

**Experiencias sobre competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios: un estudio cualitativo**

*Experiences of Entrepreneurial Psychosocial Competencies among University Students: A Qualitative Study*

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0512>

**Carlos Humberto Chunga-Antón**<sup>1\*</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-8131-6685>  
[cchung@unasam.edu.pe](mailto:cchung@unasam.edu.pe)

**Cesar Hernan Norabuena-Mendoza**<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0001-9832-5126>  
[cnorabuenam@unasam.edu.pe](mailto:cnorabuenam@unasam.edu.pe)

**Eva Delfina Zarzosa Márquez**<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-8041-5227>  
[ezarzosam@unasam.edu.pe](mailto:ezarzosam@unasam.edu.pe)

**Lorenzo Rafael Valderrama Plasencia**<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0001-9413-7363>  
[ivalderramap@unasam.edu.pe](mailto:ivalderramap@unasam.edu.pe)

**Recibido:** 25/04/2026

**Aceptado:** 14/07/2026

**RESUMEN**

El objetivo del estudio fue comprender las experiencias vividas por estudiantes universitarios de Administración de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo respecto al desarrollo de sus competencias psicosociales emprendedoras. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con diseño fenomenológico, mediante entrevistas semiestructuradas aplicadas a ocho estudiantes seleccionados por muestreo intencional. Las categorías iniciales fueron visión y orientación emprendedora, autoeficacia y tolerancia al riesgo, creatividad e innovación aplicada, adaptabilidad, persistencia y resiliencia, liderazgo, comunicación, networking y formación emprendedora universitaria. El análisis se realizó mediante codificación temática reflexiva, identificando unidades de significado, códigos y categorías emergentes. Los resultados evidencian que los estudiantes reconocen el emprendimiento como una oportunidad de crecimiento personal y profesional; sin embargo, experimentan dificultades para definir metas claras, asumir riesgos, comunicar sus ideas, transformar propuestas en proyectos, liderar equipos, perseverar ante el fracaso y buscar redes de apoyo. Asimismo, valoran los talleres y actividades extracurriculares, pero consideran que deben ser más prácticos, contextualizados y acompañados por docentes, mentores o emprendedores reales. Se concluye que las competencias psicosociales emprendedoras requieren fortalecerse mediante experiencias formativas aplicadas, mentoría, acompañamiento institucional y espacios universitarios que promuevan autoconfianza, creatividad, resiliencia, liderazgo y networking.

**Palabras Clave:** competencias psicosociales, emprendimiento universitario, estudiantes universitarios, fenomenología, educación superior.

1. <sup>1</sup>Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Perú

\* Autor de correspondencia: [cchung@unasam.edu.pe](mailto:cchung@unasam.edu.pe)

## ABSTRACT

The objective of this study was to understand the lived experiences of Business Administration students at Santiago Antúnez de Mayolo National University regarding the development of their entrepreneurial psychosocial competencies. The research adopted a qualitative approach with a phenomenological design. Semi-structured interviews were conducted with eight students selected through purposive sampling. The initial categories were entrepreneurial vision and orientation, self-efficacy and risk tolerance, applied creativity and innovation, adaptability, persistence and resilience, leadership, communication, networking, and university-based entrepreneurship education. The analysis was conducted through reflexive thematic coding, identifying units of meaning, codes, and emerging categories. The findings show that students perceive entrepreneurship as an opportunity for personal and professional growth; however, they experience difficulties in setting clear goals, taking risks, communicating their ideas, transforming proposals into projects, leading teams, persevering in the face of failure, and seeking support networks. They also value workshops and extracurricular activities but consider that these should be more practical, context-specific, and supported by professors, mentors, or experienced entrepreneurs. It is concluded that entrepreneurial psychosocial competencies should be strengthened through applied learning experiences, mentoring, institutional support, and university environments that foster self-confidence, creativity, resilience, leadership, and networking.

**Keywords:** psychosocial competencies, university entrepreneurship, university students, phenomenology, higher education.

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento universitario constituye actualmente una dimensión relevante de la educación superior, debido a que permite articular la formación profesional con la creatividad, la innovación, la solución de problemas y la generación de valor social y económico. En este sentido, el emprendimiento no se limita a la creación de empresas, sino que comprende una forma de pensar y actuar frente a oportunidades, necesidades y desafíos del entorno. Jardim (2021) sostiene que las habilidades emprendedoras necesarias para el mundo global y digital integran creatividad, innovación, iniciativa, autoeficacia, resiliencia, planificación estratégica, resolución de problemas, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y networking. Esta perspectiva permite comprender el emprendimiento como una competencia transversal para la vida académica, profesional y social.

Desde esta lógica, las competencias psicosociales emprendedoras pueden entenderse como el conjunto de capacidades personales, emocionales, cognitivas y relacionales que permiten a los estudiantes identificar oportunidades, asumir riesgos, formular metas, trabajar con otros, enfrentar dificultades, comunicar ideas y convertir iniciativas en acciones concretas. Bernadó y Bratzke (2024) señalan que las competencias emprendedoras deben comprenderse desde un enfoque procesual, que va desde la identificación de oportunidades hasta la creación de valor, considerando además factores psicológicos y contextuales que influyen en su desarrollo.

En los últimos años, la educación emprendedora ha recibido mayor atención en las instituciones de educación superior. Liszt-Rohlf et al. (2025) identificaron que la

investigación sobre educación emprendedora se concentra principalmente en estudiantes de educación superior y en competencias como creatividad, autoconciencia y autoeficacia. Asimismo, Liu et al. (2025) evidencian que las competencias emprendedoras estudiantiles se relacionan con educación emprendedora, aprendizaje experiencial, interdisciplinariedad, entorno universitario, docentes, políticas institucionales y experiencias prácticas.

A pesar de ello, diversos diagnósticos previos sobre estudiantes universitarios de Administración evidencian dificultades vinculadas con claridad de objetivos, logro de metas, comunicación de la visión, tolerancia al riesgo, creatividad, innovación, adaptabilidad, liderazgo, resiliencia, networking, mentoría y valoración de talleres de emprendimiento. Esta información sirvió como base para plantear las categorías iniciales de la presente investigación fenomenológica, orientada a comprender cómo los estudiantes viven y significan sus competencias psicosociales emprendedoras.

El problema se ubica en que muchos estudiantes universitarios pueden reconocer la importancia del emprendimiento, pero no siempre cuentan con la seguridad, orientación, habilidades comunicativas, redes de apoyo o experiencias prácticas necesarias para convertir sus ideas en proyectos sostenibles. Laydes et al. (2024) evidencian que la educación empresarial influye en las habilidades innovadoras y en la autoeficacia emprendedora de los estudiantes universitarios, lo que confirma la importancia de fortalecer estas capacidades desde el proceso formativo.

A partir de lo expuesto, la pregunta general de investigación fue: ¿cómo experimentan los estudiantes universitarios de Administración de la UNASAM el desarrollo de sus competencias psicosociales emprendedoras?

Las preguntas específicas fueron: ¿cómo construyen los estudiantes su visión personal, académica y emprendedora? ¿Cómo experimentan la toma de decisiones, el riesgo y la incertidumbre en proyectos académicos o emprendedores? ¿Cómo perciben su creatividad e innovación para generar ideas y resolver problemas? ¿Cómo afrontan los cambios, fracasos y dificultades durante el desarrollo de proyectos? ¿Cómo viven sus experiencias de liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y networking? ¿Qué significado otorgan a los talleres, mentorías y actividades extracurriculares de emprendimiento ofrecidas por la universidad?

El objetivo general fue comprender las experiencias vividas por estudiantes universitarios de Administración de la UNASAM respecto al desarrollo de sus competencias psicosociales emprendedoras. Los objetivos específicos fueron describir la construcción de la visión emprendedora, comprender la experiencia del riesgo y la incertidumbre, explorar la creatividad e innovación aplicada, interpretar la adaptabilidad, persistencia y resiliencia frente a dificultades, analizar las experiencias de liderazgo, comunicación y networking, y comprender el significado otorgado a la formación emprendedora universitaria.

## METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con diseño fenomenológico. Este diseño fue pertinente porque permitió comprender las experiencias vividas por los estudiantes respecto a sus competencias psicosociales emprendedoras, priorizando los significados que atribuyen a sus vivencias académicas, personales y formativas. Creswell y Poth (2024) señalan que la investigación fenomenológica permite explorar experiencias compartidas por un grupo de participantes en torno a un fenómeno específico, buscando describir su esencia desde las voces de quienes lo viven.

El fenómeno de estudio fue el desarrollo de competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios de Administración. Estas competencias fueron entendidas como capacidades vinculadas con visión emprendedora, autoeficacia, tolerancia al riesgo, creatividad, innovación, adaptabilidad, resiliencia, liderazgo, comunicación, networking, mentoría y formación emprendedora universitaria.

Los participantes fueron ocho estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Se trabajó con estudiantes que cursaban entre el quinto y décimo ciclo, debido a que se consideró que en esos ciclos ya habían tenido mayor contacto con trabajos grupales, proyectos académicos, actividades extracurriculares o experiencias vinculadas al emprendimiento. La selección se realizó mediante muestreo intencional, considerando como criterios de inclusión estar matriculado en la carrera de Administración, haber participado en alguna experiencia académica o extracurricular relacionada con proyectos, emprendimiento, liderazgo o trabajo en equipo, y aceptar voluntariamente participar en la entrevista. Se excluyeron estudiantes que no aceptaron el consentimiento informado o que no tuvieron disponibilidad para participar en la entrevista.

La técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada. Esta técnica permitió recoger relatos abiertos sobre experiencias personales, dificultades, percepciones y significados relacionados con el emprendimiento universitario. El instrumento fue una guía de entrevista fenomenológica compuesta por veinte preguntas abiertas, organizadas según seis categorías iniciales: visión y orientación emprendedora; autoeficacia, riesgo y miedo al fracaso; creatividad e innovación aplicada; adaptabilidad, persistencia y resiliencia; liderazgo, comunicación y networking; y formación emprendedora universitaria.

Las entrevistas fueron individuales y tuvieron una duración aproximada de 35 a 45 minutos. Antes de iniciar, se explicó a cada participante el propósito de la investigación, la confidencialidad de la información, el uso académico de los datos y el derecho a retirarse del estudio en cualquier momento. Para preservar el anonimato, los participantes fueron codificados como E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7 y E8.

El procedimiento de recolección de información se desarrolló en cuatro momentos. Primero, se elaboró la guía de entrevista a partir de las categorías teóricas y diagnósticas identificadas previamente. Segundo, se contactó a los estudiantes y se verificó el cumplimiento de los criterios de inclusión. Tercero, se aplicaron las entrevistas semiestructuradas, promoviendo un ambiente de confianza para que los participantes narraran sus experiencias con libertad. Cuarto, se transcribieron las entrevistas y se organizó la información en matrices de codificación.

El análisis de la información se realizó mediante análisis temático reflexivo. Braun y Clarke (2022) proponen este tipo de análisis como un procedimiento flexible para identificar patrones de significado en datos cualitativos, mientras que Byrne (2022) plantea que dicho análisis permite organizar los relatos en códigos y temas interpretativos de manera rigurosa.

El proceso analítico siguió seis fases. En la primera, se realizó una lectura completa de las transcripciones para familiarizarse con la información. En la segunda, se identificaron unidades de significado relacionadas con metas, miedo al fracaso, creatividad, liderazgo, redes de apoyo, mentoría y formación universitaria. En la tercera, se construyeron códigos iniciales. En la cuarta, se agruparon los códigos en categorías temáticas. En la quinta, se revisó la coherencia interna de cada categoría. En la sexta, se redactaron los resultados, integrando citas representativas de los participantes.

Para fortalecer el rigor cualitativo, se aplicaron criterios de credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad. La credibilidad se aseguró mediante lectura repetida de las transcripciones y contraste de los códigos con los relatos de los



participantes. La transferibilidad se favoreció mediante la descripción del contexto, los participantes y el fenómeno estudiado. La dependencia se garantizó mediante una ruta metodológica clara y ordenada. La confirmabilidad se fortaleció evitando imponer interpretaciones externas que no estuvieran sustentadas en los relatos.

## RESULTADOS

Los resultados se organizaron en seis categorías fenomenológicas que sintetizan la experiencia de los estudiantes respecto al desarrollo de sus competencias psicosociales emprendedoras.

**Tabla 1**

*Categorías, códigos y unidades de significado de las entrevistas*

| Categoría central                                           | Categoría fenomenológica                  | Códigos cualitativos                                                                                        | Unidad de significado                                                                                                                                      | Relato representativo                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Experiencias sobre competencias psicosociales emprendedoras | Visión y orientación emprendedora         | Metas poco claras, dificultad para planificar, intención sin acción, búsqueda de futuro profesional         | Los estudiantes reconocen que tienen aspiraciones personales y profesionales, pero no siempre logran convertirlas en metas organizadas o planes concretos. | "Tengo ideas de lo que quiero lograr, pero a veces no sé cómo ordenarlas ni qué pasos seguir para empezar" (E2).  |
|                                                             | Autoeficacia, riesgo y miedo al fracaso   | Inseguridad, temor a equivocarse, baja confianza, postergación de decisiones                                | Los estudiantes viven el riesgo como una posibilidad de error, pérdida o crítica, lo que limita su disposición para emprender.                             | "Me da miedo iniciar algo y que no funcione, por eso muchas veces prefiero esperar o no intentarlo todavía" (E5). |
|                                                             | Creatividad e innovación aplicada         | Ideas ocasionales, dificultad para ejecutar, falta de recursos, bajo reconocimiento                         | Los estudiantes se perciben creativos en algunos momentos, pero tienen dificultades para transformar sus ideas en proyectos reales.                        | "Ideas sí hay, pero llevarlas a algo concreto es más difícil porque falta orientación, tiempo y apoyo" (E1).      |
|                                                             | Adaptabilidad, persistencia y resiliencia | Estrés ante cambios, dificultad para aceptar críticas, abandono de proyectos, aprendizaje del error         | Los estudiantes enfrentan los cambios con inseguridad; algunos aprenden de la experiencia, mientras otros se desmotivan rápidamente.                       | "Cuando algo cambia de golpe me desordeno, pero si alguien me explica o me orienta trato de corregir" (E6).       |
|                                                             | Liderazgo, comunicación y networking      | Vergüenza para liderar, dificultad para comunicar ideas, poca red de contactos, baja búsqueda de apoyo      | Los estudiantes valoran el liderazgo y las redes, pero no siempre se sienten preparados para comunicarse o relacionarse estratégicamente.                  | "Me cuesta explicar mi idea porque pienso que tal vez no me van a entender o me van a criticar" (E3).             |
|                                                             | Formación emprendedora universitaria      | Talleres poco prácticos, necesidad de mentoría, actividades extracurriculares, acompañamiento institucional | Los estudiantes consideran que la universidad debe ofrecer talleres más prácticos, asesoría personalizada y espacios para ejecutar proyectos.              | "Los talleres serían mejores si nos ayudaran a crear algo real y no solo escuchar teoría" (E8).                   |

La primera categoría, visión y orientación emprendedora, evidencia que los estudiantes relacionan el emprendimiento con la posibilidad de construir un futuro profesional independiente, generar ingresos, resolver problemas o crear algo propio. Sin embargo, sus experiencias muestran que esta visión todavía se encuentra en construcción. Los participantes expresan deseos generales, como terminar la carrera, trabajar, apoyar a su familia o iniciar un negocio, pero no siempre cuentan con metas específicas, cronogramas, recursos identificados o estrategias para avanzar. Esto revela una brecha entre aspiración y planificación.

Desde una interpretación fenomenológica, la falta de claridad no debe comprenderse como ausencia de interés, sino como una experiencia de incertidumbre frente al futuro. Los estudiantes desean emprender, pero no siempre saben cómo iniciar. En consecuencia, la visión emprendedora aparece como una competencia que requiere orientación, acompañamiento y ejercicios prácticos de formulación de metas.

La segunda categoría, autoeficacia, riesgo y miedo al fracaso, muestra que los estudiantes viven el riesgo como una experiencia emocionalmente desafiante. En sus relatos, el fracaso aparece asociado con vergüenza, crítica, pérdida de tiempo o decepción personal. Esta situación limita la acción emprendedora, pues varios estudiantes prefieren postergar sus ideas antes que exponerse a un resultado negativo. La autoeficacia, en este caso, se manifiesta como una competencia frágil que depende del apoyo recibido, la experiencia previa y la confianza en las propias capacidades.

La tercera categoría, creatividad e innovación aplicada, evidencia que los estudiantes sí reconocen momentos de creatividad, especialmente cuando trabajan en equipo o deben resolver tareas académicas. Sin embargo, la dificultad principal aparece cuando deben convertir una idea en un proyecto concreto. La innovación aplicada exige recursos, validación, conocimiento técnico, tiempo, acompañamiento y seguridad para presentar propuestas. Por ello, los estudiantes perciben que “tener ideas” no es suficiente si no existen condiciones para desarrollarlas.

La cuarta categoría, adaptabilidad, persistencia y resiliencia, permite comprender cómo los estudiantes afrontan dificultades y cambios. Algunos participantes señalan que los cambios inesperados les generan estrés o desorganización. Otros reconocen que la retroalimentación puede ayudarles a mejorar, aunque no siempre saben cómo utilizarla. En esta categoría, la resiliencia aparece como una competencia en proceso, pues los estudiantes pueden aprender de los errores cuando cuentan con acompañamiento, pero tienden a abandonar o postergar proyectos cuando se sienten solos.

La quinta categoría, liderazgo, comunicación y networking, muestra que los estudiantes reconocen la importancia de dirigir equipos, comunicar ideas y construir redes de contacto. No obstante, manifiestan dificultades para liderar, hablar en público, persuadir, resolver conflictos o buscar apoyo externo. La comunicación aparece como una competencia central, porque influye en la capacidad de explicar proyectos, convocar aliados, pedir asesoría y sostener relaciones profesionales.

La sexta categoría, formación emprendedora universitaria, evidencia una valoración crítica de los talleres, seminarios y actividades extracurriculares. Los estudiantes no rechazan estos espacios; por el contrario, consideran que pueden ser útiles, pero demandan que sean más prácticos, contextualizados y vinculados con problemas reales. Esto permite interpretar que la universidad cumple un papel central como mediadora entre la intención emprendedora y la acción emprendedora.

En conjunto, los resultados muestran que las competencias psicosociales emprendedoras no se presentan de manera aislada. La visión necesita planificación; la creatividad requiere orientación; la autoeficacia permite asumir riesgos; la resiliencia sostiene la continuidad; el

liderazgo facilita la colaboración; la comunicación permite socializar ideas; y el networking abre oportunidades de apoyo y aprendizaje.

## DISCUSIÓN

Los resultados del estudio permiten sostener que las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios se encuentran en proceso de construcción. Este hallazgo coincide con Jardim (2021), quien plantea que las habilidades emprendedoras necesarias para el mundo actual integran creatividad, innovación, iniciativa, autoeficacia, resiliencia, resolución de problemas, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y networking. En el presente estudio, estas competencias aparecen como necesidades formativas más que como capacidades plenamente consolidadas.

Respecto a la visión emprendedora, los estudiantes muestran aspiraciones de crecimiento, pero dificultades para organizar sus metas en acciones concretas. Este resultado se relaciona con Bernadó y Bratzke (2024), quienes sostienen que las competencias emprendedoras siguen un proceso que va desde la identificación de oportunidades hasta la creación de valor. En ese sentido, los estudiantes entrevistados se ubican principalmente en una etapa inicial de identificación de ideas, pero con limitaciones para avanzar hacia la planificación, ejecución y evaluación.

En cuanto a la autoeficacia y el miedo al fracaso, los hallazgos coinciden con Adeniyi (2023), quien encontró que la autoeficacia emprendedora cumple un papel mediador entre la educación emprendedora y la preparación para iniciar emprendimientos. Asimismo, Zhang y Chen (2024) evidenciaron que la educación emprendedora influye en la intención emprendedora a través de la autoeficacia y que la perseverancia o grit puede fortalecer este proceso. En el presente estudio, los estudiantes que manifiestan mayor confianza parecen más dispuestos a intentar, corregir y continuar.

La creatividad e innovación aplicada aparecen como competencias valoradas, pero poco desarrolladas en la práctica. Este resultado coincide con Laydes et al. (2024), quienes evidenciaron que la educación empresarial influye en las habilidades innovadoras y la autoeficacia emprendedora. Además, estos autores señalan que las competencias de innovación favorecen la adaptación, la creatividad, el pensamiento sistémico y la solución de problemas. En el caso de los estudiantes de Administración de la UNASAM, la creatividad aparece como posibilidad, pero necesita espacios de aplicación y reconocimiento.

Respecto a la adaptabilidad, persistencia y resiliencia, los resultados muestran que los estudiantes enfrentan dificultades para sostener proyectos cuando aparecen obstáculos. Este hallazgo se vincula con Zhang y Chen (2024), quienes relacionan la perseverancia con la intención emprendedora, y con Liu et al. (2025), quienes identifican que las competencias emprendedoras se fortalecen mediante aprendizaje experiencial, políticas institucionales, docentes, currículo y entorno emprendedor. Por tanto, la resiliencia no debe entenderse solo como una capacidad individual, sino como una competencia que puede fortalecerse desde experiencias educativas significativas.

En relación con liderazgo, comunicación y networking, los estudiantes manifiestan inseguridad para comunicar ideas y construir redes de apoyo. Este resultado se relaciona con Jardim (2021), quien incluye comunicación clara, trabajo en equipo y networking dentro del marco de habilidades emprendedoras. Asimismo, Ndlovu et al. (2025) destacan que el coaching emprendedor puede fortalecer la autoeficacia y reducir la brecha entre saber y hacer en la educación emprendedora. En ese sentido, la mentoría y el acompañamiento no

solo brindan información técnica, sino también seguridad, orientación y apoyo emocional para actuar.

Sobre la formación emprendedora universitaria, los estudiantes demandan talleres más prácticos, mentorías y experiencias reales. Este hallazgo coincide con Maragh (2024), quien identificó que la educación emprendedora extracurricular en educación superior puede influir en la mentalidad emprendedora, la intención emprendedora y la actividad emprendedora, aunque todavía se requieren estudios que expliquen mejor sus efectos. Asimismo, Huang et al. (2025) demostraron que los cursos, competencias y políticas de emprendimiento tienen efectos positivos en la empleabilidad de los estudiantes universitarios, especialmente cuando existe calidad en la educación emprendedora.

Finalmente, los resultados se articulan con Liszt-Rohlf et al. (2025), quienes señalan que la investigación en educación emprendedora se ha concentrado en educación superior y en competencias como creatividad, autoconciencia y autoeficacia. Esta coincidencia confirma la pertinencia del presente estudio, pues permite comprender desde la experiencia estudiantil cómo estas competencias son vividas, limitadas o fortalecidas en el contexto universitario.

En síntesis, la discusión permite afirmar que las competencias psicosociales emprendedoras no se desarrollan únicamente mediante contenidos teóricos. Requieren experiencias prácticas, acompañamiento, retroalimentación, mentoría, actividades extracurriculares y un ecosistema universitario que permita al estudiante pasar de la intención a la acción.

## CONCLUSIONES

La investigación permitió comprender que las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios de Administración de la UNASAM se manifiestan como experiencias en construcción, influenciadas por factores personales, emocionales, académicos y relacionales.

Los estudiantes reconocen el emprendimiento como una oportunidad de crecimiento personal y profesional, pero presentan dificultades para definir metas claras, organizar acciones y comunicar una visión emprendedora. Esto evidencia una brecha entre intención y planificación.

La autoeficacia y la tolerancia al riesgo aparecen como competencias débiles. El miedo al fracaso, la inseguridad y la incertidumbre limitan la toma de decisiones y reducen la disposición para iniciar proyectos emprendedores.

La creatividad está presente en los estudiantes, pero se expresa de manera ocasional y con baja aplicación práctica. La falta de orientación, recursos, reconocimiento y acompañamiento dificulta que las ideas se transformen en productos, servicios o proyectos reales.

La adaptabilidad, la persistencia y la resiliencia son necesarias para sostener proyectos, pero los estudiantes todavía presentan dificultades para afrontar cambios, aceptar retroalimentación y recuperarse de fracasos.

El liderazgo, la comunicación y el networking son reconocidos como importantes, pero no se encuentran plenamente desarrollados. Los estudiantes manifiestan inseguridad para liderar equipos, expresar ideas, resolver conflictos y buscar apoyo en docentes, mentores o contactos profesionales.

Finalmente, se concluye que la universidad cumple un papel fundamental en el desarrollo de competencias psicosociales emprendedoras. Los talleres, seminarios, mentorías y



actividades extracurriculares deben orientarse hacia experiencias prácticas, participativas y contextualizadas.

## RECOMENDACIONES

Las universidades deben fortalecer la formación emprendedora mediante experiencias prácticas que permitan a los estudiantes diseñar, validar y ejecutar proyectos reales desde los primeros ciclos de formación profesional.

Se recomienda implementar programas de mentoría emprendedora con participación de docentes, egresados, empresarios locales y profesionales externos, a fin de acompañar a los estudiantes en la construcción de sus ideas y proyectos.

Los talleres y seminarios de emprendimiento deben rediseñarse con metodologías activas, como aprendizaje basado en retos, simulaciones, prototipado, estudios de caso, trabajo colaborativo y presentación de proyectos.

Es necesario fortalecer la autoeficacia emprendedora mediante actividades que permitan a los estudiantes experimentar logros progresivos, recibir retroalimentación positiva y reconocer sus propias capacidades.

Se recomienda promover espacios de liderazgo estudiantil, concursos de ideas, ferias de emprendimiento, incubadoras universitarias y redes de contacto profesional para fortalecer comunicación, networking, trabajo en equipo y gestión de relaciones.

La universidad debe fomentar una cultura que valore el error como parte del aprendizaje, fortaleciendo la resiliencia, la persistencia y la capacidad de adaptación frente a escenarios inciertos.

Finalmente, futuras investigaciones deberían ampliar el número de participantes, comparar experiencias entre carreras profesionales y profundizar en la influencia de factores familiares, económicos y culturales en el desarrollo de competencias psicosociales emprendedoras.

## REFERENCIAS

- Adeniyi, A. O. (2023). The mediating effects of entrepreneurial self-efficacy in the relationship between entrepreneurship education and start-up readiness. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 801. doi:10.1057/s41599-023-02296-4
- Amani, D., Ismail, I. J., Makona, A., Changelima, I. A., & Kazungu, I. (2024). Extending the mediation role of entrepreneurial self-efficacy on enhancing students' entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100915. doi:10.1016/j.ijme.2023.100915
- Bernadó, E., & Bratzke, F. (2024). Revisiting EntreComp through a systematic literature review of entrepreneurial competences: Implications for entrepreneurship education and future research. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101010. doi:10.1016/j.ijme.2024.101010
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in reflexive thematic analysis? *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 328–352. doi:10.1080/14780887.2020.1769238
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE.
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*, 56, 1391–1412. doi:10.1007/s11135-021-01182-y

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). SAGE.
- Huang, Y., Yuan, Y., Sun, W., & Li, P. (2025). From classroom to workplace: How entrepreneurship education influences university students' employability. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 1108. doi:10.1057/s41599-025-05316-7
- Jardim, J. (2021). Entrepreneurial skills to be successful in the global and digital world: Proposal for a frame of reference for entrepreneurial education. *Education Sciences*, 11(7), 356. doi:10.3390/educsci11070356
- Kakouris, A., Tampouri, S., Kaliris, A., Mastrokourkou, S., & Georgopoulos, N. (2024). Entrepreneurship as a career option within education: A critical review of psychological constructs. *Education Sciences*, 14(1), 46. doi:10.3390/educsci14010046
- Laydes, M., Vásquez, M., Cruz-Tarrillo, J., & Diaz, R. A. (2024). Business education, innovation skills as predictors of entrepreneurial self-efficacy in university students. *Journal of Business Economics and Management*, 25(4), 612–627. doi:10.3846/jbem.2024.21689
- Liszt-Rohlf, V., Büker, R., & Kamsker, S. (2025). Entrepreneurship education at all levels of education: A systematic research question-guided literature review on target group-appropriate entrepreneurship education. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. doi:10.1177/25151274251323609
- Liu, Y., Alias, B. S., & Hamid, A. H. A. (2025). Student entrepreneurship competence and its contribution to sustainable development: A systematic review in the context of Chinese higher education. *Sustainability*, 17(7), 3148. doi:10.3390/su17073148
- Maragh, D. (2024). A systematic literature review of the impact of extracurricular entrepreneurship education. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. doi:10.1177/25151274241247829
- Ndlovu, E. N., Ebewo, P. E., Mlotshwa, S. H., & Shumba, K. (2025). Entrepreneurial coaching and self-efficacy: A systematic review of its pedagogical integration into entrepreneurship education. *Education Sciences*, 15(2), 237. doi:10.3390/educsci15020237
- Otache, I., Edopkolor, J. E., Sani, I. A., & Umar, K. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: Do entrepreneurial self-efficacy, alertness and opportunity recognition matter? *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100917. doi:10.1016/j.ijme.2023.100917
- Zhang, H.-X., & Chen, H. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention among tourism and hotel management students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of grit. *SAGE Open*, 14(2). doi:10.1177/21582440241249119
- Ye, Z.-M., & Kang, K.-W. (2025). The impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship on entrepreneurial intention: Entrepreneurial attitude as a mediator and entrepreneurship education having a moderate effect. *Sustainability*, 17(10), 4733. doi:10.3390/su17104733