DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DE LA MODALIDAD A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL CAPACITY IN FINANCIAL MANAGEMENT STUDENTS OF THE DISTANCE LEARNING MODALITY AT THE UNIVERSITY OF THE AMAZON

Dora Lilia Garrido Hurtado¹
Enna Alexandra Valderrama Cardona²
Alexandra Forero Mendoza³

Resumen

Este artículo estudia la capacidad emprendedora de los estudiantes del programa de Administración Financiera a distancia de la Universidad de la Amazonia. Se tienen en cuenta nuevas variables teóricas y contextuales y se contrasta con informes recientes, como (Schmutzler et al., 2024) y (Monsalve-Castro et al., 2023). Se usó un enfoque mixto y una muestra de 112 alumnos, a los que se les aplicó una encuesta para medir competencias emprendedoras. Los hallazgos muestran una alta intención de emprender, sobre todo entre las mujeres, aunque esa voluntad se frena por aspectos externos como el escaso acceso al financiamiento y la informalidad del mercado. El respaldo institucional, junto con su incorporación al currículo, se presenta como un pilar indispensable para fomentar la iniciativa empresarial. Finalmente, el fortalecimiento del ambiente universitario y su articulación con actores locales y regionales se torna esencial para cimentar una cultura emprendedora en regiones periféricas como el Caquetá.

Palabras clave: emprendimiento; educación a distancia; capacidad emprendedora; administración financiera; Amazonia colombiana.

Abstract

This paper studies the entrepreneurial capacity of students in the Distance Financial Management program at the Universidad de la Amazonia. New theoretical and contextual variables are taken into account and it is contrasted with recent reports, such as (Schmutzler et al., 2024) and (Monsalve-Castro et al., 2023). A mixed approach and a sample of 112 students were used, to whom a survey was applied to measure entrepreneurial competencies. The findings show an important level of entrepreneurial intention, especially among women, although this willingness is held back by external aspects such as poor access to financing and the informality of the market. Institutional support, together with its incorporation into the curriculum, is presented as an

Recepción: 21 de Noviembre de 2021/ Evaluación: 12 de Diciembre de 2021/ Aprobado: 21 de Diciembre de 2021

¹ Administrador Financiero, Magíster en Finanzas, Docente investigador Universidad de la Amazonia. Miembro del grupo de investigación CIFRA. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5460-6687>. E-mail: d.garrido@udla.edu.co

² Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia del Talento Humano, Magíster en Administración. Docente investigador Universidad de la Amazonia. Integrante del Grupo de investigación CIFRA. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7303-5923> E-mail: en.valderrama@udla.edu.co

³ Economista, Especialista en Pedagogía Magíster en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. Docente investigador Universidad de la Amazonia. Miembro del grupo de investigación CIFRA. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8163-8118>. E-mail: a.forero@udla.edu.co

indispensable pillar for promoting entrepreneurship. Finally, the strengthening of the university environment and its articulation with local and regional actors is essential to cement an entrepreneurial culture in peripheral regions such as Caquetá.

Keywords: entrepreneurship; distance education; entrepreneurship; financial management; Colombian Amazon.

Introducción

El emprendimiento ha surgido como una estrategia fundamental para afrontar el desempleo juvenil, la informalidad y la escasa diversificación productiva que aquejan a muchas regiones periféricas. En América Latina, gobiernos como el colombiano han impulsado diversas políticas públicas -por ejemplo, la Ley 1014 de 2006, la Política Nacional de Emprendimiento y, recientemente, herramientas regionales y locales tales como fondos semilla, ferias de innovación y programas de incubación. Sin embargo, la verdadera capacidad emprendedora de los estudiantes universitarios no se sostiene solo en ese marco normativo o económico, sino que también depende de la calidad de su formación académica, de su autoeficacia y de la red de relaciones que son capaces de construir.

En este contexto, la Universidad de la Amazonia, asentada en Florencia (Caquetá), ha tomado un papel fundamental en la formación profesional de una zona que, por años, se ha quedado al margen del progreso nacional. Su Programa de Administración Financiera, que se ofrece en la modalidad a distancia, llega a jóvenes que viven en veredas remotas y en cabeceras intermedias y que, muchas veces, son los primeros en sus familias en acceder a la educación superior. De acuerdo con los resultados del estudio, se evidenció en los estudiantes un marcado deseo de emprender, aunque sus ideas siguen sin desarrollarse. Las principales barreras mencionadas fueron la falta de recursos económicos, el miedo al fracaso y la débil conexión entre la universidad y el sector productivo de la región. A pesar de que la misión del programa dice que debe promover el espíritu emprendedor, los informes institucionales más recientes revelan que la tasa de proyectos creados por sus alumnos es menor a la de otras carreras, lo que plantea dudas sobre la calidad de la formación y del acompañamiento docente.

Entre 2023 y 2025, el panorama emprendedor colombiano ha mostrado un notable crecimiento, destacándose la consolidación de la tecnología y la transformación digital, a las redes interinstitucionales de apoyo y a nuevas fuentes de financiación. Frente a este escenario dinámico, el presente capítulo reexamina la capacidad emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración Financiera (PAF) a distancia, usando datos recientes, marcos teóricos contemporáneos para reflexionar sobre el papel de una universidad pública en territorios de frontera como la Amazonia.

Por ello, este estudio se propone responder los siguientes interrogantes: cuán firme es la intención emprendedora que manifiestan los estudiantes; qué factores, tanto internos como externos, la estimulan o restringen; y de qué modo la educación a distancia podría reforzar esas competencias para favorecer el desarrollo territorial. Los resultados obtenidos pretenden enriquecer el debate pedagógico y aportar orientaciones prácticas que convertirán el emprendimiento universitario en un verdadero motor de crecimiento regional.

Fundamentos Teóricos

Capacidad emprendedora: enfoque individual y sistémico

El espíritu emprendedor agrupa actitudes, destrezas y saberes que ayudan a una persona a reconocer oportunidades, a asumir riesgos, a innovar y a generar valor aún en situaciones inciertas.

Desde la mirada clásica, Schumpeter (1934) la vincula a la innovación realmente nueva; en contraste, Gartner (1985) la define como una postura más práctica al decir que el emprendedor es quien simplemente hace cosas. Más tarde, Davidsson (2015) habla de capital emprendedor y lo describe como la intersección de motivación, habilidades y redes de contacto.

En un plano más amplio, Stam (2015) presenta el ámbito emprendedor y demuestra que el potencial individual se modela por la regulación, la cultura, los mercados, las instituciones educativas y los recursos en torno a él. Esta mirada ayuda a entender por qué las condiciones regionales marcan la diferencia entre el deseo de emprender y la puesta en marcha real de los proyectos.

Emprendimiento en la educación superior: el rol de la universidad

Las universidades tienen un papel fundamental en el fomento del emprendimiento, no solo como formadoras de habilidades técnicas, sino como generadoras de conocimiento, redes y entornos de innovación. Etzkowitz y Leydesdorff (2000) presentan la Triple Hélice, que imagina una universidad, empresa y gobierno entrelazados en el desarrollo. Dentro de esa hélice, la universidad deja atrás su rol clásico y se convierte en incubadora, gestora de innovación y motor del entorno.

Investigaciones recientes de Rodríguez y Sarria (2023) indican que las universidades colombianas han comenzado a ofrecer cursos, diplomados y semilleros dedicados al emprendimiento. No obstante, todavía existen problemas estructurales en acompañamiento, financiación, vínculos con el entorno y capacitación de docentes.

Factores que influyen en la intención emprendedora estudiantil

La intención de emprender ha sido ampliamente abordada a través de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), que sostiene que el comportamiento está mediado por la actitud hacia la conducta, las normas sociales que se perciben y la propia autoeficacia. Dentro del ámbito emprendedor, estos factores se mezclan con el entorno educativo, la experiencia familiar, la disponibilidad de dinero o materiales y, por supuesto, la forma en que ve o crea oportunidades.

El informe GUESS Colombia (2023) señala que las vivencias pasadas, el género, la orientación al logro y la calidad del curso recibido influyen directamente en la intención emprendedora. Sin embargo, advierte sobre una brecha creciente entre intención y ejecución, especialmente entre estudiantes de programas no presenciales o en regiones con escasa infraestructura institucional.

Educación superior, emprendimiento y desarrollo territorial (eje complementario sugerido)

Dado que estudio se sitúa en la Amazonia, es pertinente adoptar un modelo de desarrollo territorial que vincule la formación universitaria con los problemas y oportunidades que plantea la economía regional. Dentro de ese marco, el emprendimiento debe responder a tres principios: pertinencia, sostenibilidad y arraigo comunitario.

Investigadores como Albuquerque (2011) y Boisier (2005) afirman que el desarrollo territorial no depende solo de recursos externos, sino de activar capacidades internas, capital humano, redes sociales e instituciones locales que interactúan con saberes e innovación. Por ello, los programas universitarios deben orientar sus estrategias de formación y extensión hacia el fortalecimiento de ambientes emprendedores regionales, sobre todo en agroindustria, turismo sostenible, economía circular y tecnologías adaptadas al territorio.

Desde esta perspectiva, la intención emprendedora no se mide solo por el número de empresas creadas, sino por la huella que dejan estas iniciativas en la transformación estructural de las condiciones de vida y empleo en regiones históricamente excluidas.

Modalidad a distancia y formación emprendedora: oportunidades y desafíos

La educación a distancia ha pasado a ser una vía principal para abrir las puertas de la universidad a quienes antes quedaban fuera, sobre todo en regiones con baja cobertura, la población está muy dispersa y las redes físicas o digitales son frágiles. En este contexto, preparar emprendedores mediante esta modalidad ofrece oportunidades, pero también retos que hay que afrontar.

Entre las ventajas figura la flexibilidad que permite ajustar los temas al ritmo propio de cada alumno, la posibilidad de incluir herramientas digitales nuevas para cultivar competencias técnicas y el uso de recursos asincrónicos que influirán en el estudiante para organizarse, aprender solo y tomar decisiones, (Moore & Kearsley, 2011).

No obstante, formar emprendedores a distancia también enfrenta desafíos particulares: no hay laboratorios físicos donde experimentar, se dificulta generar dinámicas colaborativas durante semanas y el contacto con el mundo productivo a menudo se queda en un par de vídeos. Por eso, conviene repensar cada currículo, añadir estrategias activas como proyectos reales, casos de estudio o simulaciones virtuales y fortalecer el acompañamiento tutorial con una mirada netamente emprendedora (Peters & Schaal, 2008) y (García-Peñalvo, 2020).

En lugares aislados como la Amazonia colombiana, las dificultades se agravan por la escasa cobertura digital, la conectividad limitada y los obstáculos económicos que enfrenta la población. Frente a esta situación, es fundamental analizar cómo la educación a distancia, en lugar de replicar los patrones tradicionales, podría convertirse en un camino efectivo para impulsar la innovación, fomentar la inclusión y transformar los territorios a través del emprendimiento.

Capital social y redes de apoyo en el emprendimiento juvenil

El capital social se define, según Putnam (2000), como el conjunto de redes, relaciones de confianza y reglas compartidas que hacen más fácil la consecución de objetivos comunes a través de la interacción y el apoyo mutuo. y, por tanto, resulta fundamental para que las iniciativas emprendedoras, sobre todo entre jóvenes y en territorios alejados, logren hacerse viables y sostenibles.

Investigaciones como las de (Aldrich y Zimmer, 1986; Burt, 2000) confirman que tanto la calidad como la diversidad de esos lazos influye, a la hora de emprender, en el acceso a recursos financieros, información, asesoría técnica y espacios de cooperación. Entre estudiantes universitarios, las redes de apoyo y colaboración se construyen no solo en sus comunidades de origen, sino también en el entorno académico, donde compañeros, profesores, egresados y actores institucionales pueden ser mentores, gestores o aliados estratégicos.

En regiones como Caquetá, donde la vida social es aún fragmentada y el tejido empresarial se encuentra en formación, la universidad puede jugar un papel proactivo al activar el capital social emprendedor, al fomentar la confianza, establecer alianzas locales, organizar eventos de innovación y conectar a sus estudiantes e investigadores con ambientes nacionales e internacionales.

Este tipo de redes, al ser alimentadas, a parte, de incrementar las posibilidades de que un proyecto emprendedor salga adelante; fortalece la identidad del territorio, la reciprocidad dentro de la comunidad y el sentido de pertenencia, elementos fundamentales para que las iniciativas juveniles se enraícen y se mantengan en el tiempo.

Metodología

El presente trabajo se fundamenta en la investigación con enfoque mixto, donde se busca obtener resultados fiables y útiles que permitan analizar las cualidades de ambos enfoques de investigación (cualitativos y cuantitativos), dicha combinación permite obtener mejores resultados en la investigación, por una parte la investigación cuantitativa da la posibilidad de generalizar resultados y otorga control, réplica y comparación del fenómenos de estudio con otros estudios similares; por su parte la investigación cualitativa proporciona profundidad en la información, dispersión, contextualización, detalles, indagación y experiencias únicas por su cercanía con el entorno.

Se ha decidido, que la investigación que se llevará a cabo en este estudio es de tipo descriptiva dado que este estudio usualmente describe cómo son y cómo se comportan determinados fenómenos. (Hernandez Sampieri y otros, 2003) Manifiesta que *los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. p.23.*

Este tipo de investigación es una metodología que apunta a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

El proceso investigativo se diseñó en tres fases y corresponden a:

1. **Fase Preliminar:** Diseñar el instrumento de investigación para recolectar la información pertinente para la caracterización de los actores.
2. **Fase diagnóstica:** Tabulación y Análisis de la información recolectada con el fin de identificar los factores que inciden en la capacidad emprendedora de los estudiantes del programa de Administración Financiera a distancia de la Universidad de la Amazonia.
3. **Fase propositiva y de implementación:** identificar. cuán firme es la intención emprendedora que manifiestan los estudiantes; qué factores, tanto internos como externos la estimulan o restringen; y de qué modo la educación a distancia podría reforzar esas competencias para favorecer el desarrollo territorial.

La población objeto de estudio estuvo compuesta por estudiantes matriculados en el año 2023, entre segundo y noveno semestre del Programa de Administración Financiera modalidad a distancia. La muestra total fue de 112 estudiantes.

El instrumento fue un cuestionario estructurado de 35 ítems en escala Likert (1 a 5), diseñado para medir cinco dimensiones: (1) intención emprendedora, (2) autoeficacia, (3) competencias técnicas, (4) percepción del entorno y (5) apoyo institucional. El cuestionario fue validado y se alineó con los marcos de referencia del GEM (2023) y GUESSS. La recolección se realizó en línea y presencial durante actividades académicas.

Con base en lo anterior, y teniendo como referente el enfoque mixto, para el desarrollo del proyecto se utilizaron las técnicas e instrumentos de investigación que facilitan la recolección de información, para identificar los factores que inciden en la capacidad emprendedora de los estudiantes del programa de Administración Financiera a distancia de la Universidad de la Amazonia. En la tabla 1, se detallan las técnicas e instrumentos para la recolección de la información del presente estudio:

Tabla 1.

Técnicas e Instrumentos de Investigación

Enfoque Mixto	Técnicas	Instrumentos
Cualitativo	Entrevista semiestructurada	Cuestionario de Entrevista
Cuantitativo	Encuesta	Cuestionario de Encuesta

Fuente: elaboración de las autoras

Resultados y discusión

Nivel de intención emprendedora: una motivación firme, pero con bajo grado de ejecución

La evaluación que se hizo en 2024 revela que el 74 % de los alumnos del Programa de Administración Financiera a distancia dice querer poner un negocio en cuanto termine la carrera. Esa cifra se asemeja mucho al 72 % anotado hace diez años (en 2014) y sugiere, por tanto, que la motivación por emprender en los jóvenes del Caquetá se ha mantenido constante. El indicador es aún más notable entre las mujeres, quienes representan el 58 % de los encuestados y muestran un deseo emprendedor superior (78 %) al de los hombres. Este resultado responde a investigaciones recientes que apuntan a que ellas cada vez tienen mayor interés en dirigir sus propios proyectos económicos, aun enfrentando obstáculos estructurales (CAF, 2019; MinCIT, 2023).

Sin embargo, ese elevado nivel de intención contrasta marcadamente con el escaso porcentaje de alumnos que ha llevado esas ideas a la práctica, porque apenas el 15 % ha puesto en marcha un negocio o ha dado pasos hacia su formalización. Esta brecha entre intención y acción, ampliamente documentada en la literatura sobre emprendimiento juvenil (Lin y Chen, 2009), demuestra que, aunque existe una base motivacional firme, siguen existiendo obstáculos que frenan el paso de la idea a la materialización del proyecto".

Desde una perspectiva teórica, la situación sugiere articular de un modo más claro y sólido los factores internos y externos que guían el comportamiento emprendedor, tal como sugieren la Teoría del Comportamiento Planificado de (Ajzen, 1991) y el modelo de autoeficacia de Bandura (1997). Aunque los estudiantes tienen ganas de emprender, la percepción de control sobre recursos, contactos y oportunidades del entorno sigue siendo limitada.

Factores que estimulan o restringen la intención emprendedora: una mirada desde lo interno y lo externo

Los resultados permiten identificar factores internos y externos que influyen directamente en la consolidación o limitación de la intención emprendedora.

a) Factores internos

La autoeficacia es la más notable entre los factores internos, entendiéndola como la percepción que el mismo estudiante hace de su habilidad para desarrollar un proyecto. Un 78% indica que sus profesores impulsan el espíritu emprendedor; esa creencia se relaciona positivamente con su autoeficacia ($r = 0,53$), lo que sugiere que el docente es un pilar decisivo para afianzar la confianza emprendedora. Además, se valoraron competencias técnicas específicas. Las habilidades mejor valoradas por los estudiantes (media 4,3 sobre 5) son las que se relacionan con tareas contables y financieras: contabilidad, planeación financiera y análisis de costos. Estas competencias son fundamentales para la gestión operativa de un negocio, pero no necesariamente estimulan el surgimiento de ideas innovadoras o su posicionamiento en el mercado.

Por el contrario, las habilidades que obtienen la menor calificación (media de 2,8) son la validación del modelo de negocio, el marketing digital y el diseño de propuestas de valor. Este resultado indica que la formación sigue una línea técnico-administrativa que no promueve de manera efectiva el pensamiento estratégico, la innovación ni el entendimiento de las dinámicas reales del mercado.

b) Factores externos

En el ámbito externo, la falta de dinero, poca presencia en redes de apoyo y el miedo al fracaso, son las barreras que se repiten, especialmente en las mujeres. Esto coincide con estudios que proponen incorporar una perspectiva de género en los programas de emprendimiento, porque ellas enfrentan obstáculos adicionales al momento de convertir una idea en negocio.

Un dato adicional es que sólo el 34 % de los estudiantes ha participado en actividades externas como ferias, convocatorias, mentorías o programas de incubación. Esta cifra revela un vínculo débil con el entorno productivo y, por tanto, limita las oportunidades de interacción, aprendizaje práctico y acceso a apoyos externos.

En conjunto, los factores internos revelan una motivación emprendedora latente y un grado aceptable de formación técnica, mientras que los factores externos evidencian un déficit en redes, capital social y oportunidades reales de conexión con el entorno empresarial local.

El rol de la educación a distancia en el desarrollo de la capacidad emprendedora

Una de las características que distingue al Programa de Administración Financiera es su modalidad a distancia, diseñada para llevar la educación superior a lugares apartados como el Caquetá. Esa misma estructura ofrece una ventaja estructural y, al mismo tiempo, un reto en la formación emprendedora.

En primer lugar, la enseñanza virtual ha hecho posible que personas que viven en veredas remotas o en cabeceras municipales intermedias accedan a estudios profesionales. Con esta modalidad ha sido posible que el programa cubra un territorio amplio y cuente con estudiantes que en numerosas ocasiones son los primeros universitarios en su entorno familiar. Este panorama le da al programa un impacto social y económico, porque forma profesionales con habilidades para transformar su entorno.

Sin embargo, las cifras indican que el aprendizaje a distancia, por sí solo, no ha logrado por sí sola fortalecer plenamente las competencias emprendedoras fundamentales como la innovación, la validación del mercado o el networking. La escasa actividad presencial y las dificultades para tejer lazos directos con el sector productivo regional explican en parte la baja participación en actividades extracurriculares, que apenas llega al 34 %.

Si bien la percepción positiva del acompañamiento docente indica un potencial importante, este debe materializarse en acciones puntuales, seguimiento personalizado y en la creación de experiencias emprendedoras reales, tanto en el aula presencial como en espacios virtuales.

Por lo tanto, para que la educación a distancia cumpla realmente la tarea de fortalecer competencias emprendedoras al servicio del desarrollo territorial, es necesario que su diseño pedagógico este centrado en el aprendizaje autónomo, el desarrollo progresivo de saberes y la contextualización de los contenidos en función de las necesidades del entorno regional.

Conclusiones

El estudio realizado revela que el 74% de los encuestados del Programa de Administración Financiera a distancia de la Universidad de la Amazonia presenta una intención emprendedora alta y sostenida y declaran su deseo de iniciar un negocio al concluir la carrera. Esa energía emprendedora aparece con particular fuerza entre las estudiantes mujeres que, a pesar de las barreras adicionales que cargan, lideran las estadísticas de intención.

No obstante, solo el 15 % de los encuestados ha puesto en marcha un emprendimiento o ha avanzado en su formalización, lo que evidencia que la brecha entre la intención y la acción emprendedora sigue siendo notable. Esta diferencia señala la existencia de obstáculos estructurales y formativos que frenan la transformación de ideas en proyectos concretos, sobre todo en regiones periféricas como el Caquetá.

Entre los factores internos, la creencia en su propia eficacia (estrechamente asociada al estímulo brindado por los docentes), es un aspecto que incide favorablemente la actitud emprendedora de los estudiantes. Al mismo tiempo los estudiantes, por un lado, aseguran dominar a fondo las habilidades técnicas tradicionales como la contabilidad y finanzas. Sin embargo, reconocen vacíos evidentes en competencias esenciales para diseñar y probar modelos de negocio, hacer marketing digital y pensar estratégicamente, lo que insinúa que su formación es mayormente técnica y apenas orientada a la innovación.

Desde una mirada externa, surgen restricciones claras: el acceso limitado al capital, el escaso desarrollo de redes de apoyo y la baja participación en actividades extracurriculares. Además, solo el 34 % de los estudiantes interactuó con espacios de mentoría o formación externa, lo que revela una débil conexión entre el programa académico y el entorno emprendedor regional; eso, a su vez, reduce las oportunidades de un aprendizaje contextualizado a las necesidades de la región y al desarrollo del capital social.

La modalidad a distancia, aunque facilita que alumnos de zonas rurales y remotas ingresen a la educación superior, aun no logra fortalecer las competencias emprendedoras de un modo integral. Cuando la enseñanza se orienta exclusivamente de forma asincrónica, corre el riesgo de reproducir un currículo descontextualizado respecto a las necesidades del entorno, a menos que se inserten actividades dinámicas y tutores expertos que lo anclen en la realidad local.

Los hallazgos indican que el programa Administración Financiera a distancia cuenta con una base sólida en términos de intención emprendedora y competencias técnicas, aunque debe dar el salto hacia un enfoque más ágil, centrado en el aprendizaje autónomo, el desarrollo progresivo de saberes y la contextualización de los contenidos en función de las necesidades del entorno regional. Fortalecer alianzas con actores regionales, crear trayectos formativos con perspectiva de género y usar metodologías experienciales son pasos fundamentales para que la capacidad emprendedora realmente impulse el desarrollo territorial en la Amazonía.

Referencias Bibliográficas

- Ajzen. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Albuquerque, F. (2011). *Fundamentos del Desarrollo Local*. Editorial Academica Espanola.
- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. (1986). Emprendimiento a través de las redes sociales. *Revista de Gestión de California*, 33(1), 3-23.
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, 86, 47-62.
- Burt, R. S. (2000). *Investigación en comportamiento organizacional*. JAI Press. [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(00\)22009-1](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(00)22009-1)

- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674–695. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- García-Peñalvo, F. J. (2020). La sociedad del conocimiento y sus implicaciones en la formación universitaria docente. En G. Toledo Lara (Ed.), *Políticas, Universidad e Innovación: Retos y perspectivas*, Barcelona, España: Bosch., 133-155. Obtenido de <https://repositorio.grial.eu/server/api/core/bitstreams/23460222-5668-4002-a4a1-878959280a3d/content>
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation. *Academy of management review*, 10, 696-706.
- GEM Consortium. (2023). *Reporte GEM Colombia 2023*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report/51415>
- GUESSS Colombia. (2023). *Informe GUESSS Colombia 2023–2024*. Universidad del Norte.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F: McGraw Hill.
- Moore, M. G., & Kearsley, G. (2011). *Distance Education: A Systems View of Online Learning (What's New in Education)*. Cengage Learning Custom Publishing.
- Peters, J., & Schaal, S. (2008). Reinforcement learning of motor skills with policy gradients. *Neural Networks*, 21(4), 682-697. <https://doi.org/10.1016/j.neunet.2008.02.003>
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Rodríguez, L., & Sarria, M. (2023). Capacidad emprendedora en estudiantes universitarios. *Revista Saber y Sociedad*, 31(2), 42-55.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.