puedan incidir en los procesos de organización, planificación del proyecto empresarial de que se trate.

Esta actitud previsiva se debe al hecho que la planificación de estrategias de formación para el emprendimiento de empresas de producción social comporta en sí misma la necesidad de

trasvasar los límites de la intuición porque se considera que se debe actuar con firmeza en pos de lograr la perdurabilidad, estabilidad y sostenibilidad de una empresa dada que conlleve hacia el fomento del emprendimiento.

Desde ese contexto, se considera que, en la era de la denominada globalización, en la cual todo se interconecta y digitaliza y ejerce influencias multidireccionales, en la República Bolivariana de Venezuela también se ha suscitado un proceso de transformación de modelo de país, el cual se dilucida en los documentos rectores que rigen los destinos de la nación suramericana.

En ese sentido, también Venezuela se ha visto sometida a una crisis financiera profunda, la cual exige de sí, que el talento humano formado se haga de esfuerzos intelectuales que impliquen procesos de emprendimiento interactivo tendentes a minimizar el impacto económico que comportan los propios procesos de creatividad e innovación en tiempos de crisis.

Por tanto, y a la luz de estas consideraciones, se propone la realización de un plan de formación sobre las empresas de producción social como estrategia para el fomento de la experimentación de emprendimiento en formato interactivo, asumido como aquellas iniciativas empresariales en formato digital, apoyados en la más media, en orden de disminuir los riesgos y costos que implicaría el proceso de emprendimiento en el mundo real de hoy en día.

El proceso para el logro del establecimiento de un Plan de formación para generar ideas creativas que incentiven las iniciativas de emprendimiento y el hecho de que se conciba desde el mundo virtual le aporta un valor agregado, en el sentido de que, cuando un empresario se plantea un proyecto nuevo, generalmente se prevé que se requiere local inmobiliario, mobiliario, recurso humano, recursos económicos y financieros, entre otros aspectos jurídicos y administrativos que son menester a la hora de impulsar el establecimiento de empresas de producción social; sin embargo este plan de formación sobre las empresas de producción social para el emprendimiento basado en soporte virtual hace que las condiciones requeridas sean las que atañen al mundo de la más media.



Materiales y Métodos

Reflexiones sobre la Empresa de Producción Social (EPS).

Para autores como El Troudi, H y Monedero, J (2006) no hay claridad en torno a la concepción de empresa de Producción Social (EPS), aunque la misma es una estrategia del Estado que apunta hacia el Socialismo del siglo XXI pero se ancla en el modelo del capitalismo, que no puede verse como un todo acabado sino como un todo en constante movimiento desde el punto de vista de su definición y concepción; sin embargo, el presidente Chávez en el Aló Presidente del día 27 de noviembre de 2007 apuntaba lo que sigue a continuación:

«Empresas de Producción Social: son aquellas entidades económicas dedicadas a la producción de bienes o servicios, en las cuales el trabajo tiene significado propio, no alienado, auténtico; en las cuales no existe discriminación social en el trabajo y de ningún tipo de trabajo, no existen privilegios en el trabajo asociados a la posición jerárquica. Aquellas entidades económicas con igualdad sustantiva entre sus integrantes, basada en una planificación participativa y protagónica, y bajo régimen de propiedad estatal, propiedad colectiva o la combinación de ambas»

En esta cita se vislumbra que la concepción de las EPS se asume como instancias económicas de producción de bienes y servicios en forma mancomunada con organización horizontalizada, sustentada en la organización comunitaria, cuya propiedad es asumida en forma mixta entre el estado y una localidad dada. A decir de El Troudi, H y Monedero, J (OP cit) En esta definición se establecen los elementos esenciales del nuevo modelo productivo que se quiere poner en marcha. En ella están recogidos los aspectos que pertenecen a la tradición socialista: la igualdad, la superación de la alienación que produce el trabajo asalariado, el final de la separación entre trabajo manual y trabajo intelectual y la participación de los trabajadores en la gestión, la propiedad y en el reparto del excedente de la empresa.

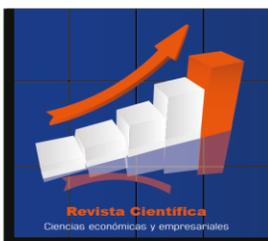
Las EPS son empresas que ayudan a dejar atrás el capitalismo. No pueden ser, por tanto, empresas que consolidan un sistema que se quiere superar. El horizonte de su actividad tiene, por tanto, que estar claro, aunque las formas en las que se verifique esa superación del capitalismo varíen.

Cada EPS, orientada por tal superación, definirá en qué punto del camino al socialismo se sitúa. Por eso, no basta simplemente con nominarse como EPS. El principal rasgo de las EPS al caminar, por definición, rumbo al socialismo, es que tienen que trascender de algún modo el modelo capitalista. Si una empresa (del tipo que sea, incluida una cooperativa) no tiene voluntad de avanzar hacia formas socialistas, no puede considerarse una EPS.

Los excedentes de las EPS tienen que revertir en la sociedad en diferentes formas. Por ejemplo, desmercantilizando ámbitos que por su importancia deben quedar fuera de la lógica de la oferta y la demanda (si se oferta algo sin ánimo de lucro, la comunidad no necesita ir a comprarlo al mercado). De la misma manera, puede cubrir esos espacios que, por no resultar rentables, quedan fuera del circuito económico. Cualquier uso de los excedentes que rompa el circuito «Dinero - Mercancía – Dinero incrementado» sirve para superar el capitalismo y, por tanto, está dentro del concepto de EPS.

A juicio de estos autores, los excedentes deben destinarse a la constitución de diversos fondos. Como ocurre en toda empresa, una parte debe ir a la reinversión y mejoramiento constante de la empresa. Otro, más específico, debe dirigirse a la implementación de planes sociales bajo la rectoría participativa de las comunidades. Como veremos, existen diversos tipos de EPS. Según sea el caso, esta norma podrá aplicarse de acuerdo a determinadas variantes y adaptaciones.

Por su parte, para Silva, Y (S/f) Las Empresas de Producción Social (EPS): Son entidades integrales, ellas pueden ser empresas de carácter mercantil, civil o cooperativas pero con la misión de establecer nuevas formas de producción social y eficientes con una distribución de sus excedentes o beneficios en base a principios de justicia, equidad y reciprocidad hacia toda la comunidad que participa y el uso de técnicas y tecnología; y tienen como objetivo fundamental generar bienes y servicios que satisfagan las necesidades básicas y esenciales de las comunidades y su entorno (alimentación, vestimenta, vivienda, educación y salud) a través del trabajo digno de hombres y mujeres



Las EPS deben poseer las siguientes finalidades; constituyéndose estas en la célula fundamental del nuevo modelo social y económico de la nación:

- Fortalecer la economía popular y alternativa como medio para optimizar la distribución del ingreso y la riqueza e incrementar la calidad de vida del pueblo bajo principios de justicia y equidad.
- Producir bienes y servicios que satisfagan necesidades básicas y esenciales, mediante la participación comunitaria.
- Generar beneficios colectivos, mediante mecanismos de propiedad comunitaria, gestionados y controlados democráticamente.

En esta misma dirección saltan a la vista entonces los principales rasgos característicos de este tipo de empresas de producción social; los cuales son los siguientes, a saber:

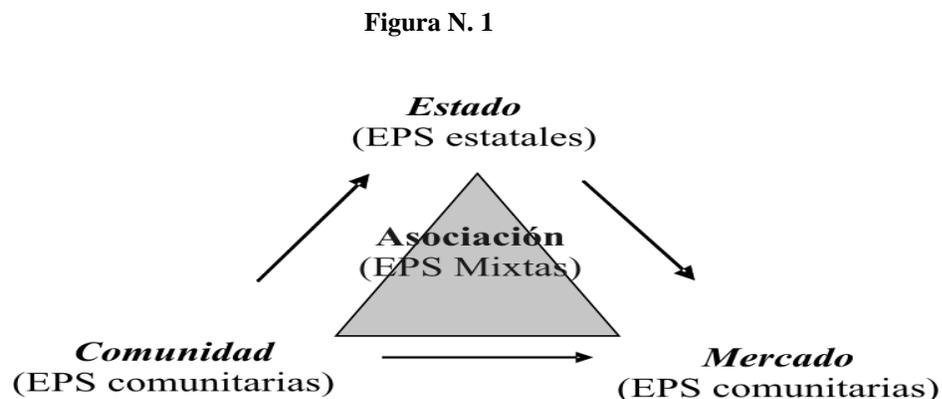
- La Propiedad es Colectiva, ya que el control de los medios de producción no es ni privado ni estatal; son de la comunidad o del colectivo de los trabajadores.
- Su Objetivo es generar puestos de trabajo estables,
- La producción está fundamentada en la solidaridad, la cooperación, la complementariedad, reciprocidad y sustentabilidad de sus miembros, construyendo así las nuevas relaciones sociales de producción.
- El trabajador tiene un compromiso social y procura su desarrollo integral,
- La producción se destina a satisfacer las necesidades básicas y esenciales de la colectividad,
- Desarrollan las cadenas productivas, incorporando valor agregado nacional (REDES PRODUCTIVAS),
- Reinvierten sus excedentes en la producción social, su finalidad no es la generación de lucro,
- Mantienen precios de ventas solidarios en sus productos y servicios,
- Impulsan la desconcentración territorial,
- Operan en forma armónica con el medio ambiente, Silva, Y (Op cit)

Tipos de EPS

En cuanto a su tipología de la EPS, la misma puede variar de acuerdo con al menos tres aspectos diferenciados: Las E.P.S. adquieren una tipología determinada según el objeto, su tamaño y la naturaleza del capital:

- **Según su objeto:** EPS de Producción; EPS de Servicio y EPS de Comercialización.
- **Según su tamaño:** Unidades de producción comunitaria, Unidades de servicio comunitarios o Unidades de Comercialización comunitario.
- **Según la naturaleza del Capital:** EPS de Capital Estatal, EPS de Capital Privado, EPS de Capital Mixto y EPS de Capital Comunitario.

Tipos de Empresas de Producción Social según la naturaleza de su capital:



Tipos de EPS según la naturaleza de su capital. Fuente Silva, Y (S/f) Disponible en <http://www.monografias.com>

Características de las Empresas de Producción Social

Las características de la economía social y popular están basadas en un elemento participativo que, al asentarse sobre la igualdad de los que participan en el trabajo, traslada la democracia al terreno económico. Sus rasgos principales, cumplidos de manera desigual según las condiciones, tiempos, lugares, historia, etc., serían las siguientes:

- El trabajo es asociado y no meramente asalariado (autogestión).



Plan de empresas de producción social una estrategia para el fomento del emprendimiento interactivo

- La propiedad de los medios de producción es colectiva -salvo los recursos estratégicos que son administrados por el Estado- y está ligada al puesto de trabajo (con el cese de la actividad, se cesa la pertenencia a la empresa, si bien se tienen los plenos derechos laborales adquiridos).
- El reparto de excedente es decidido entre sus miembros, puede ser igualitario o en todo caso, puede el colectivo decidir dar más a tal o cual (Cooperativismo, cogestión).
- Promueve formas de apoyo solidario entre los miembros, el entorno comunitario y de otras comunidades.
- Sustituye el interés particular por el social o bien «sustituir la irracionalidad individualista del capital por la racionalidad social» como lo plantea Michael Lebowitz.
- Sustituye los principios mercantiles de representación de la voluntad societaria por democracia directa y participativa.
- Garantiza la autonomía de gestión.
- Los procesos de decisión son democráticos.
- Primacía de las personas y del trabajo sobre el capital en el reparto de los beneficios.
- Promueve un desarrollo fundado en la localidad como totalidad, como expresión y punto de partida de la totalidad
- Actividades económicas ejercidas por sociedades, principalmente cooperativas, mutualidades y asociaciones.
- Tiene una concepción integral del ser humano, y lo entiende en una necesaria relación armónica con los demás seres humanos y con su entorno.

Figura N. 2 Modelo del Proceso de emprendimiento según Cale, E (2.008)



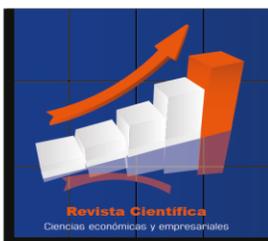
Fuente: Edward G. Cale, Babson College. Elaboración: Propia (2017)

En la relación entre los elementos que conforman el diseño del proceso de emprendimiento según Cale, E. (2009) se observa la interconexión de los mismos y da cuenta de la relevancia que implica el considerar cada uno sus componentes a la hora de generar emprendimiento empresarial. El emprendimiento no sólo se manifiesta en la actividad empresarial, sino también en diversas actividades humanas en el que el común denominador es la búsqueda y realización de un proyecto en particular, donde la principal variable está dada por la persistencia y pasión de quien desarrolla el emprendimiento. Uno de los mayores beneficios del surgimiento de nuevas empresas en escenarios competitivos es la necesidad inherente de hacer las cosas en forma diferente e innovar, con el objetivo de diferenciar productos y servicios y, en conclusión, competir en mejor forma.

La mayor flexibilidad y agilidad de los emprendedores (as) en la toma de decisiones permite que el proceso de asegurar la vida del negocio sea más eficiente, innovando y tomado riesgos calculados. El emprendimiento aparece como el instrumento adecuado para la apertura de nuevos mercados, diversificando productos y servicios, segmentos e industrias.

Más allá del evidente efecto sobre la generación de empleos de nuevos emprendimientos, la variable más importante dice relación con la concentración de riqueza y cómo el emprendimiento ayuda a la generación de la misma (El Diario, Management del Emprendedor, 2002).

Seguidamente se toman 8 formas de hacer una web interactiva, según Albanova.com



Este sitio web es un lugar que muestra imágenes y textos para que el visitante los pueda ver, lo que, a priori, le convierte en un elemento pasivo. Pero si nos quedamos ahí estamos desaprovechando todas las posibilidades que ofrece Internet.

El gran objetivo de cualquier sitio web es interesar al visitante y hacerle participar para que se sienta miembro de la Comunidad Virtual generada alrededor de esa web y el tema que trata, para de esa forma fidelizarlo. Y eso es algo que sólo se consigue cuando logramos que el internauta interactúe con la web.

Por lo tanto, se presentan 8 maneras de conseguir que los visitantes interactúen con administradores de estas herramientas participando en aquellas actividades que se proponen en esta web.

- Proponer una encuesta respecto a algún tema interesante y polémico referido al tema de que trata la web. Anunciar la puesta en marcha de la encuesta por todos los medios al alcance (en la web, en tu Boletín, en un Foro propio, por e-mail a los visitantes que se tengan registrados, etc.).
- Mantener la encuesta activa durante varias semanas (4 es un número razonable), y se va ofreciendo en la web los resultados parciales y acumulativos cada semana. A la conclusión, se elabora un informe que se pondrá en la web y se enviará a todos cuantos han participado en la encuesta.
- Plantear una especie de juego de adivinanzas (siempre relacionado con el tema) y ofrece un conjunto de respuestas del tipo verdadero / falso. Establecer un pequeño premio para los que acierten todas las preguntas (puede ser la descarga de un libro, un curso, un salvapantallas, etc.), pero hay que recordar que lo importante no es el premio sino la participación. No olvides que en este caso, se debe ofrecer los resultados de forma inmediata, y dar las respuestas correctas a los que fallaron.

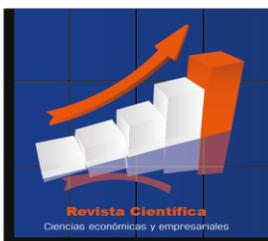
- Invitar a los visitantes a participar en tu Foro de Discusión, que deberá estar ubicado en la web.
- Sugerir a los visitantes que te remitan contenidos elaborados por ellos para ser incluidos en la web (pueden ser desde experiencias personales hasta artículos, pasando por poemas, chistes, etc.).
- Incorporar un curso para que pueda seguirse on-line, y establecer un calendario para que los alumnos puedan tener tutoriales a través de un chat.
- Permitir a tus visitantes formular consultas relacionadas con el tema de forma gratuita a través de un formulario incluido en la web. Tanto las preguntas como sus correspondientes respuestas se deberán insertarse en la web para que puedan ser leídas libremente por los visitantes.
- Incorporar un libro de visitas para que los visitantes puedan dejar sus opiniones y sugerencias respecto a lo que piensan del sitio web.
- Añade un elemento "vivo" de comunicación en la web. Por ejemplo, un chat personalizado desde donde los visitantes pueden hacerte consultas en tiempo real.

En definitiva, ya sean estas u otras las iniciativas que se adopten, se debe recordar que la web es un elemento impersonal al que hay que dotar de vida, de calor humano, y que la única forma de conseguirlo es relacionándose con los visitantes de la forma más directa que se pueda. El secreto tiene un nombre, y éste es la: "comunicación bidireccional".

Información disponible en Albanova.com www.albanova.com El Portal de los Negocios en Internet

Instrumentos para la recolección de información

Los instrumentos a utilizar en esta investigación son empleados como apoyo a las técnicas de recolección de información, es por ello, que se utilizará un cuaderno de notas que según Finol y Camacho (2006) es: "un documento similar al diario. En él se registran la información de los



hechos, eventos o acontecimientos en propio terreno; ayudarán a realizar la situación al momento de recoger el material”. Además, del cuaderno de notas, en este proyecto se utilizará la cámara fotográfica para registrar lo observado, de igual modo, dejar constancia de lo vivido, de igual modo, se empleará un guión de entrevista, una grabadora para registrar las entrevistas y una computadora portátil como apoyo para todo lo realizado.

Técnica(s) para el análisis de la información

Las técnicas para el análisis de la información según Hurtado (2010), “Se ocupan de relacionar, interpretar y buscar significado a la información expresada en códigos verbales e icónicos”. En ese sentido, para el análisis de la información se utilizará el análisis cualitativo de contenido con el objeto de reducir el material empírico obtenido. Dicho análisis es definido por Flick (2004:206)

“El análisis de contenido es uno de los procedimientos clásicos para analizar el material textual, con independencia de la procedencia de éste, que va desde productos de medios de comunicación a datos de entrevista. Uno de sus rasgos esenciales es el uso de las categorías, que se deriva a menudo de modelos teóricos: las categorías se llevan al material empírico y no se desarrollan necesariamente a partir de él, aunque se evalúan rápidamente frente a él y se modifican si es necesario”.

Desde luego, que la investigación cualitativa comprende varias fases, de ahí, que el análisis de la información es continua y permanente, por lo que es necesario desarrollar un proceso por medio del cual se busca reducir la información de la investigación con el fin de expresarla y describirla de manera conceptual, de tal manera que respondan a una estructura sistemática, inteligible para otras personas, y por lo tanto significativa, es la técnica que se conoce como categorización. Dentro de ese contexto, se define la categorización según Bonilla y Rodríguez (2005) que dice: “es un proceso cognitivo complejo de clasificación según la similitud y diferencias encontradas, con base a criterios previamente establecidos.

En concordancia a lo antes mencionado, la categorización permitirá que se pueda analizar los diferentes problemas del consejo comunal San Juan Bosco en unidades de estudio, las cuales

serán analizadas mediante la triangulación, técnica que según Rojas (2010:166) expresa: “consiste en contrastar datos provenientes de diversas fuentes, técnicas, métodos, investigadores e interpretarlos desde distintos enfoques teóricos”. Es decir, un fraccionamiento de la información en subconjuntos y asignación de nombres”.

Plan de Acción

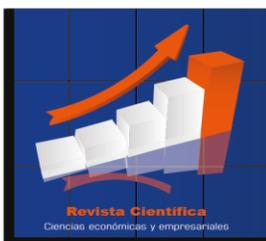
Plan de Empresas de Producción Social una estrategia para el fomento del Emprendimiento Interactivo dirigido al Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.

Propósito General

Fomentar el emprendimiento interactivo empleando como estrategia un plan de formación sobre Empresas de Producción Social en el Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.

Propósitos Específicos

- Evaluar el estado actual del conocimiento sobre emprendimiento interactivo y empresas de producción social que poseen los miembros del Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.
- Describir las necesidades que tienen los miembros del Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón sobre las EPS y el emprendimiento interactivo.
- Proporcionar formación para el fomento del emprendimiento interactivo mediante el conocimiento sobre las empresas de producción social a los miembros del Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.
- Develar las experiencias de emprendimiento interactivo mediante proyectos del EPS en los miembros del Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.



Justificación de la Intervención

El país en la actualidad con su nuevo modelo, delinea la construcción del nuevo Sistema económico, el cual basa su economía en la propiedad social sobre los medios de producción, con miras a satisfacer las necesidades materiales y culturales del pueblo, gestándose las Empresas de Producción Social (EPS) como el motor de desarrollo económico, que son creadas con los objetivos de satisfacer a las necesidades del colectivo, por consiguiente, estas empresas de producción social representan una estrategia a la economía de la comunidades organizadas(consejos comunales, comunas, otros).

Siguiendo a perspectiva del país, la presente investigación se justifica al estar adaptada a las exigencias actuales de la economía nacional, siendo vinculante directamente a el consejo comunal San Juan Bosco Sur, por lo que la promoción de un plan de empresas de producción social , como estrategia para el desarrollo de la economía comunal puede generar una forma efectiva emergente de asociación para la satisfacción de necesidades colectivas de los habitantes del sector San Juan Bosco, mediante el emprendimiento interactivo dirigido, lo que permite dar apertura al emprendimiento comunitario, nuevas relaciones productivas, democratizar la propiedad de los medios, los recursos de la comunidad para ganancias y beneficios del colectivo.

Cabe resaltar, que esta investigación será de utilidad para los habitantes del consejo comunal San Juan Bosco y de provecho para los investigadores, además, los involucrados podrán emitir sus opiniones y acciones, bajo esos argumentos, se justifica la presente investigación acción participativa, desde los siguientes aspectos: en lo académico: se enmarca dentro de los lineamientos del programa de desarrollo empresarial de la UNEFM, donde los investigadores podrán adquirir experiencia mediante acciones de la modalidad de proyecto comunitario. En cuanto a lo teórico: se busca generar un importante aporte mediante las evidencias que den soporte al proceso de acción desarrollado en la comunidad; las cuales podrán servir de experiencias previas para otros proyectos o investigaciones que pretenda desarrollar temas vinculados a la conformación de las Empresas de Producción Social para el fomento del Emprendimiento Interactivo.

De igual modo, desde la dimensión práctico social: el desarrollo de la presente investigación acción participante viene a dar respuesta a una necesidad real que afecta a la comunidad del sector San Juan Bosco, minimizando las posibilidades de desarrollo de la misma, desde luego, que con el plan de acción propuesto, esta colectividad puede construir su propio sistema económico comunal.

Metas

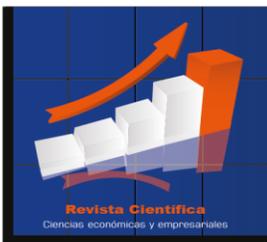
- Fomentar la formación de una empresa de producción social para el emprendimiento interactivo en el consejo comunal San Juan Bosco Sur
- Aportar al desarrollo de la economía comunal del sector San Juan Bosco, mediante la promoción de una EPSEI en esa comunidad, durante 5 meses.
- Capacitar a los habitantes del Consejo comunal San Juan Bosco Sur a través de 4 formaciones de 6 horas cada uno en tres sesiones, de cómo emprender una empresa de producción social para el emprendimiento interactivo para la comunidad.
- Conformar un colectivo de productores y productoras para constituir una EPSEI en el consejo comunal San Juan Bosco Sur.

Beneficiarios

Los beneficiarios son los habitantes del Sector San Juan Bosco específicamente en el Consejo Comunal “San Juan Bosco Sur” y aquellos vecinos de esa comunidad que se integren a la empresa de propiedad social comunitaria de bienes y servicios, bien sea en condición de productor/productora, o simplemente como asociados o miembros de la unidad socio productiva.

Plan de intervención y Cronograma de Actividades (Acción-Participación).

A continuación se presenta el Plan de Intervención con sus respectivos propósitos y el Cronograma de Actividades (Ver Cuadro N° 01 y Cuadro N° 02):



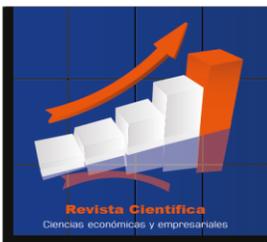
Cuadro N° 1. Plan de Intervención (Acción-Participación)

Propósito General: Fomentar el emprendimiento interactivo empleando como estrategia un plan de formación sobre Empresas de Producción Social en el Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.				
Propósitos Específicos	Actividades	Recursos	Tiempo	Producto Esperado
Evaluar el estado actual del conocimiento sobre emprendimiento interactivo y empresas de producción social que poseen los miembros de la comunidad y del Consejo Comunal Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.	- Jornada de sensibilización sobre los propósitos del proyecto con los voceros comunales	Hojas, lápices, telefonía celular.	04 horas	Obtener datos para el levantamiento del diagnóstico del problema en el Consejo Comunal San Juan Bosco.
	- Actualización del censo realizado en 2009 - Asistencia a la asamblea general de ciudadanos	Fotocopias y bolígrafos Papel bond Marcadores	01 semana	Obtención de datos actualizados sobre el censo de los habitantes del CC San Juan Bosco
Describir las necesidades poseen los miembros de la comunidad y del Consejo Comunal Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón	- Asistencia a reunión del Comité de Educación - Aplicar la matriz FODA	Libreta, lápices Papel bond Marcadores	02 horas 01 semana	Levantamiento de información para la elaboración del diagnóstico
	- Planificación de los talleres a dictar - Diseño de actividades de formación en los talleres	Laptop Router Wifi	04 horas	Plan de formación

Cuadro N° 2

Propósito General: Fomentar el emprendimiento interactivo empleando como estrategia un plan de formación sobre Empresas de Producción Social en el Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.				
Propósitos Específicos	Actividades	Recursos	Tiempo	Producto Esperado
Proporcionar formación sobre emprendimiento interactivo y empresas de producción social a los miembros de la comunidad y del Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de instrumentos - Realización de los talleres de formación 	Cuadernillo Guión de observación Laptop Video Beam Refrigerios	09 horas en 03 sesiones de 02 horas cada una.	Personas formadas y con inquietudes e ideas de emprendimiento, tales como: servicios de elaboración, diseño y mantenimiento de páginas web, colocación de videos para fomentar producción agrícola, elaboración de productos agrarios naturales, entre otros.
	<ul style="list-style-type: none"> - Taller sobre instancias de financiación - Taller sobre emprendimiento interactivo 	Registros Papel bond Cuadernos Lápices Laptop Videobeam Refrigerios	09 horas en 03 sesiones de 02 horas cada una.	Habitantes actualizados en temas de emprendimiento interactivo y empresas de producción social.
Emprender empresas de producción social en formato interactivo en el seno de del Consejo Comunal San Juan Bosco, parroquia San Gabriel, municipio Miranda en el estado Falcón.	<ul style="list-style-type: none"> - Taller sobre empresas de producción social - Taller de EPS en formato interactivo 	Registros Papel bond Cuadernos Lápices Laptop Videobeam Refrigerios	09 horas en 03 sesiones de 02 horas cada una.	Habitantes actualizados en temas de emprendimiento interactivo y empresas de producción social.
	<ul style="list-style-type: none"> - Mesas de trabajo - Conformación de una red de EPSEI en cooperativas - Diseñar la planificación de una EPSEI y socializarla ante la colectividad como ejemplo de idea de emprendimiento en formato digital 	Registros Cuadernos Papel bond Marcadores Laptop video beam Tablets Teléfonos	01 semana 04 horas 04 horas	Normativa para la aplicación de EPSEI Aprobación y Registro de red de emprendedores Ideas de empresas en formato digital. Divulgación de la red en formato virtual

Fuente: Planificación de la Intervención. Elaboración propia 2017



Cuadro N°. 03 Cronograma de Actividades

Actividades	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Censo socioeconómico (casa por casa)					
Convocatoria a la asamblea de ciudadanos y ciudadanas del sector San Juan Bosco.					
Planificación de talleres.					
Asamblea de ciudadanos y ciudadanas del Sector San Juan Bosco y aplicar la técnica de la matriz FODA a los asistentes.					
Socialización con la comunidad del consejo comunal San Juan Bosco Sur.					
Taller: Emprendimiento Interactivo.					
Taller: Entes de financiamiento para la EPSEI.					
Taller: Formulación de proyectos socio productivos					
Taller: empresas de propiedad social					
Mesas de trabajo, conformación de los productores, aprobación de la EPSEI					

Fuente: Planificación de la intervención. Elaboración propia, 2017.

Recursos a utilizar

Recursos Materiales y Físicos y Recursos Humanos a utilizar. Ver siguientes cuadros los recursos y materiales físicos y recursos humanos a utilizar (Ver Cuadro N° 7, Cuadro N° 8)

Cuadro N° 4 Recursos Materiales y Físicos

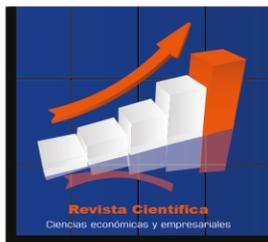
Descripción	Cantidad	Precio Unitario Bfs.	Monto total Bfs.
Resma de papel	2	4000	8000
Recarga de cartucho	4	2.500	10000
Bolígrafos	50	300	15000
Papel bond	25	500	12500
Cartulinas	25	250	6250
Total			53.750

Fuente: Librería Universal, S.A. Elaboración propia, 2017.

Cuadro N° 5 Recursos Humanos Necesarios para emprender esta programación

Descripción	Cantidad	Horas/hombre	Total h/h	Procedencia
Investigadores	02	110	110	UNEFM (estudiantes del Programa de DE)
Tutora	01	60	60	Docente UNEFM
Facilitadores	03	9	27	Docentes UNEFM
Colaboradores del CC SJB	05	27	27	Miembros del CC SJB
Habitantes del sector	10	10	10	Miembro de la comunidad

Fuente: Planificación de la Intervención. Elaboración propia, 2017.



Servicios necesarios para emprender las actividades programadas y su respectivo presupuesto. Ver siguientes cuadros los servicios necesarios y el presupuesto de financiamiento para emprender la programación de intervención (Ver Cuadros N° 9 y Cuadro N° 10)

Cuadro N° 6 Servicios necesarios para emprender esta programación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario Bfs.	Monto total Bfs.
Transporte	12 horas	780	780
Alquiler de equipos de wifi	12 horas	1500	1500
Alquiler de equipos de computación	12 horas	1500	1500
Centro de Reproducción de materiales	200 copias	500	500
Refrigerios	200	100	100
Total General			4.380

Fuente: Edgar Grafics. Elaboración propia, 2016.

Cuadro N° 7 Presupuesto de financiamiento de la Programación

Rubro	Monto en Bfs	Procedencia
Recursos materiales	25000	Autogestión del equipo investigador
Materiales y suministros	25000	Autogestión del equipo investigador
Servicios varios	15000	Autogestión del equipo investigador
Equipos	150000	Autogestión del equipo investigador

Fuente: Proveedores de servicios varios. Elaboración propia, 2017

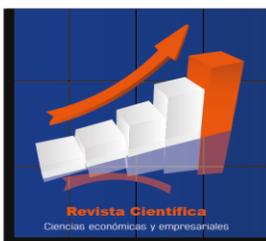
Reflexiones Finales

Las experiencias vividas en el seno de este consejo permitieron la posibilidad de conocer a otras personas con otras realidades contextuales, personas que trabajan y luchan desde su hacer cotidiano en pos del logro del beneficio propio y el de sus congéneres; eso ha causado un impacto positivo en los investigadores al ver a las personas con empuje, con espíritu de lucha que no se conforman con esperar que todo provenga exclusivamente del Estado. Esta experiencia posibilitó la interacción con personas de diversas edades y condición social con quienes establecimos relaciones de camaradería, de mutuo respeto y cordialidad.

Ello implica un sentimiento de satisfacción por la labor cumplida y una desazón por aquellas metas que no lograron su cristalización en toda la extensión de la palabra, lo cual implica el establecimiento de nuevos retos, metas y compromisos que cumplir. Los miembros de los consejos comunales necesitan formación, necesitan atención de sus potencialidades y requerimientos, necesitan el impulso para comenzar a consolidar una economía más justa y solidaria con el ambiente y con los conciudadanos.

Referencias

1. Acosta y Rosendo (2007). Instrumentos de la planificación estratégica, árbol de objetivos y marco lógico. Consultado el 19 de Mayo del 2015. Disponible en: www.slideshare.net/duberlisg/instrumentosdelaplanificacionestrategica
2. Alfonzo, N (2016) Regularización de las Empresas de Producción Social en el marco del ordenamiento jurídico. Verba Iuris 29 • pp. 63-77 • Enero - junio 2013 • Bogotá D.C. Colombia • ISSN: 0121-3474
3. Ander-Egg (2002) Investigación Comunitaria, Editorial Panamo, Caracas.
4. Angel Club UY (en línea). Recuperado el 17 febrero de: <http://www.angelclub.uy>
5. Aranda, L y Morgado, C. (2012) Estrategia de Mercado para Impulsar el Turismo Deportivo enfocado al Fútbol, Caso: Deportivo Petare Fútbol Club. Trabajo Especial

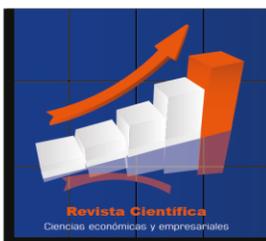


de Grado para optar al título de Licenciado en Administración, Universidad Nueva Esparte, Caracas, Venezuela

6. Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. (5ta Ed). Caracas-Venezuela. Editorial Episteme.
7. ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. (2013) Ley Plan de la Patria del “Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019”. Gaceta Oficial N°6.118. Caracas. Publicada en fecha 4 de diciembre de 2013.
8. ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA.(1999) “Constitución de la República Bolivariana de Venezuela”. Caracas. Gaceta Oficial N° 36.860. Publicada en fecha 30 de diciembre de 1999.
9. ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA.(2010) Ley Orgánica del Poder Popular. Gaceta Oficial N° 6011(extraordinaria). Caracas. Publicada en fecha 21 de Diciembre de 2010.
10. Ayerbe, M., & Larrea, I. (1995). La actitud de ser empresario. San Sebastian: Edición de las Diputaciones de Guipuzcoa y Álava y del Gobierno Vasco.
11. Brousse, C. y Bugmann, (2005) Caracterización de las Mujeres emprendedoras en el rubro gastronómico Caso Valdivia. Tesis para optar al título administrador de empresas de turismo Universidad Austral de Valdivia Chile.
12. Barrios, J en Herrera, R., y Gutiérrez, J. (edit) (2011) Conocimiento, Innovación y Desarrollo. Impresión Gráfica de la Universidad de Costa Rica.
13. Cancino, C., Coronado, F., y Farías, A. (2012) Antecedentes y Resultados de Emprendimiento Dinámicos en Chile: Cinco casos de éxitos” Publicado en la revista

Innovar. Revista de ciencias administrativas y sociales, Vol. 22 n°43 Enero-Marzo 2012, PP-19-32 Universidad Nacional de Bogotá Colombia.

14. Claret, A. (2014). Proyectos comunitarios e investigación cualitativa. Sexta edición. Editorial Texto CA, Caracas -Venezuela.
15. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. 1999. Publicación de la Asamblea Legislativa, Caracas, Venezuela
16. El Troudi, H y Monedero, J (2006) Centro Internacional de Investigaciones Francisco de Miranda, Caracas, Venezuela
17. Endara, N (2013) Gestión de Proyectos Socioproductivos, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
18. Flick, U.(2004) Introducción a la investigación cualitativa. Ediciones Morata, Madrid.
19. Formichela, M (2004) El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. INTA Rivadavia, Buenos Aires.
20. García, A. el al (2011) Estudio de casos sobre emprendimiento, innovación, creación y gestión de empresas. Ruse University
21. Gartner, W. B (1985, p. 698) A conceptual Framework for Describing the phenomenon of New Venture Creation. The Academy of Management Review, 10(4), 696-706.
22. Gibb, A. A (1993) Key Factors in the design of policy support for the small and medium Enterprise (SME) Development process: an overbiw. Entrepreneurship & Regional. Development, 5,1-24.
23. Guzman, D. y Palacios, D. (2006). Análisis de las empresas de producción social y sus beneficios para la comunidad. Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública, Universidad de Oriente Maturín Estado Monagas..

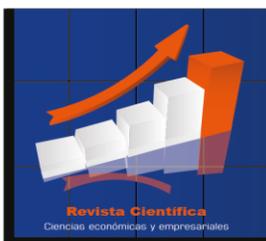


24. Huuskonen, V. (1993). Ther Process of Becoming an Entrepreneur a Theoretical Framework of Factors Ingluencing Entrepreneurs "Star - Up Decision (Preliminary Results)". Entrepreneurship and Busines Developmente.
25. Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2001). Nuevos Emprendimientos y Emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia. Explorando el caso argentino. Banco Interamericano de Desarrollo. México: Biblioteca Felije Herrera.
26. Kantis, H.; Angelelli, P. y Moori-koenig, V. (2004): Desarrollo Emprendedor. América Latina y el Contexto Internacional. Editorial Nomos (Colombia) Editorial Temas (Argentina).
27. Messina et Ali (2013) Marco Conceptual de un mapa interactivo del Ecosistema Emprendedor. Material mimeografiado, en prensa, Uruguay
28. Montesano, L., (2013) "El Modelo del Impacto del Consumo Masivo de Productos y Servicios Digitalizados en Comercio Electrónico Escalable" Tesis de Maestría en Administración de Negocios en la Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires Argentina.
29. Taylor, S.J. y R. Bogdan (1990) Introducción a los Métodos Cualitativos de investigación (la búsqueda de significado). Buenos Aires. Paidos.
30. Urbano, D., & Veciana, J. (2001). Marco Institucional formal de la creación de empresas en Catalunya. Barcelona: Department d economía de la empresa. Universitat Autònoma de Barcelona.
31. Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. Estudios Gerenciales, 22(100).
32. Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 8(3).

33. Veciana, J. M (1988) Empresario y proceso de creación de empresas. Revista económica de Cataluña, 8, 2-34.

Referencias Electrónicas

34. Asociación Empretec Uruguay (en línea). Recuperado el 17 febrero de <http://www.empretec.org.uy>
35. https://www.google.co.ve/?gfe_rd=cr&ei=pekYWJHvNauw8weIioCAAw#q=MAPA+DE+LA+PARROQUIA+SAN+GABRIEL+DE+SANTA+ANA+DE+CORO%2C+ESTADO+FALC%C3%93N. consultado el 04 de septiembre de 2016.
36. Co-work LaTam (en línea). Disponible en <http://www.coworklatam.com/montevideo-uruguay>
37. C-Emprendedor (en línea). Recuperado el 16 de febrero de: <http://www.c-emprendedor.gub.uy>
38. Dann (2003) Participacion femenina en el mercado laboral 1990 Disponible en: <http://www.cibertesis/uchilehtml/indexhtml>
39. Diario Management del emprendedor 2002 Disponible en: http://www.lyd.cl/biblioteca/serie/social/84_serie_informe_social.pdf
40. Diccionario de la Real Academia Española 2012. En línea disponible en: <http://www.drae.es>
41. Diccionario Larousse. En línea. Disponible en <http://www.larousse.es>
42. Endeavor Uruguay (en línea). <http://www.endeavor.org.uy>
43. Fomin (2011): Guía de emprendimientos dinámicos. <http://es.scribd.com/doc/36375389/MIF-FOMIN-Guia-de-Emprendimientos-inamicos..>

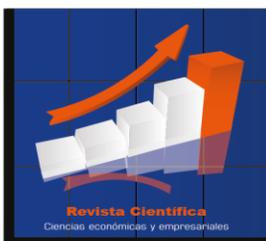


44. Fondo de Ideas- Montevideo, Uruguay (en línea). Recuperado el febrero de <http://www.fondoideas.com.uy>
45. Fundación Da Vinci (en línea). Recuperado el 16 febrero de <http://www.daVinci.uy>
46. Fundasol (en línea). Recuperado el 17 febrero de <http://www.fundasol.org.uy>
47. Garzozzi, R, Messina;M. Moncada, C. Ochoa; J., Ilabel, G., Zambrano, R.(2014).
48. Planes de negocios para emprendedores (2014) ebook: <http://www.proyectolatin.org/index.php/es/component/booklibrary/510/view/55/Econom%C3%ADa/18/planes-de-negocios-para-emprendedores>
49. Han Erik (2004). Cinco factores para emprender de forma efectiva disponible en <http://www.emprendedoras.com/article612html>
50. Hovland, I (2005). Comunicación efectiva; Herramientas para investigadores y organizaciones de la sociedad civil. [Documento en Línea]. Disponible en: <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3518.pdf>
51. <http://www.administracion.es2005>
52. <http://www.emprendedoras.com/articles547.html>
53. Hurtado, J. (2008). Metodología de la investigación: Una comprensión holística. Caracas. Sypal-Ediciones Quirón. [Documento en línea] Disponible en: <http://investigacionholistica.blogspot.com>
54. Kolping Uruguay (en línea). Recuperado el 16 febrero de <http://www.kolping.org.uy>
55. Mapas https://www.google.co.ve/?gfe_rd=cr&ei=pekYWJHvNauw8weIioCAAw#q=MAPA+DE+LA+PARROQUIA+SAN+GABRIEL+DE+SANTA+ANA+DE+CORO%2C+ESTADO+FALC%C3%93N

56. Kolping Uruguay (en línea). Recuperado el 16 febrero de <http://www.kolping.org.uy>

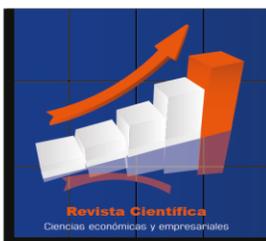
References

1. Acosta and Rosendo (2007). Instruments of strategic planning, objective tree and logical framework. Accessed May 19, 2015. Available at: www.slideshare.net/duberlisg/instrumentosdelaplanizacionestrategica
2. Alfonzo, N (2016) Regularization of Social Production Companies within the framework of the legal system. *Verba Iuris* 29 • pp. 63-77 • January - June 2013 • Bogotá D.C. Colombia • ISSN: 0121-3474
3. Ander-Egg (2002) *Community Research*, Editorial Panamo, Caracas.
4. Angel Club UY (online). Retrieved on February 17 from: <http://www.angelclub.uy>
5. Aranda, L y Morgado, C. (2012) Market Strategy to Promote Sports Tourism focused on Soccer, Case: Deportivo Petare Fútbol Club. Special Degree Work to apply for the Bachelor of Administration degree, Nueva Esparte University, Caracas, Venezuela
6. Arias, F. (2006). *The Research Project* (5th Ed). Caracas Venezuela. Editorial Episteme.
7. NATIONAL ASSEMBLY OF THE BOLIVARIAN REPUBLIC OF VENEZUELA. (2013) Plan Plan de la Patria of the “Second Socialist Plan for Economic and Social Development of the Nation 2013-2019”. Official Gazette No. 6,118. Caracas. Published on December 4, 2013.
8. NATIONAL ASSEMBLY OF THE BOLIVARIAN REPUBLIC OF VENEZUELA (1999) "Constitution of the Bolivarian Republic of Venezuela." Caracas. Official Gazette No. 36,860. Published on December 30, 1999.
9. NATIONAL ASSEMBLY OF THE BOLIVARIAN REPUBLIC OF VENEZUELA. (2010) Organic Law of Popular Power. Official Gazette No. 6011 (extraordinary). Caracas. Published on December 21, 2010.



10. Ayerbe, M., & Larrea, I. (1995). The attitude of being an entrepreneur. San Sebastian: Edition of the Provinces of Guipuzcoa and Álava and the Basque Government.
11. Brousse, C. and Bugmann, (2005) Characterization of women entrepreneurs in the gastronomic field Case Valdivia. Thesis to qualify for the title of administrator of tourism companies Universidad Austral de Valdivia Chile.
12. Barrios, J in Herrera, R., and Gutiérrez, J. (edit) (2011) Knowledge, Innovation and Development. Graphic Printing of the University of Costa Rica.
13. Cancino, C., Coronado, F., and Farías, A. (2012) Dynamic Background and Results of Entrepreneurship in Chile: Five success stories ”Published in the magazine Innovar. Journal of administrative and social sciences, Vol. 22 n°43 January-March 2012, PP-19-32 National University of Bogotá Colombia.
14. Claret, A. (2014). Community projects and qualitative research. Sixth edition. Editorial Text CA, Caracas -Venezuela.
15. Constitution of the Bolivarian Republic of Venezuela. 1999. Publication of the Legislative Assembly, Caracas, Venezuela
16. El Troudi, H y Monedero, J (2006) Francisco de Miranda International Research Center, Caracas, Venezuela
17. Endara, N (2013) Management of Socioproductive Projects, Technical University of Ambato, Ecuador.
18. Flick, U. (2004) Introduction to qualitative research. Morata editions, Madrid.
19. Formichela, M (2004) The concept of entrepreneurship and its relationship with education, employment and local development. INTA Rivadavia, Buenos Aires.
20. García, A. et al (2011) Case study on entrepreneurship, innovation, creation and business management. Ruse University

21. Gartner, W. B (1985, p. 698) A conceptual Framework for Describing the phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10 (4), 696-706.
22. Gibb, A. A (1993) Key Factors in the design of policy support for the small and medium Enterprise (SME) Development process: an overbiw. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5.1-24.
23. Guzman, D. and Palacios, D. (2006). Analysis of social production companies and their benefits for the community. Degree work to apply for a Bachelor's degree in Public Accounting, Universidad de Oriente Maturín Estado Monagas ..
24. Huuskonen, V. (1993). Ther Process of Becoming an Entrepreneur a Theoretical Framework of Factors Ingluencing Entrepreneurs "Star - Up Decision (Preliminary Results)". *Entrepreneruship and Busines Developmente*.
25. Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2001). New Entrepreneurs and Entrepreneurs: what their creation and survival depends on. Exploring the Argentine case. Inter-American Development Bank. Mexico: Felije Herrera Library.
26. Kantis, H .; Angelelli, P. and Moori-koenig, V. (2004): *Entrepreneurial Development. Latin America and the International Context*. Editorial Nomos (Colombia) Editorial Topics (Argentina).
27. Messina et Ali (2013) *Conceptual Framework of an interactive map of the Entrepreneurial Ecosystem*. Mimeographed material, in press, Uruguay
28. Montesano, L., (2013) "The Model of the Impact of Mass Consumption of Products and Services Digitized in Scalable Electronic Commerce" Master's Thesis in Business Administration at the National Technological University of Buenos Aires Argentina.
29. Taylor, S.J. and R. Bogdan (1990) *Introduction to Qualitative Research Methods (the search for meaning)*. Buenos Aires. Paidos

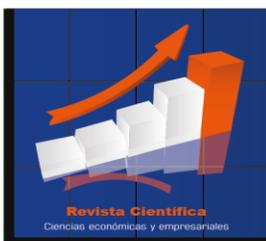


30. Urbano, D., & Veciana, J. (2001). Formal Institutional Framework for the creation of companies in Catalonia. Barcelona: Department of business economics. Autonomous University of Barcelona.
31. Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Conceptual model of business development based on competencies. *Management Studies*, 22 (100)
32. Veciana, J. (1999). Creation of companies as a scientific research program. *European Journal of Business Management and Economics*, 8 (3).
33. Veciana, J. M (1988) Entrepreneur and business creation process. *Economic magazine of Catalonia*, 8, 2-

Electronic References

34. Empretec Uruguay Association (online). Retrieved on February 17 from <http://www.empretec.org.uy>
35. https://www.google.co.ve/?gfe_rd=cr&ei=pekYWJHvNauw8weIioCAAw#q=MAPA+DE+LA+PARROQUIA+SAN+GABRIEL+DE+SANTA+ANA+DE+CORO%2C+ESTADO+FALC+%C3%93N. accessed September 4, 2016.
36. Co-work LaTam (online). Available at <http://www.coworklatam.com/montevideo-uruguay>
37. C-Entrepreneur (online). Retrieved on February 16 from: <http://www.c-emprededor.gub.uy>
38. Dann (2003) Female participation in the labor market 1990 Available at: <http://www.cibertesis/uchilehtml/indexhtml>
39. Entrepreneur Management Journal 2002 Available at: http://www.lyd.cl/biblioteca/serie/social/84_serie_informe_social.pdf
40. Dictionary of the Royal Spanish Academy 2012. Online available at: <http://www.drae.es>

41. Larousse dictionary. Online. Available at <http://www.larousse.es>
42. Endeavor Uruguay (online). <http://www.endeavor.org.uy>
43. MIF (2011): Dynamic entrepreneurship guide. [http://es.scribd.com/doc/36375389/MIF-FOMIN-Guia-de-Emprendimientos-inamicos ..](http://es.scribd.com/doc/36375389/MIF-FOMIN-Guia-de-Emprendimientos-inamicos..)
44. Ideas Fund- Montevideo, Uruguay (online). Retrieved on February from <http://www.fondoideas.com.u>
45. Da Vinci Foundation (online). Retrieved on February 16 from <http://www.daVinci.uy>
46. Fundasol (online). Retrieved on February 17 from <http://www.fundasol.org.uy>
47. Garzozi, R, Messina; M. Moncada, C. Ochoa; J., Ilabel, G., Zambrano, R. (2014).
48. Business plans for entrepreneurs (2014) ebook: [http://www.proyectolatin.org/index.php/es/component/booklibrary/510/view/55/Econom %C3%ADa/18/planes-de- business-for-entrepreneurs](http://www.proyectolatin.org/index.php/es/component/booklibrary/510/view/55/Econom%C3%ADa/18/planes-de-business-for-entrepreneurs)
49. Han Erik (2004). Five factors to undertake effectively available at <http://www.emprendedoras.com/article612html>
50. Hovland, I (2005). Effective communication; Tools for researchers and civil society organizations. [Online Document]. Available at: [http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications- opinion- files / 3518.pdf](http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3518.pdf)
51. <http://www.administracion.es2005>
52. <http://www.emprendedoras.com/articles547.html>
53. Hurtado, J. (2008). Research methodology: A holistic understanding. Caracas. Sypal- Editions Chiron. [Online document] Available at: <http://investigacionholistica.blogspot.co>
54. Kolping Uruguay (online). Retrieved on February 16 from <http://www.kolping.org.uy>



55. Maps https://www.google.co.ve/? Gfe_rd = cr & ei = pekYWJHvNauw8weIioCAAw # q = MAP + DE + LA + PARISH + SAN + GABRIEL + DE + SANTA + ANA + DE + CORO% 2C + STATE + FALC % C3% 93N
56. Kolping Uruguay (online). Retrieved on February 16 from <http://www.kolping.org.uy>

©2018 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).