

Competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios: revisión sistemática

Entrepreneurial Psychosocial Competencies among University Students: A Systematic Review

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0511>

Cesar Hernan Norabuena-Mendoza¹

<https://orcid.org/0000-0001-9832-5126>

cnorabuenam@unasam.edu.pe

Carlos Humberto Chunga-Antón^{1*}

<https://orcid.org/0000-0002-8131-6685>

cchunga@unasam.edu.pe

Eva Delfina Zarzosa Márquez¹

<https://orcid.org/0000-0002-8041-5227>

ezarzosam@unasam.edu.pe

Lorenzo Rafael Valderrama Plasencia¹

<https://orcid.org/0000-0001-9413-7363>

ivalderramap@unasam.edu.pe

Recibido: 25/04/2026

Aceptado: 06/07/2026

RESUMEN

El objetivo de esta revisión sistemática fue analizar la producción científica sobre las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios, con la finalidad de identificar sus principales dimensiones, niveles de recurrencia y aportes para comprender la intención y conducta emprendedora en la educación superior. La metodología se desarrolló mediante una revisión sistemática con enfoque narrativo, siguiendo las directrices generales de PRISMA 2020. Se consideraron estudios publicados principalmente entre 2016 y 2026, seleccionados a partir de criterios de inclusión relacionados con competencias emprendedoras, variables psicosociales, estudiantes universitarios y formación superior. Se excluyeron artículos de opinión, literatura gris, documentos sin metodología clara y estudios sin relación directa con el objeto de análisis. Los resultados evidenciaron que las competencias más recurrentes fueron la autoeficacia emprendedora, la creatividad, la innovación, la motivación de logro, la tolerancia al riesgo, el locus de control, el networking, la perseverancia y la iniciativa. Asimismo, se identificaron dimensiones psicológicas, sociales, cognitivo-creativas y formativas. Se concluye que las competencias psicosociales emprendedoras conforman un sistema multidimensional e interdependiente que favorece la formación emprendedora universitaria, fortalece la toma de decisiones y contribuye a la generación de valor.

Palabras Clave: competencias psicosociales, emprendimiento, estudiantes universitarios, autoeficacia emprendedora, intención emprendedora.

1. ¹Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Perú

* Autor de correspondencia: cnorabuenam@unasam.edu.pe

ABSTRACT

The objective of this systematic review was to analyze the scientific production on entrepreneurial psychosocial competencies in university students, with the aim of identifying their main dimensions, levels of recurrence, and contributions to understanding entrepreneurial intention and behavior in higher education. The methodology was developed thru a systematic review with a narrative approach, following the general guidelines of PRISMA 2020. Studies published mainly between 2016 and 2026 were considered, selected based on inclusion criteria related to entrepreneurial competencies, psychosocial variables, university students, and higher education. Opinion articles, gray literature, documents without clear methodology, and studies not directly related to the object of analysis were excluded. The results showed that the most recurrent competencies were entrepreneurial self-efficacy, creativity, innovation, achievement motivation, risk tolerance, locus of control, networking, perseverance, and initiative. Likewise, psychological, social, cognitive-creative, and formative dimensions were identified. It is concluded that entrepreneurial psychosocial competencies form a multidimensional and interdependent system that promotes university entrepreneurial training, strengthens decision-making, and contributes to value generation.

Keywords: psychosocial competencies, entrepreneurship, university students, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial intention.

INTRODUCCIÓN

La educación emprendedora en las universidades constituye un componente relevante para la formación integral de los estudiantes, debido a que contribuye al desarrollo de capacidades académicas, profesionales y sociales vinculadas con la identificación de oportunidades, la innovación, la resolución de problemas, el trabajo colaborativo y la toma de decisiones en contextos de incertidumbre. Desde una perspectiva contemporánea, el emprendimiento no se limita únicamente a la creación de empresas, sino que comprende un conjunto de competencias que permiten a los estudiantes actuar con iniciativa, autonomía, creatividad y capacidad de adaptación frente a los desafíos del entorno. Sin embargo, el estudio de las competencias emprendedoras en estudiantes universitarios presenta una problemática importante, ya que con frecuencia se ha abordado el emprendimiento desde una perspectiva principalmente económica, técnica o empresarial, dejando en segundo plano los factores psicosociales que influyen en la intención y conducta emprendedora. Esta limitación dificulta comprender de manera integral cómo variables como la autoeficacia, la resiliencia, la motivación de logro, el locus de control, la creatividad, la tolerancia al riesgo, la adaptabilidad, el liderazgo y el networking intervienen en la formación del perfil emprendedor universitario.

En este escenario, el marco EntreComp propuesto por Bacigalupo et al. (2016) constituye un referente importante, al comprender el emprendimiento como una competencia organizada en tres áreas: ideas y oportunidades, recursos y acción. Este modelo permite reconocer que el emprendimiento no depende únicamente del conocimiento técnico, sino también de recursos personales, sociales y actitudinales. Asimismo, Newman et al. (2019) señalan que la autoeficacia emprendedora ha sido una de las variables más estudiadas por su influencia en la confianza del individuo para ejecutar tareas emprendedoras. De igual manera, Uysal et al. (2022) sostienen que el locus de control y la motivación de logro se relacionan con la intención emprendedora, especialmente cuando interviene la autoeficacia como variable mediadora.

A pesar del avance de la literatura sobre emprendimiento universitario, se identifica un vacío de conocimiento relacionado con la dispersión de los estudios existentes. Si bien diversas investigaciones han analizado competencias como la autoeficacia, la creatividad, la resiliencia, el liderazgo o la tolerancia al riesgo, estas suelen presentarse de manera aislada, bajo enfoques metodológicos diversos y sin una integración sistemática que permita reconocer cuáles son las competencias psicosociales emprendedoras más recurrentes, cómo se relacionan entre sí y qué importancia tienen en la formación emprendedora de los estudiantes universitarios.

A partir de este vacío, la presente revisión sistemática plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las competencias psicosociales emprendedoras identificadas en la literatura científica sobre estudiantes universitarios y qué aportes ofrecen para comprender la intención y conducta emprendedora en la educación superior? Esta interrogante orienta el análisis de la evidencia disponible y permite delimitar el estudio hacia la identificación, comparación e interpretación de los principales hallazgos reportados en investigaciones previas.

Por ello, resulta pertinente desarrollar una revisión sistemática que permita organizar, analizar e interpretar la evidencia científica disponible sobre las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios. Esta revisión se justifica porque permite sintetizar los principales hallazgos de la literatura, identificar tendencias teóricas y empíricas, reconocer las competencias más estudiadas y aportar una visión integrada que pueda orientar futuras investigaciones, programas de formación emprendedora y estrategias educativas en el ámbito universitario.

En ese sentido, el objetivo de la presente revisión sistemática fue analizar la producción científica sobre las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios, con el propósito de identificar las competencias más relevantes, examinar sus principales relaciones con la intención y conducta emprendedora, y sintetizar los aportes teóricos y empíricos disponibles en la literatura especializada.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló mediante una revisión sistemática de la literatura con enfoque narrativo, siguiendo las directrices generales de la declaración PRISMA 2020, la cual proporciona una guía estructurada para la identificación, selección, análisis y presentación de estudios científicos. La revisión se orientó al análisis de investigaciones relacionadas con competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios, considerando variables como autoeficacia emprendedora, resiliencia, creatividad, liderazgo, tolerancia al riesgo, locus de control, motivación de logro, networking, adaptabilidad e intención emprendedora. Se priorizaron estudios vinculados con el contexto de la educación superior y la formación universitaria, debido a su relación directa con el desarrollo del perfil emprendedor en estudiantes.

Para la selección de los documentos, se establecieron criterios de inclusión y exclusión. Se incluyeron estudios que abordaran sistemas de competencias emprendedoras, investigaciones sobre variables psicosociales asociadas al emprendimiento, trabajos enfocados en estudiantes universitarios, artículos publicados en revistas académicas o repositorios confiables, y documentos comprendidos entre los años 2016 y 2026. Por otro lado, se excluyeron investigaciones sin relación directa con las competencias emprendedoras, artículos de opinión, literatura gris, documentos sin metodología clara y estudios que no presentaran información suficiente para el análisis. Este procedimiento permitió delimitar una base documental pertinente para identificar,

comparar e interpretar los principales aportes científicos sobre las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios.

RESULTADOS

Tabla 1.

Caracterización de los estudios incluidos en la revisión sistemática

N.º	Autor/año	Enfoque del estudio	Competencias clave	Hallazgo central
1	Bacigalupo et al. (2016)	Marco EntreComp; emprendimiento como competencia.	Creatividad, iniciativa, colaboración, recursos y perseverancia.	Organiza 3 áreas y 15 competencias para formación y evaluación.
2	Norabuena-Mendoza et al. (2026)	Competencias psicosociales y participación emprendedora en Huaraz.	Resiliencia, liderazgo, creatividad, riesgo, adaptabilidad y networking.	Relación positiva baja-moderada; destacan resiliencia, adaptabilidad y networking.
3	Newman et al. (2019)	Revisión de autoeficacia emprendedora.	Autoeficacia, confianza y percepción de capacidad.	Variable central para intención, aprendizaje y acción emprendedora.
4	Zhao et al. (2005)	Mediación de la autoeficacia en la intención emprendedora.	Autoeficacia e intención emprendedora.	Media entre aprendizaje, experiencia y decisión de emprender.
5	Uysal et al. (2022)	Locus de control, necesidad de logro e intención.	Locus de control, logro y autoeficacia.	La autoeficacia media entre locus, logro e intención emprendedora.
6	Sekerbayeva et al. (2023)	Ambiente universitario, programas e intención emprendedora.	Autoeficacia, locus de control y actitud.	La intención se asocia con autoeficacia y locus de control.
7	Steenkamp et al. (2024)	Autoestima, logro, riesgo e intención.	Autoestima, logro y tolerancia al riesgo.	Autoestima y logro explican riesgo e intención emprendedora.
8	Martínez-Martínez et al. (2020)	Perfiles de competencias emprendedoras universitarias.	Networking, habilidades sociales, compromiso y perseverancia.	Capital social y perseverancia son relevantes en perfiles emprendedores.
9	Martínez-Martínez et al. (2025)	Creatividad y grit en intención emprendedora.	Creatividad, resiliencia, networking y oportunidades.	La creatividad destaca; networking y resiliencia complementan.
10	Yangailo (2022)	Características para intención y éxito emprendedor.	Autoeficacia, locus, logro e innovación.	Configuran rasgos dominantes del perfil emprendedor.
11	Rauch y Frese (2007)	Metaanálisis sobre rasgos, creación y éxito.	Motivación, innovación, logro y riesgo.	Rasgos vinculados a tareas emprendedoras predicen mejor éxito.
12	Deza-Loyaga et al. (2021)	Metodología formativa en estudiantes peruanos.	Iniciativa, práctica y planificación.	La metodología favorece competencias emprendedoras universitarias.
13	Bermudes Mendoza et al. (2024)	Programa de educación emprendedora para crear valor.	Actitud, aptitud, creatividad e innovación.	El programa fortalece competencias orientadas a crear valor.
14	Isac et al. (2023)	Actividades extracurriculares y competencias.	Creatividad, problemas, sostenibilidad e iniciativa.	Experiencias reales fortalecen competencias emprendedoras.
15	Branca et al. (2025)	Educación emprendedora y competencias clave.	Autoeficacia, creatividad, riesgo e innovación.	Estrategias activas fortalecen competencias clave.

Nota. Se sintetiza la información esencial de los estudios incluidos para evitar duplicidad con la discusión de resultados.

Tabla 2.
Síntesis temática de los hallazgos de la revisión

Eje	Competencias integradas	Estudios de soporte	Interpretación
Psicológica	Autoeficacia, locus de control, motivación de logro, autoestima, resiliencia, riesgo.	Newman et al. (2019); Zhao et al. (2005); Uysal et al. (2022); Sekerbayeva et al. (2023); Steenkamp et al. (2024); Yangailo (2022); Rauch y Frese (2007); Branca et al. (2025).	Sostiene confianza, persistencia, control personal y disposición a actuar ante incertidumbre.
Social	Networking, liderazgo, colaboración, habilidades sociales y compromiso.	Bacigalupo et al. (2016); Norabuena-Mendoza et al. (2026); Martínez-Martínez et al. (2020, 2025); Isac et al. (2023).	Evidencia que el emprendimiento universitario depende también de redes, cooperación y participación formativa.
Cognitivo-creativa	Creatividad, innovación, reconocimiento de oportunidades, resolución de problemas.	Bacigalupo et al. (2016); Martínez-Martínez et al. (2025); Yangailo (2022); Bermudes Mendoza et al. (2024); Isac et al. (2023); Branca et al. (2025).	Transforma ideas y experiencias universitarias en propuestas de valor.
Formativa	Educación emprendedora, metodologías activas, programas y experiencias extracurriculares.	Bacigalupo et al. (2016); Deza-Loyaga et al. (2021); Bermudes Mendoza et al. (2024); Isac et al. (2023); Branca et al. (2025); Sekerbayeva et al. (2023).	La universidad actúa como entorno facilitador cuando promueve práctica, mentoría y retos reales.
Intención/acción	Intención, toma de decisiones, perseverancia, riesgo y acción emprendedora.	Newman et al. (2019); Zhao et al. (2005); Uysal et al. (2022); Sekerbayeva et al. (2023); Steenkamp et al. (2024); Martínez-Martínez et al. (2025); Yangailo (2022).	La acción emprendedora surge de la integración entre factores personales, sociales, cognitivos y formativos.

Nota. Los ejes temáticos agrupan los patrones recurrentes encontrados en los estudios revisados.

Tabla 3.
Frecuencia e interpretación de competencias psicosociales identificadas

Competencia	f	Nivel	Interpretación sintética
Autoeficacia	6	Alta	Eje psicológico de la intención y acción emprendedora.
Creatividad	6	Alta	Clave para generar ideas, oportunidades y valor.
Innovación	4	Media-alta	Permite transformar ideas en soluciones aplicables.
Motivación de logro	4	Media-alta	Impulsa metas, esfuerzo y persistencia.
Tolerancia al riesgo	4	Media-alta	Favorece decisiones bajo incertidumbre.
Locus de control	3	Media	Refuerza percepción de control personal.
Networking	3	Media	Aporta redes, capital social y oportunidades.
Perseverancia	3	Media	Sostiene continuidad del esfuerzo emprendedor.
Iniciativa	3	Media	Activa participación y propuesta de soluciones.
Resiliencia	2	Media-baja	Facilita afrontar obstáculos y adaptarse.
Habilidades sociales	2	Media-baja	Favorece cooperación y comunicación.
Liderazgo, adaptabilidad, autoestima y resolución de problemas	1 c/u	Baja	Competencias complementarias asociadas a dirección, ajuste al entorno, seguridad personal y solución de necesidades reales.

Nota. f = número de estudios en los que la competencia aparece explícitamente o asociada directamente al perfil emprendedor universitario; c/u = cada una.

Los resultados de la revisión sistemática permiten identificar que las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios se configuran como un fenómeno multidimensional, integrado por componentes psicológicos, sociales, cognitivo-creativos, formativos y conductuales. La caracterización de los quince estudios incluidos evidencia que el emprendimiento universitario no puede comprenderse únicamente desde la adquisición de conocimientos técnicos o empresariales, sino desde la articulación de capacidades internas, habilidades relacionales y experiencias formativas que favorecen la intención y la acción emprendedora.

En primer lugar, los hallazgos muestran que la dimensión psicológica constituye uno de los ejes más relevantes del perfil emprendedor universitario. La autoeficacia aparece como la competencia con mayor recurrencia, presente en seis estudios, lo que permite interpretarla como el núcleo explicativo de la intención emprendedora. Newman et al. (2019), Zhao et al. (2005), Uysal et al. (2022), Sekerbayeva et al. (2023), Yangailo (2022) y Branca et al. (2025) coinciden en que la percepción de capacidad personal influye en la confianza del estudiante para emprender, tomar decisiones y sostener acciones orientadas al logro de objetivos. Esta tendencia sugiere que los estudiantes con mayor autoeficacia tienden a percibirse como capaces de identificar oportunidades, enfrentar desafíos y ejecutar tareas emprendedoras con mayor seguridad.

Asimismo, el locus de control, la motivación de logro, la autoestima, la resiliencia y la tolerancia al riesgo complementan la dimensión psicológica del emprendimiento. Estas competencias permiten comprender cómo los estudiantes interpretan sus posibilidades de éxito, orientan su esfuerzo hacia metas concretas y asumen decisiones en contextos de incertidumbre. En particular, Uysal et al. (2022) y Sekerbayeva et al. (2023) muestran que el locus de control se relaciona con la intención emprendedora, mientras que Steenkamp et al. (2024) destacan el papel de la autoestima y la necesidad de logro en la propensión al riesgo. Esto permite interpretar que la conducta emprendedora no surge solo de una oportunidad externa, sino de una disposición interna para actuar, asumir responsabilidades y persistir frente a escenarios cambiantes.

En segundo lugar, los resultados evidencian que la creatividad y la innovación constituyen competencias centrales dentro del eje cognitivo-creativo. La creatividad aparece con una frecuencia alta, al igual que la autoeficacia, lo que confirma su importancia para la generación de ideas, el reconocimiento de oportunidades y la creación de valor. Bacigalupo et al. (2016), Martínez-Martínez et al. (2025), Bermudes Mendoza et al. (2024), Isac et al. (2023) y Branca et al. (2025) permiten interpretar que la creatividad no solo representa una habilidad individual, sino una capacidad estratégica para transformar problemas del entorno en propuestas emprendedoras. En ese sentido, la innovación se vincula con la posibilidad de convertir ideas en soluciones aplicables, especialmente cuando la formación universitaria promueve metodologías activas, experiencias prácticas y retos reales.

En tercer lugar, la dimensión social aparece como un componente indispensable del emprendimiento universitario. Las competencias como networking, liderazgo, colaboración, habilidades sociales y compromiso evidencian que el emprendimiento no depende exclusivamente de atributos individuales, sino también de la capacidad del estudiante para relacionarse, construir redes de apoyo y participar en espacios colectivos. Martínez-Martínez et al. (2020), Martínez-Martínez et al. (2025) y Norabuena-Mendoza et al. (2026) muestran que el capital social, las redes de contacto y la participación extracurricular fortalecen los perfiles emprendedores. Esta evidencia permite interpretar que el entorno universitario cumple un papel importante como espacio de interacción, donde los

estudiantes pueden acceder a oportunidades, recursos, mentorías y experiencias colaborativas.

En cuarto lugar, la dimensión formativa confirma el rol de la universidad como entorno facilitador del desarrollo emprendedor. Los estudios de Deza-Loyaga et al. (2021), Bermudes Mendoza et al. (2024), Isac et al. (2023) y Branca et al. (2025) evidencian que las competencias emprendedoras pueden fortalecerse mediante programas educativos, actividades extracurriculares, metodologías activas y experiencias vinculadas con problemas reales. Esta tendencia permite interpretar que las competencias psicosociales emprendedoras no son rasgos fijos o exclusivamente personales, sino capacidades susceptibles de ser desarrolladas mediante intervenciones educativas intencionales. Por tanto, la educación emprendedora universitaria adquiere valor cuando integra práctica, reflexión, creatividad, trabajo colaborativo y contacto con contextos reales.

En quinto lugar, los resultados permiten establecer que la intención y la acción emprendedora surgen de la integración de las dimensiones anteriores. La autoeficacia, la motivación de logro, la creatividad, el networking, la tolerancia al riesgo y la perseverancia actúan de manera complementaria para favorecer la decisión de emprender. Los hallazgos de Zhao et al. (2005), Uysal et al. (2022), Sekerbayeva et al. (2023) y Yangailo (2022) permiten interpretar que la intención emprendedora no depende de una sola competencia, sino de un conjunto de factores personales, cognitivos y contextuales que interactúan entre sí. De este modo, un estudiante puede tener una idea innovadora, pero requerirá confianza, redes de apoyo, tolerancia al riesgo y capacidad de persistencia para convertirla en una acción emprendedora concreta.

La frecuencia de competencias identificadas refuerza esta interpretación. La autoeficacia y la creatividad presentan el nivel más alto de recurrencia, lo que evidencia que la literatura revisada las reconoce como competencias estructurales del emprendimiento universitario. En un segundo nivel se ubican la innovación, la motivación de logro y la tolerancia al riesgo, las cuales permiten explicar la orientación hacia metas, la transformación de ideas y la toma de decisiones en escenarios inciertos. En un tercer nivel aparecen el locus de control, el networking, la perseverancia y la iniciativa, competencias que fortalecen la percepción de control, la continuidad del esfuerzo y la participación activa. Finalmente, competencias como liderazgo, adaptabilidad, autoestima y resolución de problemas aparecen con menor frecuencia, aunque no por ello resultan irrelevantes, ya que cumplen funciones complementarias dentro del perfil emprendedor.

En conjunto, los resultados permiten interpretar que las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios conforman un sistema interdependiente. La autoeficacia se presenta como el eje psicológico que sostiene la confianza para emprender; la creatividad y la innovación permiten generar propuestas de valor; el networking y las habilidades sociales amplían las oportunidades de colaboración; la motivación de logro y la perseverancia sostienen el esfuerzo; y la tolerancia al riesgo facilita la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre. Por ello, el desarrollo del emprendimiento universitario requiere una formación integral que no se limite a contenidos empresariales, sino que promueva experiencias educativas capaces de fortalecer las dimensiones personales, sociales y creativas del estudiante.

DISCUSIÓN

Los resultados de la revisión sistemática permiten responder a la pregunta de investigación planteada, orientada a identificar cuáles son las competencias psicosociales

emprendedoras presentes en la literatura científica sobre estudiantes universitarios y qué aportes ofrecen para comprender la intención y conducta emprendedora. En conjunto, los estudios revisados evidencian que dichas competencias no se reducen al conocimiento técnico, empresarial o de gestión, sino que configuran un sistema multidimensional integrado por factores psicológicos, sociales, cognitivo-creativos y formativos que influyen en la manera en que los estudiantes perciben, desarrollan y ejecutan iniciativas emprendedoras.

En primer lugar, la dimensión psicológica aparece como uno de los ejes más consistentes en la literatura revisada. La autoeficacia emprendedora destaca como la competencia más recurrente y con mayor capacidad explicativa dentro del comportamiento emprendedor universitario. Newman et al. (2019) la comprenden como una creencia personal sobre la capacidad para ejecutar tareas emprendedoras, mientras que Zhao et al. (2005) la analizan como una variable mediadora entre la experiencia previa, el aprendizaje y la intención de emprender. Esta coincidencia permite interpretar que la autoeficacia no solo expresa confianza personal, sino que también actúa como un mecanismo psicológico que transforma la formación y la experiencia en disposición para la acción emprendedora.

Esta interpretación se refuerza con los aportes de Uysal et al. (2022) y Sekerbayeve et al. (2023), quienes relacionan la autoeficacia con el locus de control, la motivación de logro y la actitud emprendedora. A diferencia de los estudios centrados únicamente en la confianza individual, estos trabajos permiten comprender que la intención emprendedora se fortalece cuando los estudiantes perciben que tienen control sobre sus resultados y que sus esfuerzos pueden conducir al logro de metas. Por tanto, la evidencia sugiere que la conducta emprendedora no surge de manera espontánea, sino que depende de una estructura interna compuesta por confianza, percepción de control, motivación, autoestima y disposición para asumir riesgos.

En esta misma línea, los hallazgos de Steenkamp et al. (2024) muestran que la autoestima y la necesidad de logro se relacionan con la propensión al riesgo y la intención emprendedora. Esto permite ampliar la interpretación del perfil emprendedor universitario, ya que no basta con que el estudiante tenga una idea o reconozca una oportunidad; también requiere seguridad personal, orientación hacia metas y capacidad para tomar decisiones en escenarios inciertos. De manera complementaria, Rauch y Frese (2007) sostienen que los rasgos vinculados directamente con tareas emprendedoras predicen mejor el éxito que los rasgos generales, lo cual confirma que las competencias psicosociales deben analizarse en función de su utilidad para la acción emprendedora concreta.

En segundo lugar, la dimensión cognitivo-creativa adquiere especial relevancia en la revisión. La creatividad aparece como una de las competencias más frecuentes, junto con la autoeficacia, lo que evidencia su importancia para la generación de ideas, la identificación de oportunidades y la construcción de propuestas de valor. Bacigalupo et al. (2016), mediante el marco EntreComp, ubican la creatividad dentro de una visión amplia del emprendimiento como competencia integral. Este planteamiento coincide con Martínez-Martínez et al. (2025), quienes señalan que la creatividad tiene un peso importante en la comprensión de la intención emprendedora, incluso por encima de otros rasgos como la perseverancia en determinados contextos.

La comparación entre estos estudios permite interpretar que la creatividad no debe entenderse únicamente como una habilidad individual para producir ideas originales, sino como una competencia estratégica que permite convertir problemas del entorno en oportunidades emprendedoras. En ese sentido, los aportes de Bermudes Mendoza et al. (2024), Isac et al. (2023) y Branca et al. (2025) refuerzan la idea de que la creatividad y la innovación pueden desarrollarse mediante programas educativos, metodologías activas y

experiencias vinculadas con problemas reales. Por ello, el emprendimiento universitario requiere escenarios formativos que estimulen la experimentación, la solución de problemas y la aplicación práctica del conocimiento.

En tercer lugar, la dimensión social permite comprender que el emprendimiento universitario no depende únicamente de condiciones individuales. Competencias como networking, liderazgo, colaboración, habilidades sociales y compromiso aparecen como factores relevantes para la construcción de oportunidades y la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras. Martínez-Martínez et al. (2020) destacan la importancia del capital social y la perseverancia en los perfiles emprendedores universitarios, mientras que Norabuena-Mendoza et al. (2026) identifican la relación entre resiliencia, adaptabilidad, networking y participación emprendedora en estudiantes universitarios de Huaraz. Estos hallazgos evidencian que el emprendimiento se fortalece cuando el estudiante participa en redes, interactúa con otros actores y accede a experiencias colaborativas.

Desde esta perspectiva, el networking no debe ser visto solo como una habilidad de contacto social, sino como una competencia que amplía el acceso a información, recursos, apoyo institucional y oportunidades de aprendizaje. Asimismo, la resiliencia y la adaptabilidad permiten interpretar que el estudiante emprendedor necesita responder a cambios, superar dificultades y sostener sus iniciativas frente a contextos inciertos. En consecuencia, el emprendimiento universitario se configura como una práctica socialmente situada, en la que las relaciones, la participación extracurricular y el entorno institucional cumplen un papel importante.

En cuarto lugar, los estudios revisados resaltan el papel de la universidad como entorno facilitador del desarrollo de competencias psicosociales emprendedoras. Deza-Loyaga et al. (2021), Bermudes Mendoza et al. (2024), Isac et al. (2023) y Branca et al. (2025) coinciden en que la educación emprendedora puede fortalecer competencias cuando incorpora metodologías activas, actividades extracurriculares, retos reales, mentoría, trabajo colaborativo y experiencias de aplicación práctica. Esta coincidencia permite interpretar que las competencias psicosociales emprendedoras no son rasgos fijos ni exclusivamente individuales, sino capacidades susceptibles de ser promovidas mediante intervenciones formativas intencionadas.

Este aspecto resulta especialmente importante para la educación superior, porque muchas propuestas universitarias de emprendimiento aún se concentran en contenidos técnicos, planes de negocio o conocimientos administrativos, dejando en segundo plano el fortalecimiento de competencias como la autoeficacia, la creatividad, la tolerancia al riesgo, la resiliencia y el networking. Los resultados de esta revisión sugieren que una formación emprendedora integral debe articular conocimientos empresariales con experiencias que fortalezcan la confianza, la iniciativa, la cooperación, la innovación y la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

No obstante, la revisión también permite identificar ciertos vacíos en la literatura. En primer lugar, se observa una mayor concentración de estudios sobre autoeficacia, creatividad, motivación de logro y tolerancia al riesgo, mientras que competencias como liderazgo, adaptabilidad, autoestima y resolución de problemas aparecen con menor frecuencia. Esto evidencia que algunas dimensiones del perfil emprendedor universitario aún requieren mayor profundización empírica. En segundo lugar, los estudios analizados emplean enfoques teóricos y metodológicos diversos, lo que dificulta una integración uniforme de las competencias psicosociales. En tercer lugar, aunque existen aportes latinoamericanos y peruanos, todavía se requiere mayor producción científica contextualizada en realidades universitarias locales, especialmente en escenarios

regionales donde el emprendimiento puede estar condicionado por factores sociales, económicos y culturales específicos.

A partir de estos hallazgos, se desprenden implicancias relevantes para la investigación y la práctica universitaria. Desde el plano académico, futuras investigaciones deberían desarrollar modelos integradores que relacionen competencias psicológicas, sociales y cognitivo-creativas con la intención y acción emprendedora. Desde el plano formativo, las universidades deberían diseñar programas que no se limiten a enseñar herramientas de gestión, sino que promuevan experiencias activas orientadas al desarrollo de autoeficacia, creatividad, resiliencia, colaboración, tolerancia al riesgo y redes de contacto. De esta manera, la educación emprendedora podría contribuir no solo a la creación de negocios, sino también a la formación de estudiantes capaces de identificar oportunidades, resolver problemas y generar valor en sus comunidades.

En síntesis, los estudios revisados permiten sostener que las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios conforman un sistema interdependiente. La autoeficacia funciona como eje psicológico que sostiene la confianza para emprender; la creatividad y la innovación actúan como motores cognitivos para generar valor; el networking y las habilidades sociales amplían las oportunidades de colaboración; la motivación de logro y la perseverancia fortalecen la continuidad del esfuerzo; y la tolerancia al riesgo facilita la toma de decisiones en escenarios inciertos. En ese sentido, la intención y la conducta emprendedora se comprenden mejor desde una perspectiva integral, donde las competencias personales, sociales y formativas interactúan dentro del contexto universitario.

CONCLUSIONES

La revisión sistemática permitió identificar que las competencias psicosociales emprendedoras en estudiantes universitarios son capacidades psicológicas, sociales y cognitivas que influyen en la intención y acción emprendedora.

Las competencias más recurrentes en la literatura fueron la autoeficacia emprendedora, la creatividad, la innovación, la motivación de logro, la tolerancia al riesgo, el locus de control, el networking, la perseverancia y la iniciativa.

La autoeficacia emprendedora se presenta como la competencia central, porque fortalece la confianza del estudiante para reconocer oportunidades, tomar decisiones y ejecutar acciones emprendedoras.

La creatividad y la innovación son competencias clave, ya que permiten generar ideas, resolver problemas y transformar oportunidades en propuestas de valor.

Las competencias sociales, como el networking, la colaboración y el liderazgo, evidencian que el emprendimiento universitario no es solo individual, sino también relacional y colaborativo.

La universidad cumple un papel importante en el desarrollo de estas competencias mediante metodologías activas, programas de emprendimiento, actividades extracurriculares y experiencias vinculadas con problemas reales.

Finalmente, se concluye que futuras investigaciones deben profundizar en competencias menos estudiadas, como liderazgo, adaptabilidad, autoestima y resolución de problemas, especialmente en contextos universitarios latinoamericanos y regionales.

RECOMENDACIONES

Las universidades deben fortalecer la educación emprendedora mediante metodologías activas, proyectos reales y experiencias prácticas.

Los programas de emprendimiento deben incluir el desarrollo de autoeficacia, creatividad, innovación, tolerancia al riesgo y networking.

Se recomienda promover actividades extracurriculares, mentorías y espacios de colaboración que fortalezcan las competencias sociales emprendedoras.

Los docentes deben integrar estrategias que estimulen la resolución de problemas, la iniciativa y la toma de decisiones en contextos de incertidumbre.

Las futuras investigaciones deben profundizar en competencias menos estudiadas, como liderazgo, adaptabilidad, autoestima y resolución de problemas.

Se recomienda realizar más estudios en contextos universitarios latinoamericanos y regionales para ampliar la evidencia sobre competencias psicosociales emprendedoras.

REFERENCIAS

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Union. doi: 10.2791/160811
- Bermudes Mendoza, C. E., Huamanchumo Venegas, H. I., & Alcantara Poma, R. E. (2024). Influencia de la educación emprendedora en las competencias emprendedoras para crear valor en una universidad pública peruana. *Industrial Data*, 27(2).
- Branca, E., Vanderstraeten, J., Slabbinck, H., & Maes, I. M. R. (2025). The impact of entrepreneurial education on key entrepreneurial competencies: A systematic review of learning strategies and tools. *The International Journal of Management Education*, 23(2), 101144. doi: 10.1016/j.ijme.2025.101144
- Deza-Loyaga, W. F., Aparicio-Ballena, J. A., Pérez-Arboleda, P. A., & Hidalgo-Lama, J. A. (2021). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1172–1188. doi: 10.52080/rvgluz.26.96.11
- Isac, C., Iordache, A. M. M., Baltador, L., Coculescu, C., & Niță, D. (2023). Enhancing students' entrepreneurial competencies through extracurricular activities—A pragmatic approach to sustainability-oriented higher education. *Sustainability*, 15(11), 8708. doi: 10.3390/su15118708
- Martínez-Martínez, S. L., Ventura, R., & Santos-Jaén, J. M. (2025). Creativity vs grit: Key competences to understand entrepreneurial intention. *The International Journal of Management Education*, 23(2).
- Martínez-Martínez, S. L., Ventura, R., & García-Cabrera, A. M. (2020). Entrepreneurial profiles at the university: A competence approach. *Frontiers in Psychology*, 11, 612796. doi: 10.3389/fpsyg.2020.612796
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419. doi: 10.1016/j.jvb.2018.05.012
- Norabuena-Mendoza, C. H., Zarzosa-Márquez, E. D., Chunga-Antón, C. H., Tandaypan-Salazar, J. L., Villanueva-Benites, L. A., & Valderrama-Plasencia, L. R. (2026). Competencias psicosociales y participación extracurricular en el emprendimiento

- universitario andino: Un análisis correlacional. *Prohominum*, 8(1), 676–687. doi: 10.47606/acven/ph0468
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., Stewart, L. A., Thomas, J., Tricco, A. C., Welch, V. A., Whiting, P., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. doi: 10.1136/bmj.n71
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. doi: 10.1080/13594320701595438
- Sekerbayeva, A., Tamenova, S., Tarman, B., Demir, S., Baizyldayeva, U., & Yussupova, S. (2023). The moderating role of entrepreneurial self-efficacy and locus of control on the effect of the university environment and program on entrepreneurial intention and attitudes. *European Journal of Educational Research*, 12(3), 1539–1554. doi: 10.12973/eu-jer.12.3.1539
- Steenkamp, A., Meyer, N., & Bevan-Dye, A. L. (2024). Self-esteem, need for achievement, risk-taking propensity and consequent entrepreneurial intentions. *Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 16(1). doi: 10.4102/sajesbm.v16i1.753
- Uysal, Ş. K., Karadağ, H., Tuncer, B., & Şahin, F. (2022). Locus of control, need for achievement, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100560. doi: 10.1016/j.ijme.2021.100560
- Yangailo, T. (2022). Uncovering dominant characteristics for entrepreneurial intention and success in the last decade: Systematic literature review. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10(4).
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>