

Emprender en educación: el caso de la Consultora de Ciencias de la Información

Mg. Patricia Allendez Sullivan¹

Resumen

Este artículo se centra en dos ejes: emprendimiento y educación. Para luego ejemplificarlo en un caso de emprendimiento en el área de las Ciencias de la Información. Se desarrolla, además, el concepto de emprendimiento social, para lo cual se revisa en la bibliografía las características básicas de un emprendedor social, sus motivaciones y la necesidad de llevar a cabo su proyecto. Entendemos que las universidades suelen enfatizar la figura del emprendedor en las disciplinas relacionadas con la economía, administración de empresas, finanzas y negocios, pero no suelen ofrecer una formación similar en otras disciplinas, lo que afecta la capacidad de emprender de los profesionales. El emprendimiento que se menciona en este artículo es posible de llevar a cabo por el uso de la tecnología y se basa en la posibilidad de que sus clientes tengan acceso sin mayores complicaciones a la misma. Finalmente, podemos mencionar que nos interesa firmemente que las universidades puedan asumir el rol de brindar nuevos conocimientos a los estudiantes y que les señalen el camino para que puedan aplicar los mismos en diversos proyectos, propios o de sus espacios de trabajo, pero que al finalizar su carrera sean capaces de aplicar esos conocimientos, sin quedarse solo en el plano teórico.

Palabras clave

Emprendimiento, Emprendedor Social, Educación, Tecnología

Abstract

This article focuses on two axes: entrepreneurship and education. To then exemplify it in a case of entrepreneurship in the area of Information Sciences. The concept of social entrepreneurship is also developed, for which the basic characteristics of a social entrepreneur, his motivations and the need to carry out his project are reviewed in the bibliography. We understand that universities often emphasize the figure of the entrepreneur in the disciplines related to economics, business administration, finance and business, but do not usually offer similar training in other disciplines, which affects

¹ Directora de la Biblioteca de la Universidad de Belgrano. Especialista en Formación de Formadores. Mg. En Comunicación y Ciencias de la Información con orientación en Periodismo Digital

the ability of entrepreneurs to undertake. The entrepreneurship mentioned in this article is possible to carry out through the use of technology and is based on the possibility that its clients have access without major complications to it. Finally, we can mention that we are strongly interested that universities can assume the role of providing new knowledge to students and that they point the way for them to apply them in various projects, their own or their work spaces, but at the end your career will be able to apply that knowledge, without remaining alone on the theoretical level.

Keywords

Entrepreneurship, Social Entrepreneur, Education, Technology

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”

Stevenson (2000)

Introducción

Este artículo tratará sobre educación y emprendimiento, y dentro de estas categorías se pondrá énfasis en la figura del emprendedor social. Para reafirmarla se narrará una experiencia en la que esta figura adquiere verdadero protagonismo.

Nuestra pretensión es lograr que el lector comprenda la importancia de que se capacite a los estudiantes de nivel secundario, y en especial a los universitarios, en el arte de emprender. Consideramos que los emprendimientos no sólo obedecen a la necesidad de los individuos de lograr una satisfacción económica que les permita sustentarse, sino, como en el caso que se relatará, alcanzar una satisfacción profesional que beneficie a otros colegas en su ejecución.

Consideramos que la educación es un proceso que les permite a los individuos adquirir una serie de conocimientos, competencias y valores, así como habilidades para desenvolverse en el mercado laboral. A veces, estos estudiantes, a través de los años de formación, desarrollan algunos proyectos de emprendimientos que pueden o no llevar a cabo al terminar su período formativo. Sin embargo, notamos que los programas de estudio no suelen incentivar el emprendimiento entre los estudiantes. Este tema sólo es tratado en disciplinas como economía, administración de empresas, negocios o similares, dejando una amplia gama de otras dónde los emprendimientos también son posibles.

La Real Academia de la Lengua Española considera que emprender² es:

“acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

Por ello, opinamos que el emprendimiento consiste en hacer realidad un sueño y que el emprendedor lo puede materializar a través del proceso mismo de emprender, de tal manera que acciona su visión, la desarrolla y si es necesario la rectifica con la finalidad de alcanzar el éxito.

Suárez, Suárez y Zambrano (2014), consideran que el emprendimiento se basa en la actitud y en la capacidad personal de crear o desarrollar una empresa con una inmersión de creatividad que permita a los individuos incursionar en el mercado local con vistas a una proyección internacional.

Martínez (2009) propone desarrollar una cultura emprendedora, como una estrategia que permita alcanzar el equilibrio entre el crecimiento económico y la justicia social y que dicho equilibrio pueda lograrse por medio de un proceso educativo de calidad y un sistema de valores ético-emprendedor.

Podemos agregar que Stevenson (2000) afirma que es importante estudiar el emprendimiento por estos motivos:

- El emprendimiento se suele desarrollar en comunidades donde existen recursos móviles
- Es próspero en comunidades en las cuáles el éxito de los miembros de la misma es celebrado por los miembros restantes
- Es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo

Este autor considera que el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete con rapidez, está dispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios. Es un individuo que asimila con facilidad los cambios en un mundo que se modifica de manera continua y plantea el futuro como un verdadero desafío.

¿Quiénes son los emprendedores?

²<https://dle.rae.es/srv/fetch?id=Esip2Nv>

La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero) y en un principio se empleó para denominar así a todos aquellos que viajaban al nuevo mundo, sin tener ningún tipo de certeza de lo que iban a encontrar. Es ese ingrediente diferencial, la incertidumbre, la principal característica que distingue al emprendedor.

El término involucra tanto al que busca una finalidad económica comercial como aquel que inicia un proyecto con una clara impronta social.

No obstante, comenta Katz (2003), el fenómeno emprendedor se extendió cuando la escuela de negocios de Harvard dictó el primer curso empresarial en 1947 y así el tema del emprendimiento se hizo popular entre la comunidad académica y científica.

Para nosotros emprender consiste en la posibilidad de contar con un proyecto profesional propio, que sea significativo para el profesional y para el segmento social al que se dirige y en torno al cual se desplieguen las acciones que permitan su materialización.

La diferencia entre un emprendedor y un individuo común es la actitud. El emprendedor tiene la capacidad de crear, de materializar sus ideas, de generar productos o servicios, de asumir riesgos y solucionar y enfrentar problemas. Mira y descubre las oportunidades en su entorno y las toma con la finalidad de llevar a cabo un proyecto que puede beneficiarlo y que también puede extender ese beneficio a la comunidad.

Así es como Galindo (2011) considera que los emprendedores son una parte importante del proceso de creación de empleo, estimulan el crecimiento y generan riqueza y bienestar en su país de origen.

Nos queremos focalizar en la figura del *emprendedor social* que se diferencia del empresario y otros emprendedores, ya que sus emprendimientos no tienen por objetivo el lucro, o por lo menos no de forma prioritaria.

Los emprendedores sociales son agentes del cambio social que utilizan soluciones innovadoras para los problemas que se presentan en la sociedad. Son ambiciosos y persistentes y buscan ideas que provoquen cambios a gran escala.

El emprendedor social surge del autoempleo colectivo, no individual, y favorece la integración de lo social con lo económico. Las empresas que surgen de su mano suelen ser más efectivas en tiempos de crisis económicas, de tal manera que se

observa la generación de empleo de calidad, así como un crecimiento y desarrollo sostenible.

Según Sullivan (2007), el emprendedor social identifica oportunidades que se presentan así mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos.

Campo Ternera, Sepúlveda, Olivero y Huguett (2018), señalan que el emprendedor social analiza las carencias de la sociedad y trata de implementar soluciones. Inicia así un proceso que es creado y gestionado mediante una mentalidad emprendedora y una fuerte necesidad de logro, lo que le permite alcanzar la creación de un valor social para el mercado y la comunidad en general.

Creemos que podemos caracterizarlos como personas visionarias y realistas que desarrollan ideas que son usables, se caracterizan por ser éticas y reciben un apoyo bastante amplio del segmento social al que se dirigen.

Por lo tanto, un emprendedor social es una persona que busca provocar un cambio, de manera que ponen en juego su visión y pasión transformándola en acción y teniendo en claro que pueden realizar todo aquello que se proponen realizar.

Resumiendo, dicen Young y Kerlin (2010), un emprendedor social es un individuo que busca un cambio sustentable a largo plazo, a través de ideas innovadoras que les permiten intentar solucionar problemas significativos.

Aplicando el concepto de emprendimiento en el área académica

La necesidad de formar a los estudiantes en el área del emprendimiento es un tema de interés, debido a todos los estudiantes que desean terminar sus carreras y dedicarse completamente a desarrollar sus proyectos. Es así que Fayolle (2007) indica que educar y fomentar el emprendimiento es una necesidad en la sociedad actual ya que contribuye al desarrollo personal y económico de las personas.

Además, la crisis laboral que recorre el mundo ha llevado a investigar el fenómeno del emprendimiento como una manera de lograr incrementar la empleabilidad de la población.

Después de haber consultado a varios autores podemos considerar que en los países latinoamericanos los problemas relacionados con la empleabilidad son el resultado de

los cambios y situaciones políticas y económicas que los entrecruzan, sumados a los cambios demográficos, transformaciones tecnológicas y crisis financieras que han provocado quiebras empresariales.

Por lo tanto, dice Rodríguez Garnica (2016)

“Educar desde la óptica del emprendimiento supone pensar en nuevos sujetos del aprendizaje y nuevas formas de vincularse con el conocimiento, con el mundo y consigo mismo. Así pues, supondrá formar a personas con competencia emprendedora y, por lo tanto, desarrollar en el sujeto habilidades, capacidades y actitudes”.

Ripollés (2011), comenta que varias organizaciones internacionales como la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y la EU, (ExpertGroup) en el 2008 consideraron que la formación en competencias emprendedoras resulta importante para el progreso de las naciones, especialmente en la formación universitaria. Esto ocurre porque se asocia al emprendimiento universitario con la creación de nuevas empresas intensivas en conocimiento, base de la generación de empleo de calidad a largo plazo. Además, agrega la autora, el estudiante valora positivamente la formación universitaria en competencias emprendedoras ya que les proporciona el saber hacer necesario para crear su propio puesto de trabajo

Otras personas opinan que el emprender se ha convertido tan solo en una mera moda, y que surge, quizá, al no poder canalizar la vocación en un empleo rentable. Por este motivo, las personas, de todas las edades, intentan alcanzar sus objetivos convirtiéndose en sus propios jefes alcanzando su crecimiento personal, el cual va de la mano de brindarles a otros la posibilidad de tener un empleo más o menos estable.

Por su parte, la Economic Commission for Latin American de Naciones Unidas (1968) considera que la educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuáles se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones y se modifican, a su vez, los patrones de comportamiento.

Entendemos que si la educación es el medio por el cual se modifican actitudes y comportamientos, se puede considerar que hay una relación estrecha entre educación y emprendimiento, por lo que vale la pena educar a los emprendedores.

Por su parte, Stevenson (2000) considera que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución.

Los emprendedores, entonces, pueden formarse académicamente en diferentes disciplinas y en diferentes momentos de su vida académica, de ahí la importancia de su inclusión en la currícula educativa, tanto en niveles educativos como el secundario así como en el terciario y universitario y no reservarlo únicamente para los estudiantes del área de negocios, administración de empresas, economía y finanzas.

Mayer Granados, Charles Coll y De la Garza Ramos (2019) consideran que las universidades hispanoamericanas no dieron respuestas a las necesidades sociales relacionadas con el desarrollo empresarial y la generación de empleo. Les preocupa que las universidades se hayan concentrado en la formación del conocimiento pero no en la forma de transferirlo en función de las necesidades de la sociedad. Aclaran que se han concentrado en la enseñanza de habilidades y acercan al alumno al conocimiento desde el plano teórico, pero no lo ayudan a internalizarlo para aplicarlo en su entorno. En cambio, consideran que la adquisición de conocimientos sobre creación de empresas, puede ser un factor que influya en el desarrollo de habilidades emprendedoras. Por lo tanto, la capacidad emprendedora puede ser alentada a partir de la enseñanza.

Por nuestra parte, podemos agregar que las universidades argentinas deberían nutrir a los estudiantes en herramientas de transferencias para que tanto, deseen o no emprender, puedan utilizar los conocimientos obtenidos de manera práctica y rentable para sí mismos y la sociedad.

El caso de la Consultora de Ciencias de la Información



La Consultora de Ciencias de la Información (CCINFO) es un emprendimiento que nació de la amistad de tres profesionales que se conocieron en la Universidad mientras estudiaban la carrera de Bibliotecología y Documentación impartida por la Facultad de Filosofía y Letras

de la Universidad de Buenos Aires.

Todo surgió después de asistir a una Jornada auspiciada por ABGRA (Asociación de Bibliotecarios de la República Argentina) y al hablar con los colegas del interior todos ellos afirmaban que todas las capacitaciones se ofrecían en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y que muy pocas personas aceptaban viajar al interior para brindar seminarios o cursos de capacitación. Así nació la idea de brindar un servicio que permitiera que estos colegas estuvieran al tanto de las novedades sin tener que viajar.

Así, en 2006, surge CCINFO, con la intención de solucionar la carencia de los profesionales del interior del país referente a ofertas de capacitación laboral. La organización brinda cursos de capacitación en línea sobre diversas temáticas propias de la disciplina y que pueden realizarse a través de cinco a diez semanas, según la cantidad de unidades temáticas de cada programa de estudio, a través de un campus virtual.

El software de distribución libre seleccionado fue Moodle, que es una herramienta de gestión de aprendizaje muy sencilla y versátil, tanto para el estudiante como para el docente, y que permite que ambos participen de foros, compartan videos, fotografías, archivos en PDF, realicen tareas y se comuniquen por su mensajería interna.

Antes de comenzar esta aventura, ejecutaron una encuesta breve que contestaron unos 120 colegas del interior, todos los cuáles dijeron estar conformes con recibir capacitación a distancia, y señalaron que les gustaría obtener nuevos conocimientos en el área de procesos técnicos y referencia; así surgieron los primeros cursos que



demandaron un trabajo constante en la formulación de las clases, la búsqueda de bibliografía, acompañada de videos y fotografías que le permitían al alumno analizar un problema desde diferentes perspectivas, y claro está el acompañamiento de los estudiantes a través de distintas herramientas y aplicaciones del campus virtual..

Poco a poco la marca fue posicionándose en el mercado y creció de modo tal que hoy sus alumnos no sólo provienen de Argentina,

sino que además, muchos de ellos son oriundos de Uruguay, Paraguay, Brasil, Chile, Ecuador, Venezuela y Colombia.

También muchas instituciones como las Universidades UADE, Di Tella, UCA de Puerto Madero y de Córdoba, Blas Pascal, Barcelo, Flacso UBA y algunas más de Argentina, así como también de los países mencionados anteriormente confían la capacitación de su personal a la Consultora.

Actualmente ofrece una amplia variedad de cursos en el área de procesos técnicos, nuevas tecnologías, referencia y gestión. Cuenta con 38 cursos que el alumno puede optar por cursar en el momento del año que crea más conveniente.

CCINFO es una organización sin fines de lucro cuya misión consiste en ser una consultora integrada por un capital humano altamente capacitado y que desarrolla día a día servicios de vanguardia. El compromiso que asume con su cliente es el de transformar el conocimiento en valor, en beneficio del profesional en Ciencias de la Información y de todos aquellos que requieran de sus servicios.

En cuanto a su visión intenta consolidarse como una empresa líder en brindar servicios innovadores y de excelencia al profesional de Ciencias de la Información.

Esta organización también esgrime los siguientes valores:

“Los valores y principios que guían nuestro accionar diario tienen por finalidad hacer las cosas bien para nuestros clientes y para nuestros colaboradores.

Somos innovadores: brindamos toda una gama de servicios novedosos para actualizar permanentemente al profesional.

Fomentamos el desarrollo personal: de todos aquellos que colaboran en nuestro proyecto, así como el de nuestros clientes.

Trabajamos en equipo: entre los que conformamos el proyecto, para poder brindar más y mejores servicios para nuestros clientes, escuchando y analizando cada una de sus sugerencias con la finalidad de ofrecerles una prestación de alto valor agregado que satisfaga sus expectativas.

Respetamos y analizamos las ideas de nuestros clientes y de nuestra gente: es la única manera de fortalecernos y crecer juntos intelectual y humanamente.

Actuamos ante todo con ética e integridad: todas las sugerencias, comentarios y pedidos de nuestros clientes son tratados de manera profesional y confidencial.

Nos comprometemos plenamente con la sociedad y entendemos sus necesidades: por eso formamos profesionales valiosos, sensibles a los cambios y sumamente consustanciados con la realidad a nivel nacional e internacional.”³

La fidelización de los alumnos se alcanza a través de la relación que se entabla en primera instancia con el personal administrativo que se ocupa de ofrecer los servicios de CCINFO por medio de las redes sociales y por listas de correos que nuclean a bibliotecarios profesionales, y su buena predisposición para solucionar todo tipo de problemas en la forma de pago del servicio educativo, sea tanto en un pago o en cuotas con la finalidad de ayudar al alumno en el proceso de inscripción; y luego por la propuesta pedagógica que el docente establece en el campus, así como el seguimiento que realiza en su carácter de tutor, acompañando y allanando el camino por medio de una respuesta rápida ante las dudas que la lectura puede provocar en el alumnado, en la intervención en el foro y en el desarrollo de actividades que le permitan al alumno poner en acción las nuevas competencias que adquiere desde la primera clase del programa seleccionado.

Por lo general, estos alumnos recomiendan el servicio a sus amigos y colegas de trabajo ampliando la red de influencia de CCINFO.

Todos los años los programas de estudio se revisan y se modifican actualizándolos, mientras que otros nuevos surgen de acuerdo a lo que el mercado solicita.

Una modalidad que costo imponer pero que poco a poco fue aceptada fue la posibilidad de desarrollar una capacitación in company. Algunas de las universidades mencionadas, como así también empresas en las que hay bibliotecas y archivos la han solicitado. Somos los primeros en salir al mercado con una oferta de este tipo en esta área. Esta posibilidad de capacitación le brinda a la organización:

- Programar el desarrollo de cursos y seminarios a medida que le permitan capacitar a su personal rápidamente y a muy bajo costo.
- Mantener actualizado al personal sin necesidad de traslados o largas jornadas de capacitación que interfieran con su trabajo y agenda diaria.
- Importantes descuentos por volumen de inscriptos y paquetes de cursos.
- Posibilidad de solicitar reportes de participación y evolución a los instructores.

³<http://www.ccinfo.com.ar/v2/mision/>

- Sacar provecho del poder y la autonomía que les ofrece Internet para hacer de la capacitación un proceso sostenido y constante.
- Cada persona tiene la posibilidad de recorrer los contenidos según su propio ritmo de aprendizaje, repasando los contenidos y fijando los conceptos, y recurriendo al foro de consultas tantas veces como sea necesario.
- Chats programados con el capacitador y la posibilidad de concertar fechas de chats con especialistas en diversos temas como complemento del curso.
- Posibilidad de fijar una fecha de inicio propia, así como adaptar la duración del curso de acuerdo a las necesidades y tiempos disponibles de la institución o grupo de estudio.

Otros servicios que brinda CCINFO son:

- Consultoría laboral
- Consultoría en aplicación de la norma ISO 9001:2015
- Servicio de catalogación, clasificación e indización
- Consultoría en la aplicación de software libre en la Unidad de Información
- Servicio de búsqueda y recuperación de información
- Diseño web
- Servicios para docentes
- Servicio de traducción

También pone a disposición de sus colegas una Serie de Documentos de Trabajo en el área de las Ciencias de la Información que cada año crece y se enriquece con producciones variadas.

En estos momentos CCINFO cuenta con unos 30 a 50 alumnos mensuales realizando diversos cursos de su extensa oferta, todos los cuales cuentan con un arancel muy accesible para los profesionales. Además, los alumnos pueden abonar los cursos en dos cuotas y en casos especiales pueden acceder a una beca que va del 30 al 100%

Conclusiones

Entendemos que una cultura de emprendimiento se logra por medio de un proceso de aprendizaje que permite generar capacidades y competencias necesarias para emprender y de esa manera los estudiantes pueden generar ideas que decidirán si desean llevar a la práctica.

Consideramos que es necesario generar un cambio en el sistema educativo que permita al estudiante el desarrollo de competencias, habilidades de innovación y de emprendimientos, que incluya también una transformación de los contenidos y de los modelos de aprendizaje, por ese motivo los docentes desempeñan un rol importante que son los que pueden liderar una nueva perspectiva de formación utilizando diferentes herramientas que permitan transitar un camino a una nueva perspectiva de formación para desarrollar las capacidades emprendedoras.

Desde hace mucho tiempo los emprendimientos se relacionan con la formación que los individuos reciben desde la adolescencia en adelante, es decir, el emprendimiento es susceptible de ser formado en la conducta humana, de manera que los individuos puedan incorporar nuevas competencias y formarse como emprendedores en la medida que los programas de estudios brinden al estudiante herramientas que lo lleven a la innovación y a la generación de nuevos conocimientos que puedan aplicarse en la vida laboral. Es un reto para los graduados universitarios de diferentes carreras el poder emprender a través del desarrollo de algún proyecto o diseñar su trayectoria en el mercado laboral dentro de alguna empresa.

Por eso pensamos que existen muchas maneras de emprender y en la generalidad de los casos ello se corresponde con:

- los aprendizajes que se adquieren a lo largo de la vida,
- las características de la personalidad,
- las exigencias que plantea el entorno,
- así como los requerimientos de la tarea en sí, que debe ser enfrentada.

En nuestro caso de estudio aparece la figura del emprendedor social, que podemos definirlo como una persona que reconoce que hay un problema y que utiliza sus habilidades para organizar, crear y manejar su negocio con la sola finalidad de generar un impacto positivo en el segmento de la comunidad a la que dirige su esfuerzo. Estas personas desarrollan ideas nuevas o revitalizan viejas ideas y las combinan generando cambios a gran escala. Por lo tanto, es importante reconocer que el emprendimiento social puede desarrollarse en diferentes sectores, ya que es una verdadera actividad innovadora de valor social que se desarrolla en cualquier sector sin ánimo de lucro y que coexiste con el emprendimiento meramente comercial.

¿Por qué consideramos que el caso mencionado en este artículo es un emprendimiento social? Primero, porque no lo motiva el fin de lucro; los cursos que se dictan son muy económicos e incluso se promueven becas de estudio subsidiadas por

el docente entre el 30 y el 100%. Esto funciona de esta manera ya que los cursos en su totalidad son desarrollados por los docentes que iniciaron este proyecto y simplemente ven el lucro que pueden obtener de esta actividad como un complemento al salario que perciben por sus trabajos bajo relación de dependencia, o sea, no los ha movilizadado el afán de mantenerse con el dinero que puede ganar el emprendimiento, sólo se han fijado el objetivo de brindar cursos de capacitación laboral para aquellos colegas que les resulta muy difícil trasladarse para obtener esa capacitación en un entorno áulico.

Este emprendimientos se orienta a captar a todos los profesionales que necesitan capacitarse por motivos laborales, cambiar de trabajo, reinsertarse o alguna eventualidad similar.

CCINFO permanece en el mercado desde el 2006 y cada año cuenta con más estudiantes interesados en los cursos que brinda. Intenta acompañarlos en ese trayecto de aprendizaje a través de abordajes pedagógicos diferentes, introduciendo temas novedosos y convirtiéndose en pionera al abordar temas como RDA, curador de contenidos, community managment y otros similares.

Estimamos que podría tener un crecimiento mayor pero el tiempo con el que cuenta cada docente para esta actividad no es mucho, así y todo, se brinda un verdadero servicio pedagógico de calidad, según la evaluación que realizan los estudiantes y algunas de las instituciones que usan sus servicios.

Bibliografía

Campo Ternera, L.; Sepúlveda, A.; Olivero, P.; Huguett, S. (2018). Emprendimientos e innovación como motor del desarrollo sostenible: estudio bibliométrico (2006-2016). En: Revista de Ciencias Sociales, 24, 4, 26-37.

Economic Commission for Latin American.(1968). Education, Human resources and development in Latin America.Nueva York: UnitedNations. Disponible en:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/29224/S6800700_en.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Galindo, R.; Echavarría, M. V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. En: EIA, 15, 85-94.

Katz, J. A. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education: 1876–1999. En: *Journal of Business Venturing*, 18, 2, 283-300.

Martínez, F. (2009). Programa socio educativo para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes. En: *Revista Iberoamericana de Educación*, 50, 5, 1-13.

Mayer Granados, E. L.; Charles Coll, J. A.; De la Garza Ramos, M. I. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. En: *Revista Venezolana de Gerencia*, 24, 85, 23-35.

Ripollés, M. (2011). Aprender a emprender en las universidades. En: *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 187, 3, 83-88.

Rodríguez Garnica, G. (2016). Educación informal en emprendimiento y creatividad en escuelas innovadoras. En: *Opinión*, 32, 12, 425-443.

Suárez Pineda, M; Suárez Pineda, L; Zambrano Vargas, S. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá Colombia: un compromiso de la educación y los gobiernos locales. En: *Revista de Ciencias Sociales (RSC)*, 23, 4, 23–32.

Stevenson, H. (2000). Why the entrepreneurship has won. En: *Coleman White papers*. Disponible en: http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_won.pdf

Sullivan, D. (2007). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference? En: *Academy of Management Perspectives*, 21, 1, 77-78.

Young, D., Kerlin, J. A. (2010). Social Entrepreneurship. En: Anheier, H. K.; Toepler, S; List, R. (Eds). *International Encyclopedia of Civil Society* (pp. 1415-1420). New York: Springer Science + Business Media.