

**La competitividad endógena en emprendimientos sociales en la ciudad de Bogotá y  
Buenaventura**

Estudiante

Jenny Patricia León Guerrero

Director del Proyecto

Juan Camilo Vega Guerrero

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Especialización en Gerencia estratégica de mercadeo

2023

## Tabla de Contenido

Resumen	5
Antecedentes y Formulación del Problema de Investigación	5
Abstract	6
Justificación	7
Objetivos	8
General	8
Específicos	8
Marco Teórico	9
Emprendimiento Social	9
Las empresas Sociales	10
Aporte del Capital Social al Desarrollo Económico	11
Las Fundaciones en Colombia	12
Normatividad	13
Las Fundaciones y las Empresas Sociales	13
Emprendedor Social	14
Innovación Social	15
La Competitividad Social	15
Metodología	17
Análisis de Resultados	20
Análisis de Resultados por Género	21
Análisis de Resultados por Nivel Educativo	22

	3
Conclusiones	25
Referencias Bibliográficas	26

## Lista de Tablas

Tabla 1 Componentes	18
Tabla 2 Análisis Frecuencia más representativa	20
Tabla 3 Resultados por género	21
Tabla 4 Resultados por nivel educativo	22

## **Resumen**

### **Antecedentes y Formulación del Problema de Investigación**

El emprendimiento social es una estrategia importante para el país porque aporta a la reactivación económica, por otro lado, el Gobierno ha tenido en cuenta esta actividad al expedir la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020, por medio de la cual se buscó propiciar el emprendimiento a fin de lograr equidad y bienestar a nivel social. Esta ley procuró el mejoramiento del crecimiento de las microempresas y su formalización empresarial a través de beneficios a nivel de impuestos y otras medidas de apoyo que así lo permitan.

De esta manera, Ignacio Gaitán (presidente de INNpuls Colombia) manifestó que esta ley permitirá la creación de empresas, la cual se incrementó en un 2,9 % entre el 2019 y el 2020 (Gaitán, 2014). Asimismo, reveló que este tipo de empresas son las que nacen creando al menos un puesto de trabajo (Gaitán, 2014). Conforme a lo expuesto con anterioridad, es necesario identificar y apoyar este tipo de emprendimientos dadas las condiciones actuales de desempleo en Colombia.

Por tal motivo, los emprendimientos sociales se convierten en una alternativa para activar habilidades en el empleo y generar fuentes de ingresos en diferentes localidades de Bogotá y Buenaventura. De acuerdo con lo anterior, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores de competitividad interna que inciden en organizaciones que desarrollan proyectos de inclusión para el trabajo en diferentes localidades de Bogotá y Buenaventura?

### **Abstract**

Social entrepreneurship is an important strategy for the country since it contributes to economic reactivation, on the other hand, the Government has taken this activity into account when issuing Law 2069 of December 31, 2020, through which it sought to promote entrepreneurship in order to achieve equity and well-being at a social level. This law sought to improve the growth of microenterprises and their business formalization through tax benefits and other support measures that allow it.

In this way, Ignacio Gaitán (president of INNpalsa Colombia) stated that this law will allow the creation of companies, which increased by 2.9% between 2019 and 2020 (Gaitán, 2014). Likewise, it revealed that these types of companies are those that are born creating at least one job (Gaitán, 2014). As previously stated, it is necessary to identify and support this type of venture given the current unemployment conditions in Colombia.

For this reason, social enterprises become an alternative to activate employment skills and generate sources of income in different locations in Bogotá and Buenaventura.

***Keywords.*** Social entrepreneurship; Social Entrepreneur; Endogenous Competitiveness

## **Justificación**

Es necesario tener claro que el *marketing* en cualquier empresa realiza una función de contacto directo con el cliente, la cual permite que esta cuente con mayor reconocimiento y, así, logre los objetivos planteados por la entidad, en este caso por las fundaciones encuestadas. De esta manera, el proyecto busca mejorar los procesos de mercadeo empleados en las organizaciones de emprendimiento social en las diferentes localidades de Bogotá y Buenaventura, enfocados en el propósito de inclusión laboral entre la comunidad. Por otra parte, también se generará un insumo para el desarrollo del proyecto de investigación: la competitividad endógena de *marketing* en organizaciones de emprendimiento social en Colombia de la ECACEN.

## **Objetivos**

### **General**

Analizar las variables que inciden en la competitividad endógena de emprendimientos sociales focalizados en localidades de Bogotá y Buenaventura.

### **Específicos**

Identificar las variables que inciden en la competitividad endógena en empresas sociales.

Valorar la competitividad endógena en empresas sociales focalizados en diferentes localidades de Bogotá y Buenaventura.



## **Marco Teórico**

Para el desarrollo de este informe es relevante mencionar que Colombia ha venido migrando hacia un nuevo terreno, el cual incluye muchos desafíos, sin embargo, también es esta alternativa la que procura superar la pobreza y busca alcanzar el progreso. Uno de los grandes retos a los que se ha venido enfrentando nuestro país es la innovación, pues es un factor clave dentro de la creación de un nuevo producto; este ha estado a la vanguardia, por lo que se ha incrementado el presupuesto para los recursos de ciencia y tecnología, pero, además, ha creado entidades que pueden apoyar a los ciudadanos que lo requieran, una de estas entidades es “iNNpulsa”, que corresponde a una unidad de desarrollo de Bancóldex y se encarga de promover el emprendimiento (Gómez y Mitchell, 2014).

Por lo demás, durante los últimos años ha venido creciendo el emprendimiento en Colombia (Innpulsa Colombia, 2021) , pero se debe tener en cuenta que no se trata solo de querer, sino de contar con una idea novedosa, la cual se debe materializar y además mantener en el tiempo, pues por lo general existe la gran incertidumbre, para cualquier emprendedor, si su idea funcionará o no, si será revolucionaria; es aquí en donde la innovación juega un gran papel, dado que es necesario mantenerse en el mercado con productos y/o servicios diferentes o los ya existentes que han sufrido un proceso de innovación.

### **Emprendimiento Social**

Este concepto busca brindar solución a problemas sociales de la comunidad de forma creativa, con el fin de aumentar la riqueza social por medio de la creación de nuevas empresas o la gestión de las que ya existen de forma innovadora (Vega, 2019).

Por consiguiente, el emprendimiento social como actividad debe generar actores que contribuyan al cambio en todos los ámbitos, debe generar impacto y contar con una clara estrategia de desarrollo a largo plazo con el fin de aportar una solución a los diferentes problemas del país (Roa, 2021). De acuerdo con lo anterior, para que un emprendimiento se constituya como tal debe cumplir con algunas características, como son (Sánchez et al, 2018):

La creación de esta nueva empresa debe conducir a la generación de riqueza social, tanto para la sociedad como para el beneficio empresarial.

Busca la resolución eficiente de necesidades básicas del ser humano que algunos mercados existentes no han logrado satisfacer.

Implica innovación para el mejoramiento del bienestar social, el cual se encuentra en las organizaciones que contribuyen al cambio de la comunidad.

Generar soluciones a través de la búsqueda de oportunidades que agreguen valor sostenible, las cuales alcancen equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales y llevadas a cabo por medio de organizaciones sin ánimo de lucro o no gubernamentales.

El objetivo principal es transformar las causas fundamentales de la pobreza, deterioro ambiental y de la pérdida de la dignidad humana.

## **Las empresas Sociales**

Estas organizaciones se caracterizan por ser entidades privadas, las cuales tienen como propósito la resolución de problemas sociales y que sirvan de apoyo a personas en situación de vulnerabilidad. Su dimensión a nivel social tiene que ver con el apoyo de iniciativas por parte de la comunidad (Dees, 2001, citado en Vega, 2019). Sin embargo, dentro de su definición, de acuerdo con el documento de Roa (2021) también se incluyen las organizaciones sin ánimo de lucro, las no gubernamentales y las de economía solidaria, que se ubican en el “tercer sector” y

su objetivo principal se basa en el ser humano, la sociedad, el bienestar, la satisfacción de las necesidades y el acceso a igualdad de oportunidades, por lo que busca una comunidad equitativa y digna.

Juan del Cerro (2016) describe tres tipos de empresas sociales, la primeras son : empresas con productos o servicios que satisfacen una necesidad; la segundas corresponden a las que incluyen en su cadena de valor grupos vulnerables para mejorar su condición económica, y mejorar los ingresos de la comunidad y, las terceras , que se organizan para tender a personas en condiciones vulnerables que quieren convertirse en pequeños empresarios o emprendedores, la idea de este tercer tipo de organizaciones pretende que este grupo de personas genere sus propios ingresos (Del Cerro, 2016).

### **Aporte del Capital Social al Desarrollo Económico**

De acuerdo con la bibliografía consultada se puede definir el capital social de la siguiente manera:

“Agregado de recursos reales ligados a una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo” Bourdieu (1985). Por su parte, Coleman(1990) lo definió de la siguiente manera: “Los recursos socio estructurales que constituyen un activo de capital para el individuo y facilitan ciertas acciones de individuos que están adentro de esa estructura”.

Putnam (1993), lo define “Capital social son los aspectos de las organizaciones sociales, tales como, las redes, las normas y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo” Además, señaló que el trabajo en conjunto es más fácil en una comunidad que tiene un *stock* abundante de capital social”. Finalmente, Arboleda (2008) lo define como:

[...]El capital social se fortalece en comunidades humanas concretas, por los elementos culturales, por compartir espacios determinados y porque su consolidación es el producto de un proceso histórico de encuentros, acuerdos, diálogos, transacciones y tramitaciones de larga duración. Por esto, algunos valores que sustentan las prácticas configuradoras y fortalecedoras de capital social son transmitidos de generación en generación en procesos de socialización comunitaria y aprendizaje colectivo, en los cuales se da el intercambio de experiencias y de conocimientos. (Arboleda et al., 2008, p. 88)

Por lo anterior podemos definir el capital social como un recurso disponible para la realización de actividades que permitan el mejoramiento de la calidad de vida dentro de una comunidad por medio de diferentes aplicaciones que buscan el fortalecimiento de esta, estas actividades son llevadas a cabo por parte de diferentes asociaciones o instituciones dispuestas para ello.

### **Las Fundaciones en Colombia**

En Colombia las fundaciones existen con fines sociales y su objetivo principal es aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que, por diferentes circunstancias, no cuentan con oportunidades, bien sea a nivel laboral, de salud, educativo e impiden el bienestar de la comunidad (Cubillos ,2020)

Asimismo, este tipo de actividades conllevan al desarrollo sostenible que busca el sostenimiento de las actuales generaciones.

Es de anotar que, en la Conferencia de las Naciones Unidas, se plantearon 17 ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), los cuales, entre otros, contienen la erradicación de la

pobreza y garantizar la prosperidad para todos, además, se espera el cumplimiento de estos en el 2030 (Cubillos, 2020).

Así las cosas, los países están propendiendo por el desarrollo de estos objetivos por medio de las fundaciones, las cuales, para poder abordar estas problemáticas, requieren el aporte o inversión de diferentes entes, lo que se denomina Inversión Social Privada (ISP), que no es otra cosa que el aporte de recursos económicos privados con fines de un beneficio público dirigido a grupos poblacionales específicos que buscan generar un impacto social positivo, así como un rendimiento financiero (Ídem)

## **Normatividad**

Las fundaciones en Colombia, que se constituyan en los departamentos, serán reguladas por el Decreto 1529 de 1990, mientras que para las que lo hagan en la ciudad de Bogotá serán reguladas por el Decreto 059 de 1991 junto con las normas del Código Civil, y las del Decreto 2150 de 1995.

## **Las Fundaciones y las Empresas Sociales**

Según Villar (2018) en Colombia son parte de los objetivos de las fundaciones, así como de las empresas sociales, generar impactos positivos a nivel social, y generar alianzas entre fundaciones y gobiernos para aportar al crecimiento del desarrollo a nivel social.

Así mismo, la colaboración entre fundaciones, lo cual hace parte de su naturaleza al operar, permite el codiseño y el codesarrollo de programas, proyectos e iniciativas, seguido del cofinanciamiento de proyectos, así como el aprendizaje entre pares (Villar,2018,).

## **Emprendedor Social**

El emprendedor social permite la generación de impacto social, lo que perdurará en el tiempo en alguna de las características de la población objetivo y que serán esenciales en la solución del problema que dio origen, asimismo, se traduce en un generador de empleo, que provee herramientas para la solución de problemas comunes, fomenta la innovación entre grupos marginados al buscar la maximización de sus activos (Vega, 2019).

De igual manera, cabe anotar que existen varios tipos de emprendedores como son: el profesional que emprende en lo que se preparó y cuenta con el deseo de servir; el empresario, quien busca el logro de sus objetivos, así como de ganancias y aquel que ocupa la investigación, que es el emprendedor social, quien se sentirá satisfecho en el momento en el que evidencie que, en efecto, hace parte del cambio en su ámbito poblacional (Roa, 2021).

Más aún, un emprendedor social tiene en su mente la gran idea de producir un cambio social positivo, pero cuenta con habilidades, creatividad, determinación y empuje para transformar, se preocupa por perseguir un fin social o una “utilidad social” y no una financiera (Bornstein, 2012, como se citó en Del Cerro, 2016).

Adicionalmente es necesario que el emprendedor social reúna ciertas características como: confianza en sí mismo y una gran motivación por la idea que pretende poner en marcha, tener la capacidad de planificar y organizar las acciones previstas, liderazgo y de tomar decisiones de manera efectiva. Por lo general los motiva la desigualdad que pueden generar algunas prácticas en un ámbito laboral, lo que lo lleva a la creación de un proyecto que permita la inclusión de personas con pocas oportunidades, con el fin de brindar apoyo a la comunidad (Marín, 2011, como se citó en Carrión & Sagbini Echávez, 2019).

Igualmente, debe tener la facilidad de comunicación con los demás, debido a que es necesario el relacionamiento en este tipo de actividad (UnLimited Spain, 2020). Por otro lado, cuenta también con un alto compromiso social y, sobre todo, la motivación de originar cambio en la comunidad, en la medida que busca obtener el mayor beneficio posible de muchas partes, resolutivo, utiliza la tecnología a su favor y crea soluciones para quienes la necesiten (Del Cerro, 2016).

### **Innovación Social**

El término indica un cambio o mejora en algún producto o servicio, así como lo estableció Nicolas Vila, líder de Innovación de Findeter; este término pretende darle valor a la sociedad mediante actividades innovadoras que buscan el empoderamiento de la comunidad por medio de diferentes tipos de alianzas que conlleven al mejoramiento del bienestar social.

Asimismo, es importante tener en cuenta que la innovación social trae consigo riesgos y es incierta, pero que, en caso de que se presenten fracasos, lo idóneo es aprender de estos sin demora. Para disminuir el riesgo se realizan alianzas entre el gobierno y el sector privado para viabilizar los proyectos sociales (Vila, 2016).

### **La Competitividad Social**

Corresponde a la eficiencia de los procesos de producción e intercambio de bienes y servicios, estos se desarrollan con altos estándares de calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores más allá de sus expectativas. Entonces, es el resultado de una producción de calidad, aunado a los máximos niveles de productividad. De esta forma, se aporta al crecimiento

económico y al desarrollo social, que deben traducirse en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del país (Sánchez, 2019).

Dicho en otras palabras, es la capacidad de la empresa para enfrentarse a la competencia con mejores oportunidades o calidad en sus servicios o productos que permiten una mayor satisfacción por parte de los usuarios. De acuerdo con López (2006) existen tres grupos de factores que determinan esta competitividad, estos son:

Los empresariales, que son en donde la empresa tiene poder de decisión y los puede controlar y modificar a través de su conducta, lo que se refiere entonces a: gestión, innovación, producción y recurso humano.

Los estructurales, que es en donde la capacidad de intervención de la empresa es limitada, puesto que se hace referencia al tipo de mercado, a la estructura industrial y al régimen de incentivos y regulaciones de cada uno.

Por último, se encuentran los sistémicos, que constituyen externalidades para la empresa y, por tanto, la posibilidad de intervenir uno por uno sobre estos son nula, como, por ejemplo, los aspectos macroeconómicos, políticos e institucionales, participación del Estado en la economía, asuntos sociales, políticas de educación del recurso humano, seguridad social, tendencias del comercio mundial, acuerdos internacionales, entre otros.



## **Metodología**

La investigación es de carácter exploratorio mediante el método de triangulación y convergencia que planteó Cerda (2011) como se citó en Cediel y Vega (2022). Además, el proceso se desarrolló en tres fases:

Análisis de contenidos sobre apoyo a emprendimientos, competitividad, emprendimiento social, competitividad con el propósito de identificar los factores que inciden en la competitividad de empresas sociales.

Aplicación del instrumento para evaluar la competitividad endógena diseñado en el marco del proyecto de investigación en 20 organizaciones sociales que están focalizadas en diferentes localidades de Bogotá y Buenaventura, durante el primer y segundo semestre del 2022. La Selección de los 20 participantes se hace a través de un muestreo por conveniencia o accidental.

La estructura del instrumento consta de 17 ítems con una escala Likert de cinco niveles, donde se evalúa de 1 a 5, donde: 5 es Muy importante, 4 Importante, 3 Neutral, 2 Poco importante y 1 Nada importante.

Se sistematizó de la siguiente forma:

*Tabla 1 Componentes*

<b>Componentes</b>	<b>Ítems</b>	<b>Concepto</b>
Identificación de la oferta social.	1;2	Se refirió a establecer las características de valor social asociadas al producto o servicio, que le permiten desarrollar ventaja competitiva mediante estudios de mercadeo.
Estructuración de las capacidades sociales al mercado.	3;4;5;6;7;8;9;10;11	Articular las capacidades organizacionales en mercadeo existentes a la oferta social identificada.
Administración en emprendimiento social.	12;13;14;15	Direccionamiento organizacional en la toma de decisiones de forma proactiva, participativa, planificada y organizada que busca la viabilidad organizacional.
Innovación social	16;17	Aplicación de ideas nuevas en la organización para crear valor social en la empresa, sus clientes y la comunidad.

*Fuente:* Propuesta de instrumento de valoración de los factores que inciden en la competitividad interna de mercadeo en emprendimientos sociales (Vega, Castellanos, 2021).

El cuestionario se estructuró en tres secciones: 1) presentación del cuestionario, 2) información general del participante y 3) factores de mercadeo.

Análisis de datos: en este aparte se realizó la relación y dinámica de los factores que inciden en la competitividad entre las empresas participantes en el estudio mediante la aplicación de estadísticos no paramétricos.

### Análisis de Resultados

En conclusión, la encuesta se aplicó durante el segundo semestre de 2022 a fundadores o directivos de 20 fundaciones de diferentes localidades de Bogotá y Buenaventura. A nivel descriptivo se recopilaron datos demográficos como género, ciudad, nivel educativo y cargo en la organización. De las personas encuestadas un 65 % son mujeres y un 35 % hombres con un nivel educativo dividido de la siguiente forma: Bachiller 20 %; 20 % técnico o tecnológico; profesional 35 %; 15 % especialistas y un 10% magister. Con respecto al análisis de los componentes, los principales resultados se presentan a continuación:

*Tabla 2 Análisis Frecuencia más representativa*

Componente	Media	Mediana	Frecuencia más representativa
<b>Identificación de la oferta social.</b>	4,6	5	Muy importante 65 %
<b>Estructuración de las capacidades sociales al mercado.</b>	4,4	5	Muy importante 58 %
<b>Administración en emprendimiento social.</b>	4,2	4,5	Muy Importante 50 %

---

<b>Innovación social.</b>	4,6	5	Muy importante 65 %
---------------------------	-----	---	------------------------

---

Según los resultados, se puede apreciar que los fundadores encuestados de estas organizaciones encontraron afinidad con el rango de calificación “Muy importante” para aquellos componentes que integran el instrumento para evaluar la competitividad interna de mercadeo. Más aún, la media de clasificación más baja de la encuesta se encuentra en 4,2 en el componente “administración en emprendimiento social”, asociado a que un 21 % de los encuestados calificaron como Neutral o Poco importante la pregunta relacionada con el diseño del plan de mercadeo social. Por su parte la mediana se calificó con la mayor puntuación para los componentes “Identificación de la oferta social”, “Estructuración de las capacidades sociales al mercado” e “Innovación social”.

### **Análisis de Resultados por Género**

Con la siguiente tabla se analizaron los componentes más relevantes para los hombres y mujeres encuestadas:

*Tabla 3 Resultados por género*

<b>G</b>	<b>Mujer</b>	<b>Hombre</b>
Identificación de la oferta social.	62 % Muy importante	71 % Muy importante

---

Estructuración de las capacidades sociales al mercado.	49 % Muy importante	75 % Muy importante
Administración en emprendimiento social.	44 % Muy importante	61 % Muy importante
Innovación social.	62 % Muy importante	71 % Muy importante

Con las cifras relacionadas en la tabla anterior se evidencia que, para las mujeres, tanto la “identificación de la oferta social” como la “innovación social” fueron más importantes, mientras que para los hombres se destacó el componente de “estructuración de las capacidades sociales al mercado”, así como “identificación de la oferta social” y “la “innovación social”. Por otro lado, es necesario destacar el nivel de importancia que se obtuvo para el componente de “Identificación de la oferta social”, tanto para hombres y mujeres. No obstante, el componente con porcentaje más bajo fue la “administración en emprendimiento social”

### **Análisis de Resultados por Nivel Educativo**

*Tabla 4 Resultados por nivel educativo*

<b>Componente</b>	<b>Nivel educativo</b>	<b>Muy Importante</b>
Identificación de la oferta social	Técnico/Tecnológico	19 %
	Profesional	54 %
	Especialista	15 %

	Magister	12 %
	Bachiller	6 %
Estructuración de las capacidades sociales al mercado.	Técnico/Tecnológico	25 %
	Profesional	45 %
	Especialista	11 %
	Magister	13 %
Administración en emprendimiento social.	Técnico/Tecnológico	23 %
	Profesional	55 %
	Especialista	10 %
	Magister	13 %
Innovación social.	Bachiller	8 %
	Técnico/Tecnológico	23 %
	Profesional	42%
	Especialista	12%
	Magister	15%

Con la clasificación de la tabla anterior, se logró identificar una correlación positiva entre el nivel de importancia en los componentes y el nivel educativo basado en que los encuestados con nivel educativo profesional valoran como “Muy importante” todos los componentes establecidos en la encuesta.

En conclusión, el componente de Identificación de la oferta social tiene el menor porcentaje de calificación para los participantes con nivel de formación magister. Mientras que,

para el componente Estructuración de las capacidades sociales al mercado, el menor porcentaje fue del 6 % perteneciente al nivel de Bachiller.

En cambio, en Administración en emprendimiento social se evidenció un bajo porcentaje de importancia en el nivel Especialista con un 10 % de afinidad y, por el contrario, el 55 % de los profesionales encuestados lo califican como Muy importante. Al final, en Innovación social, el 42 % de los fundadores con nivel Profesional consideraron como ‘muy importante’ este componente.



## Conclusiones

Los resultados obtenidos permiten inferir que la “identificación de la oferta social” y la “innovación social” son los factores con mayor incidencia para la competitividad interna de las organizaciones sociales

Asimismo, teniendo en cuenta el género de los participantes fue posible evidenciar que, para las mujeres, la “identificación de la oferta social” y “la innovación social” son los factores con mayor incidencia en la competitividad interna, sin embargo, para los hombres, la “estructuración de las capacidades sociales al mercado” es el factor con mayor relevancia.

Finalmente, según las preferencias de los componentes de acuerdo con el nivel académico de los participantes, y marcados como Muy importante, se encontró que cada uno de los componentes encuentra mayor afinidad, en su mayoría, entre los profesionales, con los siguientes porcentajes: “identificación de la oferta social” un 54 %; “estructuración de las capacidades sociales al mercadeo” con el 45 %; “administración en emprendimiento social” un 55 % y, por último, “innovación social” con un 42 %.

Es posible entonces deducir que, para los encuestados de nivel profesional, las actividades como el aporte al bienestar de la comunidad y el factor diferencial frente a otras fundaciones u organizaciones juega un papel importante dentro de su organización, así mismo el relacionamiento en cuanto a la publicidad de los servicios, el manejo de las redes sociales, la gestión con entidades tanto públicas como privadas, la consecución de recursos y la investigación sobre las necesidades de las personas, también fueron marcadas como muy importante por este segmento de encuestados.

### Referencias Bibliográficas

- Arboleda, O., Ghiso, A., & Quiroz, E. (2008). Capital social: revisión del concepto y propuesta para su reelaboración. *Semestre Económico*, 11(21), 75-90.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1650/165013655005.pdf>.
- Azuero, A. (2009). Capital Social e Inclusión Social: algunos elementos para la política social en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 41, 151-168.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2250/225014901011.pdf>.
- Carrión, C. & Sagbini Echávez, J.C. (2019). Las “soft skills” potenciadores claves de los emprendedores del nuevo milenio. En E. Herruzo-Gómez, B. R. Hernández Sánchez, G.M. Cardella & J.C. Sánchez García (Eds.), *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos* (pp. 225-229). Dykinson.  
<https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Cediel, A., & Vega, J. (2022). *La competitividad endógena en emprendimientos sociales en la ciudad de Bucaramanga*. <file:///C:/Users/User/Downloads/WP-2022-2-08-cedie.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (2020). Ley 2069 de 31 de Diciembre de 2020. Diario Oficial No. 51.544 . Bogotá, Colombia.
- Cubillos, J. (2020). *Aportes de las fundaciones afe al desarrollo territorial y a los ODS*.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/6361/8873#toc>
- Del Cerro, J. (2016). Definiciones de emprendimiento social. En J. Del Cerro, *¿Que es el emprendimiento social? Negocios que cambian al mundo* (pág. 68). Nueva Editorial de Itzaccihuatl, S.A de C.V.

- Gaitán, Ó. (2014). *Guía Práctica de las Entidades sin Ánimo de Lucro y del Sector Solidari*.  
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/8345/Guia%20Practica%20Entidades%20sin%20Animo%20de%20Lucro.pdf>
- Gómez, J., & Mitchell, D. (2014). *innovación y emprendimiento en colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018*.  
[https://repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/149/CDF\\_No\\_50\\_Marzo\\_2014.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/149/CDF_No_50_Marzo_2014.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Innpulsa Colombia (2021). *Colombia incremento su tasa de actividad emprendedora en 2020*.  
<https://acortar.link/TmEy7S>
- López, F. (2006). *La competitividad en Colombia: apertura económica, instituciones de apoyo y seguridad democrática*. Revista Universidad EAFIT:  
<https://www.redalyc.org/pdf/215/21514202.pdf>
- Roa, M. (2021). *Definicion y alcances del emprendimiento social*. <https://www.zerbikas.es/wp-content/uploads/2015/09/0907LUCdef.pdf>
- Sánchez, A. (2019). Nociones de competitividad organizacional para la manufactura en la curtición de cuero. En J. Castellanos, *La Competitividad: versiones desde la investigación científica en ciencias económicas y administrativas* (págs. 177 - 190). UNAD.
- Sánchez, J., Martín, S., Bel Durán, P., & Lejarriaga, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 16-38.  
<https://doi.org/10.5209/REVE.62492>.

UnLimited Spain. (2020). *¿Qué es un emprendedor social? Definición y características.*

<https://www.unltdspain.org/que-es-un-emprendedor-social/>

Vega, J. (2019). Capítulo 5. Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento social. En J. Castellanos, *La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias económicas y administrativas* (págs. 157 - 175). UNAD.

Villar, R. (2018). *Las Fundaciones en Colombia Características, tendencias y desafíos.*

[https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril\\_1.pdf](https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf)