

La intención del Emprendimiento, un análisis desde la teoría del comportamiento planeado

La enseñanza del Emprendimiento, un análisis desde la teoría del comportamiento planeado

^aJulio Alfonso González-Mendoza, ^bJorge de Jesús Cañizares-Arévalo, ^cMaribel Cárdenas-García

● a. Doctor en Administración de Negocios, alfonsogonzalez@ufps.edu.co,
Docente tiempo completo Universidad Francisco de Paula Santander
<https://orcid.org/0000-0001-6329-3347>, Cúcuta, Colombia

● b. Magister en Ciencia Política, jjcanizaresa@ufps.edu.co
Docente tiempo completo Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña
<https://orcid.org/0000-0002-7838-4695>

● c. Doctora en Educación, mcardenasg@ufps.edu.co
Docente tiempo completo Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña
<https://orcid.org/0000-0003-3404-8806>

Forma de citar: J.A. González-Mendoza, J.J. Cañizares-Arevalo, M. Cárdenas-García, La intención del emprendimiento un análisis desde la teoría del comportamiento planeado, la enseñanza del Emprendimiento, un análisis desde la teoría del comportamiento planeado, Mundo Fesc, vol 11, no S6, pp. 443-454,2021

Resumen

Cada vez más, la dinámica de la globalización del conocimiento, de las comunicaciones y de la economía, ha conllevado que la cualificación del recurso humano se constituya como la mejor alternativa en los procesos para superar la pobreza y alcanzar el desarrollo de los pueblos, teniendo como protagonistas individuos innovadores, propositivos con capacidad de adaptarse a cambios impuestos por un mercado altamente competitivo. En este propósito cobra fundamental importancia el desarrollo cognitivo desde el aula de clase encaminado en despertar en el estudiante el espíritu empresarial. El objetivo de la investigación es analizar la intención de emprendimiento desde la teoría del comportamiento planeado en el programa de Administración Empresas de la universidad Francisco de Paula Santander. La investigación se realizó a 40 estudiantes de Administración de Empresas, cuyo currículo cuenta con la asignatura obligatoria de Emprendimiento. Utilizando una metodología cuantitativa, para la que se tuvo en cuenta tres momentos: antes del curso de Emprendimiento (M1), durante el curso (M2) y después del curso (M3), lo que facilitó percibir cambios en las creencias sobre la actitud, la percepción de las normas subjetivas y la percepción del control del comportamiento e intención del estudiante para convertirse en emprendedor. De acuerdo a los resultados producto de las indagaciones realizadas al curso a mitad de semestre (M2), se encontró que los estudiantes experimentan un aumento significativo en la confianza en los factores de

Autor para correspondencia:

*Correo electrónico: alfonsogonzalez@ufps.edu.co



actitudes, normas subjetivas, percepción de control con respecto al inicio del curso.

Palabras clave: Competitividad, emprendimiento, liderazgo, proceso cognitivo.

Clasificación JEL: I10, I21, I23

Abstract

Increasingly, the dynamics of the globalization of knowledge, communications and the economy has led to the qualification of human resources becoming the best alternative in the processes to overcome poverty and achieve the development of peoples, taking As protagonists, innovative individuals, proactive with the ability to adapt to changes imposed by a highly competitive market. In this purpose, cognitive development from the classroom aimed at awakening the entrepreneurial spirit in the student is of fundamental importance. The objective of this research is to understand how the Francisco de Paula Santander University, through the Business Administration program, contributes to the formation of this type of leadership. The research was carried out on 40 Business Administration students, whose curriculum includes the compulsory subject of Entrepreneurship. Using a quantitative methodology, for which three moments were taken into account: before the Entrepreneurship course (M1), during the course (M2) and after the course (M3), which made it easier to perceive changes in beliefs about attitude, the perception of the subjective norms and the perception of the behavior control and intention of the student to become an entrepreneur. According to the results of the inquiries made to the course in the middle of the semester (M2), it was found that students experience a significant increase in confidence in the factors of attitudes, subjective norms, perception of control with respect to the beginning of the course.

Keywords: Competitiveness, entrepreneurship, leadership, cognitive process.

Introducción

El espíritu empresarial como alternativa para el crecimiento económico es fundamental en los procesos para alcanzar el desarrollo, especialmente en un mundo cada vez más globalizante, abarcado por todo tipo de mercados altamente competitivos. En efecto, dicha alternativa ha sido motivo esencial de estudio tanto por la academia y sector empresarial, como por los diferentes gobiernos quienes son cada vez más conscientes de promover la cultura empresarial a través de la educación de

emprendimiento.

La educación de emprendimiento tiene dos modelos principales: uno basado en procesos y modelos teóricos en el que el plan de negocios se diseña siguiendo un arquetipo, el otro modelo está basado en experiencias significativas que surgen de la interacción de ideas y acciones en un entorno empresarial. La literatura da cuenta de la ineficiencia de los primeros y la efectividad de los segundos.

Significa entonces, la gran responsabilidad y el reto que deben asumir las instituciones de educación

superior en la formación del recurso humano con iniciativas de transformar, innovar y crear nuevas empresas, con la capacidad de adaptarse a los cambios y exigencias de la modernidad.

La educación de emprendimiento es una responsabilidad de las universidades, con transversalidad en todos los procesos académicos, de tal manera que involucren la teoría con situaciones de experiencias reales; con el propósito de despertar en el estudiante habilidades que le permita interpretar eficazmente las señales del entorno y fortalecer las cualidades requeridas en la formación de nuevos liderazgos, resilientes ante situaciones adversas de tal manera que contribuyan a forjar el carácter necesario para la toma de decisiones futuras.

Por otra parte, la Teoría del Comportamiento Planificado considera que existen elementos que permiten predecir el comportamiento o conducta de un individuo respecto a un objeto, acción o evento denominado actitud, que en este estudio se trata del emprendimiento, y que al ser abordados permiten diseñar la conducta de un individuo frente ese objeto. Estos factores son: a) la actitud, b) la percepción de las normas subjetivas, y c) la percepción del control del comportamiento, que implica su creencia sobre la capacidad para convertirse en empresario exitoso.

Con base en estos preceptos teóricos se realiza la investigación de tipo cuantitativo en 40 estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander, en tres momentos específicos: Antes, durante y después de los cursos de emprendimiento, aplicando los instrumentos propuestos por Ajzen [1], autor de Teoría de Comportamiento

Planificado.

El artículo está organizado de la siguiente manera: las bases teóricas que abordan los variables de espíritu empresarial, comportamiento planeado y emprendimiento; luego se explica la metodología de la investigación; posteriormente, se dan a conocer los resultados y discusiones del objeto de estudio y finalmente se presentan las conclusiones.

Bases Teóricas

El espíritu empresarial es clave para el desarrollo económico y, por ende, se ha convertido en un área de interés para las economías emergentes [2, 3]. La sociedad, las universidades y el gobierno, cada vez más son conscientes de desarrollar políticas que incentiven la cultura empresarial y como resultado, se están desarrollando currículos que promueven el emprendimiento y el espíritu empresarial [4].

El Emprendimiento

El emprendimiento es un proceso intencional respaldado por un sistema de creencias, desde el cual se enmarcan las suposiciones del individuo acerca del espíritu empresarial [5]. Los emprendedores aprenden a través de experiencias concretas que surgen de la interacción de ideas y acciones [6], realizando procesos repetidos o iterativos a lo largo del tiempo que fortalecen y forjan el espíritu emprendedor [7]

Probablemente los cursos de emprendimiento impartidos por algunas instituciones de educación superior, estén basados en el desarrollo de un plan de negocios hipotético y modelos

teóricos de negocios [8, 9] los cuales no brindan al estudiante la experiencia necesaria para desarrollar resiliencia, valor y autoeficacia que lo convierta en un empresario exitoso. Los cursos se enfocan en aumentar la comprensión de lo que se debe hacer para iniciar un negocio siguiendo un proceso ideal [10], e ignorando cómo aprenden y actúan las personas, especialmente en momentos de crisis [11, 12], y cómo se debe actuar frente a la ambigüedad e incertidumbre inherentes del entorno empresarial [7]. Por lo tanto, la Educación Empresarial debería ser impartida por las universidades, a través de experiencias que involucren habilidades de persistencia y resiliencia [13, 14], que con el tiempo crean competencias empresariales [15], y permiten al individuo reflexionar sobre fracasos y éxitos, con las cuales se prepara para decisiones futuras [16]. En la actualidad se está prestando atención al espíritu emprendedor de los jóvenes, especialmente porque son vulnerables al desempleo, por lo que su aprendizaje es la base para que las ideas creativas e innovadoras tengan éxito [17]. El espíritu empresarial empodera a los adultos jóvenes para crear empresas sostenibles y combatir el deseo de ser empleado por el de ser empresario [18, 19].

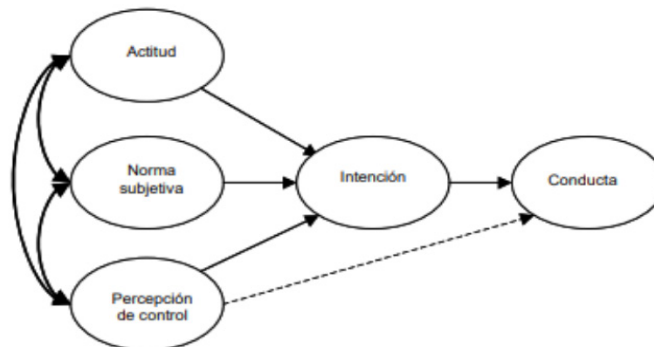
La juventud representa un gran potencial de emprendedores y una forma de integrar personas al mercado laboral [20]. Por lo tanto, la educación empresarial puede mejorar la empleabilidad para que los individuos se centren en las oportunidades, sean conscientes de sí mismos y estén en sintonía con el entorno empresarial [21].

El emprendimiento es para la juventud, la forma ideal de crear su propia seguridad laboral y éxito profesional [22]; por lo tanto, fomentar una mentalidad emprendedora hace que las personas se vuelvan sus propios empleadores, reconozcan las necesidades y oportunidades insatisfechas en la sociedad, se empoderen de las comunidades, generen desarrollo y agreguen valor a ecosistema empresarial [23].

Teoría del Comportamiento Planeado

La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) considera que existen elementos que permiten predecir el comportamiento o conducta de un individuo respecto a un objeto, acción o evento denominado actitud [17, 18], lo que en relación a la presente investigación hace referencia al

Figura 1. Esquema del Comportamiento Planeado



comportamiento de un individuo frente al emprendimiento o espíritu empresarial. De acuerdo a la TPC, existen tres factores interrelacionados que influyen en la intención de un individuo para convertirse en emprendedor: a) la actitud, b) la percepción de las normas subjetivas, y c) la percepción del control del comportamiento, que implica su creencia sobre la capacidad para convertirse en empresario exitoso. Fishbein y Ajzen [17], por tanto, los autores creen que, si estos tres elementos aumentan, su intención aumentará y en consecuencia llevará a alguien a convertirse en empresario (ver figura 1).

La actitud, la conforman las creencias que el individuo tiene sobre un objeto y la evaluación que hace de las mismas. La norma subjetiva, se refiere a la percepción o creencia que otros individuos tienen del comportamiento y la motivación que se requiere para cumplir unas expectativas. La percepción de control se trata de la percepción sobre la habilidad y confianza que el individuo para realizar la acción, por lo tanto involucra sus capacidades, conocimientos y competencias [19]; en otras palabras la percepción de control es la capacidad o autosuficiencia para realizar una conducta [20, 21].

Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el método cuantitativo, con tres momentos diferentes: antes del curso de Emprendimiento (M1), durante el curso de Emprendimiento (M2) y después del curso de Emprendimiento (M3), los cuales permiten comprender los cambios en las creencias sobre la Actitud, Percepción de las Normas Subjetivas, Percepción del Control del comportamiento e Intención

del estudiante para convertirse en emprendedor.

(M1) sirve como base para establecer la percepción de los factores de la TPC, (M2) provee la información sobre los cambios de acuerdo a las experiencias y expectativas del estudiante, mientras que (M3), brinda información sobre la eficiencia y pertinencia de los cursos de emprendimiento sobre el espíritu empresarial del individuo.

El programa de Administración de empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Cúcuta, tiene en su pensum académico tres cursos de emprendimientos (Idea de negocios, Emprendimiento II y Emprendimiento III) en los semestres cuarto, quinto y sexto. En estos cursos hay aproximadamente 150 estudiantes por cada semestre académico lo que constituye la población observada. Los momentos para la aplicación de los instrumentos de recolección de información se realizaron antes de ver los cursos de emprendimiento (M1), durante los cursos de emprendimiento (M2) y cuando el estudiante ha aprobado los tres cursos (M3). En cada uno de esos momentos se aplicó la encuesta a 40 estudiantes. La técnica de selección de la muestra fue por conveniencia.

El instrumento para recolectar la información se desarrolló, de acuerdo a trabajo de Ajzen [1] sobre Teoría de Comportamiento Planificado, con reactivos tipo Likert donde 1 es Totalmente en Desacuerdo y 5 es Totalmente de Acuerdo.

Para medir los factores se redactaron preguntas de la siguiente forma: a) Actitud, se establecieron cinco

preguntas, que indagan sobre creencia que tienen los estudiantes de convertirse en emprendedor; b) Normas subjetivas, se indagó, mediante siete preguntas, sobre cómo los estudiantes perciben que su familia y amigos estarían orgullosos si comenzara un negocio; c) Percepción de Control, se establecieron nueve preguntas que midieron la percepción de seguridad y control que se tienen para convertirse en empresarios exitosos; y d) Intención, se utilizaron nueve preguntas que se indagaron sobre la convicción, recursos y medios que se tienen para convertirse en emprendedores.

Análisis de Resultados

Para establecer los valores de cada factor, se utilizó el análisis de conglomerados jerárquicos, con la ayuda del SPSS, en el cual se agrupan los valores de las preguntas para llegar a un único valor en cada momento (M1, M2 y M3). Dado que el objetivo de la investigación es analizar la intención de emprendimiento desde la teoría del comportamiento planeado en el programa de Administración Empresas de la universidad Francisco de Paula Santander, para ello correlacionan las variables Intención de Emprendimiento, con cada uno de los factores de la TCP, es decir se establece correlación entre Intención y 1) Actitud, 2) Normas subjetivas y 3) Percepción de Control

Tabla 1. Grado de relación entre las actitudes, normas subjetivas, percepción de control vs intención de emprendimiento

		Intención
Actitud	Rho de Spearman= ρ	0.690
	Significancia = α	0.001
	Existe Correlación	Si
Norma Subjetiva	Rho de Spearman= ρ	0.538
	Significancia = α	0.029
	Existe Correlación	Si
Percepcion de Control	Rho de Spearman= ρ	0.390
	Significancia = α	0.000
	Existe Correlación	Si

Esta información muestra que el Rho de Spearman entre Actitud e Intención es de 0.690 y el nivel de significancia es 0.001; entre Norma Subjetiva e Intención, el Rho de Spearman es de 0.538 y el nivel de significancia es 0.029; y entre Percepción de Control e Intención, el Rho de Spearman es 0.390 y el nivel de significancia es 0; lo cual significa que hay suficiente evidencia estadística para afirmar que existe correlación positiva fuerte entre la Intención de

Emprendimiento y cada uno de los factores de la TPC. Los datos que se muestran en la tabla 1, pertenecen a información obtenida en el primer momento (M1), y la información del M2 y M3 aplicando el mismo tratamiento estadístico se obtuvieron resultados similares. Ahora, utilizando conglomerados jerárquicos, para agrupar la información encontrada en cada uno de los tres momentos de cursar la asignatura de emprendimiento (antes=M1, durante=M2

y después=M3), se obtiene la información se presentan a continuación. En la Tabla 2 y la Figura 2, se muestra la percepción

de los estudiantes con respecto a la Actitud, Normas Subjetiva, Percepción de Control e Intención de Emprendimiento

Tabla 2. Percepción de los estudiantes durante los tres momentos

	M1	M2	M3
Actitud	3.40	4.94	3.31
Norma Subjetiva	3.73	3.96	3.70
Percepcion de Control	3.00	3.50	3.13
Intención	3.27	3.61	3.24

(Ver tabla 1).

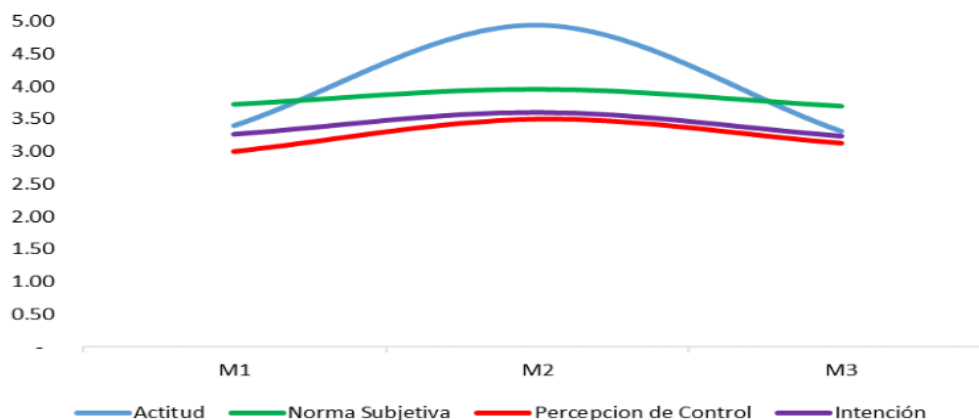
Para establecer correlación entre las variables mencionadas se utiliza el estadístico de Rho de Spearman el cual indica que, si hay valores próximos a 1, entonces existe una correlación positiva-fuerte; de igual si hay valores cercanos a -1, significa que existe una correlación negativa-fuerte, sin embargo, si hay valores próximos a cero, no hay correlación. Además de que valor de Rho de Spearman sea diferente a cero (0), es necesario tener en cuenta que el valor de significancia alfa (α), debe ser menor a 0.05, es decir, que esté por debajo del margen de error (E) definido en la muestra.

La TCP es una teoría del cambio que se

centra en la importancia de la intención [25], por lo tanto, en primera instancia, se busca evaluar el grado de relación entre Actitudes, Normas subjetivas, Percepción de control con respecto a la Intención de emprendimiento, (ver tabla 1).

El primer momento muestra que el mayor valor encontrado es el de Norma Subjetiva (3.73), seguido de Actitud (3.40), Intención (3.27) y percepción de Control (3.0). De acuerdo con Ajzen and M. Fishbein [25], la Norma Subjetiva representa la percepción que tiene la sociedad sobre una situación dada, en este caso la Intención de emprendimiento, por lo tanto, la información encontrada señala que existe mayor confianza, por parte del estudiante, de lo que

Figura 2. Percepción de los estudiantes durante los tres momentos



podría creer la sociedad y la familia acerca de la posibilidad de convertirse en emprendedor; sin embargo, la Percepción de Control, hace referencia a las capacidades que se tienen para afrontar la misma situación, que en este caso significa que hay un menor grado de confianza sobre las capacidades y competencia que se puedan tener para hacerlo realidad.

La misma información indica que en mitad del curso (M2) los estudiantes experimentarán un aumento significativo en la confianza en los factores de Actitudes, Normas Subjetivas, Percepción de control con respecto a antes de iniciar el curso (M1). Esto sugiere que la experiencia de los estudiantes en su exposición inicial sobre educación de emprendimiento fue positiva, puesto que todos los factores reflejan crecimiento importante, especialmente en el de la Actitud, lo que indica que la introducción al curso motivó y generó confianza en la intención de convertirse en empresarios.

Con respecto a (M3), que hace referencia al momento relacionado con la indagación realizada a los estudiantes después de haber terminado el curso de emprendimiento, respondieron NO experimentar cambios significativos entre Actitudes, Normas Subjetivas y Percepción de control con respecto a antes de comenzar el curso de emprendimiento (M1), puesto que los valores obtenidos en la percepción en Actitudes, Normas subjetivas, Percepción de Control e intención son estadísticamente similares al inicio de semestre, incluso más bajos. Dichos resultados reflejan baja incidencia motivacional del curso de emprendimiento en la generación de confianza en la actitud de espíritu

empresarial en los estudiantes objeto de estudio.

Esto indica que el enfoque en los modelos conceptuales de la enseñanza del emprendimiento no tiene impacto positivo, por el contrario socava la confianza y el deseo de los estudiantes de ser emprendedores, lo cual es crítico, pues de acuerdo a Vamvaka, Stoforos, Palaskas, & Charalampos [22], estos estudios son determinantes clave en la construcción de la cultura y acción empresarial

Teniendo en cuenta las implicaciones socioeconómicas de preparar inadecuadamente a los estudiantes para que se conviertan en futuros empresarios exitosos, se considera fundamental revisar los contenidos del micro currículo, así como la metodología y didácticas utilizadas en el aula de clase, desarrollando estrategias pedagógicas innovadoras que faciliten al estudiante su proceso de enseñanza y aprendizaje; la educación de emprendimiento sugiere no utilizar metodologías tradicionales de enseñanza, sino por el contrario, ajustarlas al contexto para desarrollar emprendedores reales [23, 24, 25, 26, 7]. De la misma manera, es importante que el docente que oriente este tipo de asignatura cuente con la experticia necesaria y con la capacidad de trasladar al aula de clase todas sus experiencias exitosas relacionadas con nuevos emprendimientos.

Los estudiantes tienen una motivación inicial en primer acercamiento con los cursos, debido a la presentación de los contenidos, los procesos, objetivos y características del curso, en los que los estudiantes adquieren una gran expectativa del mismo (M2), no obstante,

en la medida que transcurre el desarrollo del programa esa intención se va desvaneciendo e inclusive socaba la intención del espíritu empresarial. Eso sugiere que el hecho de realizar planes de negocios mediante modelos teóricos, no construye cultura empresarial, como si lo harían experiencias empresariales concretas, en la que el estudiante esté enfrentado a situaciones reales que le generen tensión, que le den la oportunidad de aprender, adquirir persistencia y resiliencia para tomar las decisiones más adecuadas, como lo propone [13, 14].

Los resultados encontrados dan cuenta de la falta de efectividad de los cursos de educación de emprendimiento basados en procesos y la falta de experiencias reales en un entorno empresarial. La expectativa que tiene el estudiante antes del curso es alta, y en la medida que se presenta y desarrolla el curso aumenta, no obstante, al final del curso queda socavada la confianza del espíritu empresarial del estudiante, lo cual coincide con algunos teóricos expuestos anteriormente.

Por lo tanto, es imperativo el diseño y construcción de un micro pertinente, acompañado de técnicas pedagógicas y didácticas orientadas a motivar al estudiante a ser emprendedor. Por consiguiente, se replantea la construcción hipotética de ideas de plan de negocios y se fortalece el enfoque orientado a la experiencia y vivencia de ideas reales del entorno empresarial. Además, la Universidad a través de los programas académicos deberá repensar en las metodologías utilizadas y plantear un micro currículo que dé respuesta a la realidad de contextos empresariales, incorporar

metodologías basadas en problemas que despierte el el espíritu empresarial basado en oportunidades reales.

Conclusiones

Antes del curso de emprendimiento, los estudiantes de administración de empresas observados, tienen una buena calificación de todos los factores de la Teoría del Comportamiento Planificado, destacándose el de Norma Subjetiva (3.73), seguido de Actitud (3.40), Intención (3.27) y percepción de Control (3.0). Esto significa que el estudiante cree que la sociedad y la familia tienen una buena aceptación sobre la posibilidad de convertirse en emprendedor, mientras que la menor confianza está en las capacidades, competencias y medios que se pueden tener para hacerlo realidad.

La segunda observación realizada en la mitad de curso, los datos señalan que los estudiantes experimentan un aumento significativo en la confianza en los factores de Actitudes, Normas Subjetivas, Percepción de control con respecto al inicio del curso.

La observación realizada al final del curso, los estudiantes NO experimentan cambios significativos en ningún factor, ya que los datos encontrados son similares al comienzo del semestre, e incluso más bajos; lo que se puede interpretar que no hay impacto positivo e incluso puede socavar la confianza del espíritu emprendedor.

Teniendo en cuenta las implicaciones socioeconómicas de preparar inadecuadamente a los estudiantes para que se conviertan en empresarios exitosos, se considera fundamental ajustar los contenidos programáticos y la metodología de los cursos de emprendimiento, dejando atrás los métodos de enseñanza

basados en modelos teóricos y procesos, fortaleciendo el esfuerzo en experiencias empresariales concretas, en la que el estudiante interprete los cambios del entorno empresarial y se enfrente a situaciones reales que le generen tensión, que le den la oportunidad de aprender, ser resiliente y capaz de tomar decisiones en condiciones reales.

Finalmente, la expectativa que tiene el estudiante antes del curso es alta, y en la medida que se presenta y desarrolla el curso aumenta, no obstante, al final del curso queda socavada la confianza del espíritu emprendedor del estudiante, lo cual coincide con la base teórica expuesta en el presente artículo.

Referencias

- [1] I. Ajzen, "Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire," *Technical Report*, pp. 1-6, 2006.
- [2] D. Audretsch and M. Keilbach, "Entrepreneurship and regional growth: an evolutionary," *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 5, pp. 605-616, 2004.
- [3] S. Wennekers, A. Van Wennekers, R. Thurik and P. Reynolds, "Nascent entrepreneurship and the level of economic development," *Small business economics*, vol. 24, no. 3, pp. 292-309, 2005.
- [4] F. Liñán, J. Rodríguez-Cohard and J. Rueda-Cantuche, "Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education," *International entrepreneurship and management Journal*, vol. 7, no. 2, pp. 195-218, 2011.
- [5] N. Krueger and I. Welp, "Neuroentrepreneurship: what can entrepreneurship learn from neuroscience?" In *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy—2014*, M. H. Morris, Ed., Cheltenham / Northampton: Edward Elgar Publishing, 2014.
- [6] G. Hägg and A. Kurczewska, "Who is the student entrepreneur? Understanding the emergent adult through the pedagogy and andragogy interplay," *Journal of Small Business Management*, vol. 57, pp. 130-147, 2019.
- [7] J. Dobson, C. Y., L. Dobson and A. Moros, "Success Through Failure: Towards a Problem-Based Approach to Entrepreneurship," *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, vol. 4, no. 3, pp. 225-260, 2021.
- [8] M. Morris, "Establishing moorings and foundations in entrepreneurial education. Annals in Entrepreneurship Education series," in *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy – 2014*, M. Morris, Ed., Northampton, MA, Edward Elgar Publishing., 2014.
- [9] M. Goldsby, D. Kuratko, M. Marvel and T. Nelson, "Design-Centered Entrepreneurship: A four stage iterative process for opportunity development," *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, vol. 29, no. 6, pp. 47-490, 2017.
- [10] J. Levie, *Enterprising education in higher education in England*, London: Department for Education and Employment, 1999.

- [11] P. Kirschner, J. Sweller and R. Clark, "Why Minimal Guidance During Instruction Does Not Work: An Analysis of the Failure of Constructivist, Discovery, Problem-Based, Experiential, and Inquiry-Based Teaching," *Educational Psychologist*, vol. 41, no. 2, pp. 75-86, 2006.
- [12] S. Sarasvathy, *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*, London: Edward Elgar Publishing, 2009.
- [13] R. Baron and S. Shane, *Entrepreneurship: A process perspective*, Mason, OH: South-Western, 2004.
- [14] M. Cardon, J. Wincent, J. Singh and M. Drnovsek, "The nature and experience of entrepreneurial passion," *Academy of management Review*, vol. 34, no. 3, pp. 511-532, 2009.
- [15] I. Syed and B. Mueller, "Finding the passion to persevere: An exploration of the mechanisms by which passion fuels entrepreneurial grit," *Frontiers of Entrepreneurship Research*, vol. 34, no. 6, pp. 1-15, 2014.
- [16] C. Argyris and D. Schon, *Organizational learning II: A theory of action perspective*, Pensilvania: Sage, 1996.
- [17] J. Lindner, "Entrepreneurial learning for TVET institutions: A practical guide.," UNESCO-UNEVOC, París, 2020.
- [18] I. Biney, "Adult learning and small-scale business promotion in the communities: Prospects, challenges, and strategies," *International Journal of Technology and Entrepreneurship (IJTE)*, vol. 1, no. 1, pp. 21-35, 2018.
- [19] F. Nafukho, N. Wawire and P. Lam, *Management of adult education organisations in Africa*, París: Pearson Education and UNESCO, 2021.
- [20] F. Green, "Youth entrepreneurship," OECD, París, 2013.
- [21] QAA Enterprise and Entrepreneurship Review, "Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK education providers. The Quality Assurance Agency for Higher Education," QAA, London, 2018.
- [22] N. Scarborough, *Effective small business management: An entrepreneurial approach (10th ed.)*, Hoboken: Prentice Hal, 2012.
- [23] E. Carayannis and D. Campbell, "'Mode 3' and 'Quadruple Helix': Toward a 31st century fractal innovation ecosystem," *International Journal of Technology Management*, vol. 46, no. 3/4, pp. 201-234, 2009.
- [24] I. Ajzen and M. Fishbein, *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 1980.
- [25] I. Ajzen and M. Fishbein, *The influence of attitudes on behavior*, D. Albarracín, B. T. Johnson and M. P. Zanna, Eds., Massachusetts: University of Massachusetts Amherst, 2005, pp. 173, 221.
- [26] M. Fishbein and I. Ajzen, *Belief*,

- attitude, intention and behavior: An introduction to Theory and Research, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
- [27] A. Bandura, "Self-Efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change," *Psychological Review*, vol. 84, pp. 191-215, 1977.
- [28] A. Bandura, *Pensamiento y acción. Fundamentos sociales*, Barcelona: Martínez-Roc, 1987.
- [29] V. Vamvaka, C. Stoforos, T. Palaskas and B. Charalampos, "Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences," *Journal of Innovation Entrepreneurship*, vol. 9, no. 5, pp. 1-10, 2020.
- [30] D. Rae and M. Carswell, "Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: the development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences," *Education and Training*, vol. 42, no. 4, pp. 220-225, 2000.
- [31] L. Pittaway and R. Thorpe, "A framework for entrepreneurial learning: A tribute to Jason Cope," *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 24, no. 9-10, pp. 837-859, 2012.
- [32] H. Neck, P. Greene and C. Brush, *Practice-based entrepreneurship education using actionable theory.*, Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2014.
- [33] R. White and R. D'Souza, *Links between learning speed and opportunity recognition*. In M. H. Morris, Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2014.