

Competencias Emocionales en la Formación de Emprendedores en la Universidad Peruana

RESUMEN

El emprendimiento es una tarea que la universidad debe asumir como parte integral de sus funciones, junto con la enseñanza, extensión e investigación. Proporcionar a los estudiantes universitarios una sólida base sobre conocimientos empresariales puede contribuir al crecimiento económico de su localidad e incluso su país, en tanto estarán en condiciones de iniciar emprendimientos nuevos o desarrollar los existentes. Pero además, el enseñar a los alumnos la importancia de manejar sus emociones en este proceso podría ayudarlos a navegar adecuadamente el no pocas veces turbulento camino del emprendedor. Por ello, esta investigación busca establecer si las competencias emocionales tienen incidencia sobre las habilidades emprendedoras en una muestra de 239 estudiantes universitarios de educación de una universidad pública de Lima, Perú. Para ello, se recolectaron datos empleando dos instrumentos, uno por variable: el Inventario de Competencias Emocionales y el Instrumento de Perfil Emprendedor. El análisis, de corte cuantitativo con diseño no experimental, se realizó con una regresión logística ordinal. Los resultados muestran que ambas variables están relacionadas y que los alumnos con niveles bajos o intermedios de competencias emocionales tienen una propensión menor a tener niveles altos de habilidades emprendedoras. Así, se puede establecer la importancia de las competencias emocionales en las habilidades emprendedoras, un hecho que las universidades deberían considerar para desarrollar programas que las incentiven y desarrollen para el beneficio de los estudiantes y la economía local en su conjunto.

Palabras clave: Competencias emocionales; Habilidades emprendedoras; Estudiante universitario; Enseñanza superior; Competencias para la vida.

Manuel Encarnación
Torres Valladares ⁱ
Universidad Nacional
Mayor de San Marcos,
Perú.

Eber Moisés Carrillo
Yalan ⁱⁱ
Universidad Católica
de Trujillo, Perú.

Paulina Eudocia
Yarihuaman Walde ⁱⁱⁱ
Universidad Científica
del Sur, Perú.

Wendy Eliana Delgado ^{iv}
Universidad Nacional
Federico Villarreal,
Perú.

1. INTRODUCCIÓN

Sea por iniciativa propia o como respuesta a una necesidad laboral, el emprendedurismo es considerado como una oportunidad de autoempleo e incluso de generación de empleo para otros (Nicolás Martínez & Rubio Bañón, 2020). El término emprendedurismo tiene diversas acepciones. En general, se puede

entender como toda iniciativa o nueva combinación de ideas o procesos que lleve a la creación de un negocio, empresa, producto o servicio novedoso que sea económicamente viable (Garza Cano et al., 2022; Sanabria & López Espitia, 2021; Sousa, 2018). Así, un emprendedor es alguien capaz de ver, desarrollar y poner en acción nuevas oportunidades de negocio y de innovar constantemente (Foss & Klein, 2017; Patiño et al., 2018).

En América Latina, particularmente tras la ralentización de las economías de la región debido al fin del *boom* de los *commodities* de mediados de la década pasada (Peters, 2021), los diferentes emprendimientos han permitido la dinamización del sector laboral y han contribuido directamente al desarrollo económico local (Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012). El Perú es uno de los países donde más impacto ha tenido el emprendedurismo. No en vano, se le considera un “país de emprendedores”. Así lo demuestran informes como el Ipsos Global Advisor 2022, que sitúa al Perú como uno de los cuatro países con mayor espíritu emprendedor del mundo (El Peruano, 2023), o el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2018, donde se afirma que un 43% de los peruanos está dispuesto a iniciar un negocio en los próximos tres años (Conexión ESAN, 2018).

Las estimaciones de León Mendoza (2019) para el caso peruano muestran que por cada aumento del 1% en el número de empresas, la tasa del PBI per cápita aumenta en 0,68% en cada uno de los 24 departamentos del Perú. Esta relación positiva permite sostener que fomentar el desarrollo de habilidades emprendedoras en estudiantes universitarios puede ser clave para el desarrollo socioeconómico del país, pues genera un impacto positivo sobre la innovación, en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas que contribuyen directamente con la economía local, e incluso en áreas de creciente importancia como el emprendedurismo digital y verde (Alvarez-Risco et al., 2021; Calanchez Urribarri et al., 2022; Deza-Loyaga et al., 2021; Morante Davila et al., 2024; Villena Zapata et al., 2024). De hecho, los jóvenes peruanos han mostrado incluso en tiempos de la pandemia de la COVID-19 una predisposición positiva hacia el emprendimiento (Mongrut et al., 2024; Narro Infante et al., 2023). Es posible, por ende, afirmar que el Perú es un país atractivo para los emprendedores, con un ecosistema creciente para start-ups y otros emprendimientos, entre otras cosas por la interconexión entre estos.

Lazear (2005) afirma que para que una persona decida volverse emprendedora sus habilidades deben estar en equilibrio. Algunas de esas habilidades incluyen: la capacidad de crear organizaciones nuevas; el trabajo tanto individual como colectivo que pueda estar orientado a la búsqueda de beneficios económicos; creatividad y cambio; identificación y creación de nuevos emprendimientos; combinación de recursos; y gestión del talento (Lazear, 2005). Otras habilidades emprendedoras pueden ser la necesidad de logro, así como también la disciplina, la creatividad, adaptación y riesgo (Duarte & Ruiz Tibana, 2009). La innovación, de la que Schumpeter en la década de 1940 ya hacía mención con la destrucción creativa (Schumpeter, 2010), es otra cualidad intrínseca al emprendedor contemporáneo, de la que toma ventaja aprovechando las oportunidades que los cambios le ofrecen (Drucker, 2002). Estas habilidades emprendedoras se pueden ir formando desde la educación; es decir, en instituciones educativas de educación básica y superior (Mendoza et al., 2018).

No obstante, se ha detectado que las universidades tienen una baja integración con las start-ups en la capital (Lima) pese a la alta relación que ambas, universidades y start-ups, tienen, particularmente en el desarrollo de emprendimientos tecnológicos (Hernández & González, 2017). Incluso, son las universidades privadas las que tienden a promover más la participación en actividades relacionadas al emprendedurismo que las universidades públicas (Villena Zapata et al., 2024). Por ello, un rol más activo de las universidades, sean públicas o privadas, puede tener un efecto positivo sobre la intención emprendedora e incluso, en el control percibido sobre su comportamiento respecto de la intención de emprender (Escobedo et al., 2020). Además, la educación y capacitación que los emprendedores pueden recibir tiene impacto en la rentabilidad y en el crecimiento de los emprendimientos (Valdivia, 2015).

Es preciso resaltar que el emprendedor, más allá de sus contribuciones a la economía local, es una persona capaz de afrontar los nuevos retos con ideas, actitudes y planteamientos novedosos que generan soluciones diferentes, facilitando el logro de sus metas (Lazarte Aguirre, 2021). Estas características impactan en su autovaloración personal. No en vano, el GEM 2018 muestra que el 63% de los peruanos considera que quienes tienen éxito en sus emprendimientos obtienen estatus y respeto (Conexión ESAN, 2018). Por ello, es posible afirmar que el emprendimiento ayuda a mejorar la autovaloración personal (Stripeikis, 2011). Es decir, el emprendedor no solo decide emprender por una cuestión socioeconómica, sino también por una cuestión emocional.

Diversos autores han mostrado la importancia de las emociones en la toma de decisiones (García-Cabrera et al., 2015; Kahneman, 2011; Nicolás Martínez & Rubio Bañón, 2020; Stripeikis, 2011). Entre ellas se encuentran las decisiones económicas, tales como la decisión de crear una empresa, donde la determinación y la decisión son fundamentales. Esto se debe a que el emprendedor necesita ser capaz de manejar sus emociones adecuadamente para afrontar diferentes situaciones cotidianas, incluyendo aquellas de estrés, y resolver satisfactoriamente los conflictos que pudieran presentarse (Zampetakis et al., 2009).

En la última década, el estudio de los factores emocionales en el proceso emprendedor ha ganado gran relevancia para explicar por qué la gente decide emprender (García-Cabrera et al., 2015). Investigaciones como la de Zampetakis et al. (2009), y de Rhee y White (2007) muestran que los emprendedores exitosos poseen altos niveles de inteligencia emocional. Así, y aunque los conocimientos de diferentes materias suelen representar una ventaja para el emprendedor, la emoción determina aspectos de gran relevancia, como la predisposición a las respuestas que el emprendedor puede dar ante diversas situaciones—positivas o negativas— o incluso su actitud hacia su propio emprendimiento (Bisquerra, 2020; Goleman, 2020).

Por competencia, se entiende usualmente un agregado de tres elementos: el conocimiento (específico), las habilidades y las actitudes o la personalidad (Bigos & Michalik, 2020). De ahí que se pueda definir a las competencias emocionales como “el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para tomar conciencia, comprender, expresar y regular de forma apropiada los fenómenos emocionales” (Bisquerra Alzina &

Pérez Escoda, 2007, p. 69). Estas se aplican a todas las personas, entre ellos a los emprendedores, y aunque predisponen las respuestas que estos pueden dar, es posible educarlas (Bisquerra Alzina & Pérez Escoda, 2012; Huezo-Ponce et al., 2021).

Poder educar las emociones, una tarea para la que las instituciones educativas están facultadas, y enseñar su aplicación al emprendedurismo, supone mejorar amplios aspectos en los emprendedores, tales como la identificación de oportunidades, la creación de vínculos con clientes y la retención de estos, así como habilidades de administración y liderazgo (Awwad & Ali, 2012; Huezo-Ponce et al., 2021). De hecho, estudios han demostrado que los emprendedores con competencias emocionales desarrolladas son capaces de lidiar mejor con el estrés (Bigos & Michalik, 2020). Así, la importancia de las competencias emocionales para el adecuado desarrollo de proyectos de emprendimiento queda patente.

En vista de la importancia de las competencias emocionales para la creación de emprendimientos exitosos, esta investigación tiene como objetivo establecer si las competencias emocionales se encuentran significativamente relacionadas a las habilidades emprendedoras en una muestra de estudiantes de educación de una universidad pública de Lima, Perú.

2. METODOLOGÍA

Esta investigación, de corte cuantitativo, se realizó con los estudiantes del segundo semestre del año académico 2022 de la Facultad de Educación de una universidad pública de la ciudad de Lima, Perú. En aquel momento estaban matriculados 628 alumnos, por lo que la muestra, calculada utilizando la fórmula de Sierra Bravo (2003), se compuso de 239 estudiantes. De ellos, el 62.8% eran mujeres y 37.2%, varones, con edades comprendidas entre 17 y 28 años, siendo mayoría los que tienen 22 años (18.4% de la muestra). De igual forma, la muestra contiene alumnos de todos los años académicos (del primero al quinto), con una mayoría de alumnos de primer año (24.3%) y segundo año (21.8%).

A todos los estudiantes de la muestra se les aplicó dos instrumentos de recolección de datos. El Inventario de Competencias Emocionales de Pérez-Escoda et al. (2010) se utilizó para medir la variable independiente competencias emocionales. Este inventario se compone de cinco dimensiones. La primera es la conciencia emocional, que se refiere a la capacidad de estar alerta y reconocer las emociones, tanto las propias como las ajenas. La segunda es la regulación emocional, relacionada al manejo adecuado de las emociones. La autonomía personal, por su parte, es un concepto referido a la autogestión personal. Las competencias sociales tienen que ver con la capacidad para mantener buenas relaciones con las demás personas. Finalmente, las competencias para la vida y el bienestar son aquellas que permiten adoptar comportamientos sanos, adecuados y responsables de tal forma que repercutan en el éxito de las labores cotidianas (Bisquerra Alzina & Pérez Escoda, 2007). El análisis de confiabilidad de este inventario arroja un Alfa de Cronbach de 0.87, que permite afirmar que tiene una alta confiabilidad. Del mismo modo, el análisis de validez de constructo arroja un valor KMO de 0.86,

el cual es suficiente para establecer que es válido.

Por su parte, para medir la variable dependiente habilidades emprendedoras se utilizó el Instrumento de Perfil Emprendedor de Albornoz Silva y Almeida Parra (2012). Este instrumento cuenta con nueve dimensiones: iniciativa; fortaleza ante las dificultades; capacidad para asumir riesgos; capacidad de toma de decisiones; flexibilidad; capacidad de aprendizaje; organización y planificación del tiempo y del trabajo; confianza en uno mismo; y afán de logro. El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido en el análisis de confiabilidad alcanza un valor de 0.94. Por tanto, este instrumento también posee una alta confiabilidad. Su valor KMO es de 0.92, por lo que el análisis efectuado confirma su validez de constructo.

Para el análisis se empleó el *software* SPSS versión 27, se realizó una regresión logística ordinal para evaluar la relación entre las competencias emocionales y las habilidades emprendedoras. Se emplearon los totales de ambas variables, los cuales se dividieron en bajo, medio y alto siguiendo un proceso de baremación en SPSS. Así, atendiendo a los puntajes obtenidos por los alumnos, quienes alcanzaron un total de entre 78 y 126 puntos en el instrumento de Competencias Emocionales fueron considerados “bajo”; entre 127 y 141, “medio”; y entre 142 y 171, “alto”. Por su parte, para las Habilidades Emprendedoras, el grupo “bajo” obtuvo entre 96 y 195 puntos; el “medio”, entre 196 y 226; y el “alto”, entre 227 y 270 puntos.

3. RESULTADOS

Tabla 1:

Resumen de procesamiento de casos

		N	Porcentaje marginal
Total de Habilidades Emprendedoras	Bajo	74	31.0%
	Medio	102	42.7%
	Alto	63	26.4%
Total de Competencias Emocionales	Bajo	74	31.0%
	Medio	95	39.7%
	Alto	70	29.3%
Edad	17-20 años	23	9.6%
	21-24 años	117	49.0%
	25-28 años	99	41.4%
Sexo	Hombres	89	37.2%
	Mujeres	150	62.8%
Válidos		239	100.0%
Perdidos		0	
Total		239	

Nota: elaboración propia.

La Tabla 1 presenta el resumen del procesamiento de los casos por cada variable, dividida en alto, medio, bajo. Los 239 casos, correspondientes al total de la muestra seleccionada, se determinan como válidos. Para ambas variables, es el nivel medio el que concentra la mayoría de casos: 42,7% para las habilidades emprendedoras y 39,7% para las competencias emocionales. Respecto a la edad, casi la mitad de la muestra (49%) tiene entre 21 y 24 años, mientras que, tal como se mencionó en la sección anterior, son más mujeres (62,8%) que hombres (37,2%) los que componen la muestra.

Tabla 2:
Información de ajuste de los modelos

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	279.023			
Final	83.693	195.331	5	.000

Función de enlace: Logit.

Nota: elaboración propia.

La Tabla 2 reporta la información de ajuste de los modelos. El primer modelo es el de solo intersección. Por su parte, el segundo es el modelo completo. El valor del logaritmo de la verosimilitud -2 de este último es menor que el del modelo de solo intersección. En tanto esta diferencia es significativa ($X^2 = 195.331$ $p < .001$), se puede afirmar que el modelo final proporciona un ajuste significativamente mejor a los datos. Así, es posible utilizar el modelo final para establecer la relación entre las competencias emocionales y las habilidades emprendedoras.

Tabla 3:
Bondad de ajuste del modelo

	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Pearson	40.505	29	.076
Desvianza	30.498	29	.389

Nota: elaboración propia.

La Tabla 3 muestra la bondad de ajuste del modelo ajustado y del modelo saturado. Ambos valores no son significativos ($p > .05$), por lo que se puede afirmar que el modelo final se ajusta bien a los datos. Adicionalmente el valor del pseudo R^2 de Nagelkerke es de .632. Ello significa el 63.2% de las variaciones entre las variables de respuesta se explica por variables explicativas ya existentes en el modelo.

Tabla 4:
Estimaciones de parámetro

		Estimación	OR	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	IC OR al 95%	
								LI	LS
Umbral	HE Bajo	-4.257	.014	.461	85.374	1	.000*	.006	.035
	HE Medio	-.686	.504	.316	4.709	1	.030*	.271	.936
Ubicación	CE Bajo	-5.831	.003	.523	124.182	1	.000*	.001	.008
	CE Medio	-2.403	.090	.375	41.143	1	.000*	.043	.188
	CE Alto	0a	1	.	.	0	.	.	.
	17-20 años	-.241	.786	.528	.208	1	.648	.279	.210
	21-24 años	-.166	.847	.314	.279	1	.597	.458	.567
	25-28 años	0a	1	.	.	0	.	.	.
	Hombres	.420	1.522	.305	1.903	1	.168	.838	.768
	Mujeres	0a	1	.	.	0	.	.	.

Función de enlace: Logit.

Nota: HE = Habilidades Emprendedoras; CE = Competencias Emocionales.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

Nota: elaboración propia.

La Tabla 4 contiene las estimaciones de los parámetros, obtenidos usando una función de enlace logit para evaluar la relación entre las habilidades emprendedoras y las competencias emocionales, tomando como umbral de referencia las habilidades emprendedoras.

De las variables del modelo, solo son significativas las competencias emocionales en sus niveles bajo y medio. Para el nivel bajo, la razón de probabilidades (OR por el inglés odds-ratio) indica que aquellos que tienen dicho nivel de competencias emocionales son 0,003 veces (95% IC, .001-.008) menos propensos a tener niveles altos de habilidades emprendedoras, manteniendo el resto constante. Por otra parte, para quienes tienen competencias emocionales en un nivel medio, la OR señala que son 0.09 veces (95% IC, .043-.188) menos propensos a tener niveles altos de habilidades emprendedoras, manteniendo el resto constante. Ninguna de las otras variables, incluyendo la edad y el género, son estadísticamente significativas.

Tabla 5:
Prueba de líneas paralelas

	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Pearson	40.505	29	.076
Desvianza	30.498	29	.389

La hipótesis nula indica que los parámetros de ubicación (coeficientes de inclinación) son los mismos entre las categorías de respuesta.

a. Función de enlace: Logit.

Nota: elaboración propia.

La Tabla 5 muestra la prueba de líneas paralelas, donde el logaritmo de la verosimilitud -2 de la hipótesis nula alcanza un valor de 83.693, mientras que el del modelo general, un 79.920. En tanto este último valor es menor que el primero, y en vista que $p > .05$, no se viola el supuesto de proporcionalidad.

4. DISCUSIÓN

Los resultados descritos en la sección anterior muestran que las competencias emocionales y las habilidades emprendedoras están significativamente relacionadas entre sí y que mientras más bajos sean los niveles de las primeras, la probabilidad que los alumnos tengan habilidades emprendedoras en un nivel más alto disminuye. Esto es de suma importancia para las universidades que desean incentivar los emprendimientos de sus alumnos. De hecho, se sabe que las habilidades blandas permiten a los alumnos adaptarse a nuevos contextos de trabajo, algo clave para los emprendedores que recién inician, en tanto estos verán influidas sus habilidades por el entorno en el que se encuentran (Cordero López et al., 2011; Ovalles-Toledo et al., 2018; Sousa, 2018).

Los resultados hallados se relacionan con investigaciones previas realizadas en estudiantes universitarios que encontraron que las habilidades emprendedoras se asocian positivamente con la autoestima (Núñez Ramírez et al., 2014), o que las actitudes emprendedoras y las habilidades sociales se encuentran relacionadas (Alanya Reque, 2012). De igual forma, se vinculan con estudios que muestran que la estabilidad emocional está relacionada con los emprendedores, particularmente con aquellos con emprendimientos sociales (Caballero et al., 2013). De igual forma, están en la línea de las propuestas de McClelland (1988), para quien las habilidades para emprender tienen en su base condiciones emocionales muy fuertes. Por ello, la regulación emocional es fundamental al momento de iniciar un negocio, algo que solo es posible entender desde la motivación y la necesidad de logro. En términos de Cordero López et al. (2011), el éxito del emprendimiento depende fundamentalmente de las habilidades que posea el emprendedor. Por ejemplo, sus habilidades personales son claves en el inicio y desarrollo temprano de las empresas, en tanto esas etapas son las de mayor riesgo, donde debe enfrentar retos y riesgos como la inversión de capital, de tiempo e incluso su propio nombre (Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012; Sousa, 2018).

Adicionalmente, estos resultados se alinean con los hallados en otros países latinoamericanos como Ecuador, donde se encontró que el desarrollo de competencias emocionales por parte de universidades públicas en sus alumnos puede promover las intenciones de emprendimiento (Verdesoto Velástegui & Chi6n Chac6n, 2021). Esto es relevante en tanto destaca el rol de las universidades en la promoci6n y desarrollo de ambas variables en estudio. El mejorar las condiciones y competencias emocionales en los alumnos puede tener un impacto significativo en sus habilidades emprendedoras: entre otros, podr6n desarrollarlas mejor y tener un esp6ritu emprendedor m6s grande. Eso no solo permitir6 desarrollar proyectos de emprendimiento, sino tambi6n servir6 para hacerlos sostenibles en el tiempo (Rutti et al., 2021), con su consiguiente impacto en la econom6a local, los niveles de empleo y el crecimiento econ6mico.

5. CONCLUSIONES

La presente investigación establece la relación existente entre las competencias emocionales y las habilidades emprendedoras en esta muestra de estudiantes de una universidad pública de Lima, Perú. Así, se encontró que las competencias emocionales en niveles bajos y medios están asociadas con las habilidades emprendedoras, y no así variables como la edad o el género de los estudiantes de la muestra.

En términos generales se puede afirmar que, si bien es cierto que los emprendedores requieren estar en posesión de un conjunto de habilidades que hagan posible el crecimiento de sus negocios, también necesitan competencias emocionales que les permitan afrontar con éxito los diferentes retos a los que se enfrentan diariamente. Entender y manejar sus emociones, así como las de otras personas de su entorno (clientes, proveedores, competidores, etc.), les permitirá no solo establecer relaciones más sólidas y duraderas que beneficien sus negocios, sino también manejar el estrés, la incertidumbre, y la presión que el manejo de un emprendimiento genera.

Es preciso recordar que poseer competencias emocionales no garantiza la viabilidad de un negocio. No obstante, en la medida que estas se encuentran asociadas al bienestar personal, pueden augurar un mejor desempeño laboral. Así, los emprendedores son personas muy decididas, con un alto grado de serenidad, y, para aquellos que poseen altos niveles de capacidades emocionales, convencidos de sus habilidades emprendedoras (García-Cabrera et al., 2015). Ello les permite ser permeables, lo cual les facilita una rápida adaptación a los escenarios cambiantes de los mercados actuales.

El caso peruano es relevante, en tanto se le considera un país de “emprendedores” pues los nuevos emprendimientos dinamizan la economía local, particularmente en el sector servicios. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), es justamente ese sector el que congrega el mayor porcentaje (37%) de nuevos emprendimientos en América Latina y el Perú (El Peruano, 2021; García-Cabrera et al., 2015). En esa línea, es necesario fomentar no solo el desarrollo y perfeccionamiento de las habilidades emprendedoras de los alumnos universitarios, sino también de sus competencias emocionales. Un emprendedor capaz de entender sus propias emociones durante las diferentes etapas del proceso de emprendimiento podrá ser capaz de continuar con su proyecto y llevarlo a buen puerto. Como se ha visto, la regulación emocional, dentro de todas las dimensiones, es la que más impacto tiene, por lo que es necesario fomentarla.

Una limitación de la presente investigación es que fue realizada en una muestra compuesta solo por estudiantes de una universidad pública de Lima. Esta característica es importante en tanto han sido las universidades privadas peruanas las que más énfasis han puesto en el desarrollo del emprendimiento (Raunelli et al., 2016), por lo que hacía necesario conocer el estado de la situación en las universidades públicas. No obstante, en este trabajo no se han considerado otras variables que pueden influir en el deseo de emprender, como las socioeconómicas, familiares o geográficas, y que podrían variar dependiendo de la universidad de origen (Arias Vargas et al., 2021; Cordova-Buiza et al., 2023; Lara-Bocanegra et al., 2022). Futuras investigaciones en esta línea podrían emplear muestras compuestas por estudiantes provenientes

de ambos tipos de universidades y considerar potenciales impactos de estas variables en el emprendimiento.

Los resultados permiten sugerir a las universidades la implementación de programas de apoyo e incentivo al emprendimiento para sus alumnos. La experiencia en otros países de América Latina muestra que la creación de un ambiente propicio para el emprendimiento, donde, por ejemplo, confluyan emprendedores que sirvan de mentores a los estudiantes y se les ofrezca apoyo tanto monetario como no monetario, es clave si la universidad quiere erigirse como una “universidad de emprendedores” (Dalmarco et al., 2018; Guerrero et al., 2018; Rocha et al., 2022).

Una manera de hacerlo es a través de la puesta en marcha de incubadoras de empresas. Aunque en el Perú fueron las universidades privadas las pioneras en esto, en el último lustro las universidades públicas también han comenzado a desarrollar sus propias incubadoras, rompiendo con décadas donde solo se dedicaban a formar empleados y no empleadores. Esto es importante, pues requiere de acciones coordinadas a corto y largo plazo entre las universidades públicas, actores gubernamentales y sector público (Hernández Cenzano & González, 2021), para que las primeras puedan fomentar la investigación orientada al desarrollo tecnológico (Dalmarco et al., 2018), y que esa pueda posteriormente traducirse en emprendimientos adaptados a las necesidades locales, tanto en el sector público como el privado. La presencia de un ambiente propicio para el emprendimiento, sumado a una formación universitaria en habilidades emprendedoras y competencias emocionales, han de servir para que los alumnos emprendedores puedan (Raunelli et al., 2016) en marcha sus iniciativas de negocios, apuntando a dinamizar el ecosistema emprendedor nacional y, así, contribuir al mercado laboral local.

AUTORÍA DEL ARTÍCULO

Todos los autores contribuyeron por igual a la realización de este trabajo.

CONFLICTO DE INTERESES

No hay ningún conflicto de intereses que declarar.

REFERENCIAS

Alanya Reque, S. B. (2012). *Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito del Callao* [Tesis de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/1080>

Albornoz Silva, M. J., & Almeida Parra, G. (2012). Caracterización del perfil emprendedor del estudiante de las facultades de administración y afines, adscritas al Capítulo Oriente de la Asociación Colombiana de Facultades de Administración (Ascolfa) y a la Red de Investigadores (Riaco), fase I. *Revista Gestión & Desarrollo*, 9(1), 37–49. <https://doi.org/10.21500/01235834.632>

Alvarez-Risco, A., Mlodzianowska, S., Zamora-Ramos, U., & Del-Aguila-Arcntales, S. (2021). Green entrepreneurship intention in university students: The case of Peru. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(4), 85–100. <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090406>

Arias Vargas, F. J., Ribes-Gine, G., Arango-Boyer, D., & Garcés Giraldo, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1218–1240. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZ.26.96.14>

Awwad, M. S., & Ali, H. K. (2012). Emotional intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees' creativity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 115–136. <https://doi.org/10.1108/14715201211246869>

Bigos, K., & Michalik, A. (2020). Do Emotional Competencies Influence Students' Entrepreneurial Intentions? *Sustainability*, 12(23), 10025. <https://doi.org/10.3390/su122310025>

Bisquerra Alzina, R., & Pérez Escoda, N. (2007). Las competencias emocionales. *Educación XX1*, 10(1), 61–82. <https://doi.org/10.5944/educxx1.1.10.297>

Bisquerra Alzina, R., & Pérez Escoda, N. (2012). Educación emocional: estrategias para su puesta en práctica. *Avances En Supervisión Educativa*, (16). <https://doi.org/10.23824/ASE.VOI16.502>

Bisquerra, R. (2020). *Regulación emocional*. Rafael Bisquerra - Educación Emocional. <https://www.rafaelbisquerra.com/competencias-emocionales/regulacion-emocional/>

Caballero, S., Fuchs, R. M., & Priale, M. A. (2013). The influence of personality traits on social enterprise start-up: the case of Peruvian social entrepreneurs. In *EMES International Research Conference on Social Enterprise-Liege. Selected Papers, no. LG13-07 (ENG)*. https://emes.net/content/uploads/publications/the-influence-of-personality-traits-on-social-enterprise-start-up-the-case-of-peruvian-social-entrepreneurs/caballero_et_al_ecps-lg13-07_eng.pdf

Calanchez Urribarri, A., Chavez Vera, K., Reyes Reyes, C., & Ríos Cubas, M. (2022). Desempeño innovador para el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1837–1858. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZ.27.100.33>

Conexión ESAN. (2018, July 3). *Perú es el país con mayor espíritu emprendedor de la región LATAM y el quinto a nivel mundial*. Conexión ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/peru-es-el-pais-con-mayor-espiritu-emprendedor-de-la-region-latam-y-el-quinto-a-nivel-mundial>

Cordero López, J., Astudillo Durán, S., Carpio Guerrero, X., Delgado Noboa, J., & Amón-Martínez, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 2(2), 27–37. <https://doi.org/10.18537/MSKN.02.02.03>

Cordova-Buiza, F., Toribio-Tamayo, G., Garcia-Portuguez, M. A. J., & Martinez-Torres, D. C. (2023). Factors Influencing the Entrepreneurial Intention of University Business Students: Evidence from Lima-Peru. *European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, 18(1), 191–199. <https://doi.org/10.34190/ECIE.18.1.1397>

Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 99–111. <https://doi.org/10.1016/j.TECHFORE.2018.04.015>

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. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZ.26.96.11>

Drucker, P. F. (2002, August). *The Discipline of Innovation*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2002/08/the-discipline-of-innovation>

Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 3(43). <https://doi.org/10.22517/23447214.2275>

El Peruano. (2021, May 4). *Sectores ideales para un emprendimiento*. El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/120055-sectores-ideales-para-un-emprendimiento>

El Peruano. (2023, April 15). *Día Mundial del Emprendimiento: Perú es el cuarto país donde más personas emprenden un negocio*. El Peruano. <https://www.elperuano.pe/noticia/210182-dia-mundial-del-emprendimiento-peru-es-el-cuarto-pais-donde-mas-personas-emprenden-un-negocio>

Escobedo, R., Véliz, T., Ballón, J., & Midolo, W. (2020). Entrepreneurship and entrepreneurial intention in Administration students of Public Universities of the Macro region of Southern Peru. *Revista Innova Educación*, 2(1), 177–192. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.01.011>

Foss, N. J., & Klein, P. G. (2017). Entrepreneurial Discovery or Creation? In Search of the Middle Ground. *Academy of Management Review*, 42(4), 733–736. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0046>

García-Cabrera, A. M., De La Cruz Déniz-Déniz, M., & Cuéllar-Molina, D. G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65–101. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieep>

Garza Cano, A., Hernández Hernández, N. G., & Sánchez Tovar, Y. (2022). Características gerenciales que influyen en el emprendimiento exitoso en Ciudad Victoria, Tamaulipas, México. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 7(21), 2–21. <https://doi.org/10.36791/TCG.V7I21SEPT-DIC.179>

Goleman, D. (2020). *Emotional Intelligence: 25th Anniversary Edition*. Bloomsbury Publishing.

Guerrero, M., Urbano, D., Cunningham, J. A., & Gajón, E. (2018). Determinants of Graduates' Start-Ups Creation across a Multi-Campus Entrepreneurial University: The Case of Monterrey Institute of Technology and Higher Education. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 150–178. <https://doi.org/10.1111/JSBM.12366>

Hernández, C., & González, D. (2017). Study of the Start-Up Ecosystem in Lima, Peru: Analysis of Interorganizational Networks. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(1), 71–83. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000100008>

Hernández Cenzano, C., & González, D. (2021). Study of the Start-Up Ecosystem in Lima, Peru: Challenges on the Way to 2030. *Proceedings of the 30th International Conference of the International Association for Management of Technology, IAMOT 2021 - MOT for the World of the Future*, 938–952. <https://doi.org/10.1111/JSBM.12366>

[org/10.52202/060557-0072](https://doi.org/10.52202/060557-0072)

Huezo-Ponce, L., Fernández-Pérez, V., & Rodríguez-Ariza, L. (2021). Emotional competencies and entrepreneurship: modeling universities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1497–1519. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00683-w>

Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

Lara-Bocanegra, A., García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., & Bohórquez Gómez-Millán, M. R. (2022). Does background matter? Analysis of the influence of sex, socioeconomic status and the existence of an entrepreneurial family member as a precursor to entrepreneurship in university students of Sport Sciences. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31, 100394. <https://doi.org/10.1016/J.JHLSTE.2022.100394>

Lazarte Aguirre, A. (2021). ¿Emprendimiento o startup? Un análisis creativo en el contexto peruano. *Economía Creativa*, 15, 87–119. <https://doi.org/10.46840/EC.2021.15.04>

Lazear, E. P. (2005). *Entrepreneurship*. *Journal of Labor Economics*, 23(4), 649–680. <https://doi.org/10.1086/491605>

León-Mendoza, J. C. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 429–439. <https://doi.org/10.18046/J.ESTGER.2019.153.3331>

McClelland, D. C. (1988). *Human Motivation*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139878289>

Mendoza, E. Y., Boza, J. A., Escobar, H. E., Cadena, D. I., & Franco, J. (2018). La competencia emprendedora. El desafío de la universidad ecuatoriana: caso Universidad Técnica Estatal de Quevedo. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 18(20), 1–12. <https://doi.org/10.47189/RCCTV18I20.219>

Mongrut, S. A., Cruz, V., & Pacussich, D. (2024). Impact of private and public initiatives on individuals' employment and income during the COVID-19 pandemic: evidence from Peru. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 29(57), 57–76. <https://doi.org/10.1108/jefas-08-2023-0230>

Morante Davila, M. A., Sánchez Pantaleón, A. J., Cruz Caro, O., Bautista Reyes, E. I., & Escobedo Ocampo, P. (2024). Entrepreneurship and entrepreneurial innovation of university students, Amazonas, Peru. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 7(3), 901–913. <https://doi.org/10.53894/IJIRSS.V7I3.2975>

Narro Infante, M. de los Á., Ramos Terrones, M. A., Aguilar-Aragón, N. D., Cedrón Medina, C. A., & Calvanapón-Alva, F. A. (2023). Entrepreneurship in 18 to 30 year-olds in times of pandemic in Northern Peru. *LACCEI*, 1(8). <https://doi.org/10.18687/LACCEI2023.1.1.1164>

Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. M. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53–66. <https://doi.org/10.26784/SBIR.V4I2.279>

Núñez Ramírez, M. A., Mercado Salgado, P., & Madrigal Torres, B. E. (2014). Autoestima y Habilidades Emprendedoras en estudiantes de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Guadalajara - México. *Comuni@cción*, 5(2), 13–24. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000200002&lng=es&nrm=iso&tln g=es

Ovalles-Toledo, L. V., Moreno Freites, Z., Olivares Urbina, M. Á., & Silva Guerra, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81). <https://doi.org/10.37960/revista.v23i81.23477>

Patiño, J. D., Ruiz Ariza, A., & Pitre-Redondo, R. (2018). El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Revista Espacios*, 39(14), 24. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/18391424.html>

Pérez-Escoda, N., Bisquerra, R., Filella, G. R., & Soldevila, A. (2010). Construcción del Cuestionario de Desarrollo Emocional de Adultos (QDE=A). *REOP - Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 21(2), 367–379. <https://doi.org/10.5944/REOP.VOL.21.NUM.2.2010.11539>

Peters, S. (2021). América Latina después del auge de las materias primas: ¿qué queda del Neo-Extractivismo? *Gestión y Ambiente*, 24(supl1), 175–200. <https://doi.org/10.15446/ga.v24nsupl1.91902>

Raunelli, J. C., Power, M., & Galarza, F. (2016). Why do entrepreneurs leave the market? An explanation from experimental economics in Peru. *Economía*, 39(77), 187–228. <https://doi.org/10.18800/ECONOMIA.201601.005>

Rhee, K. S., & White, R. J. (2007). The Emotional Intelligence of Entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(4), 409–425. <https://doi.org/10.1080/08276331.2007.10593408>

Rocha, A. K. L. da, Moraes, G. H. S. M. de, & Fischer, B. (2022). The role of university environment in promoting entrepreneurial behavior: evidence from heterogeneous regions in Brazil. *Innovation and Management Review*, 19(1), 39–61. <https://doi.org/10.1108/INMR-08-2020-0112>

Rutti, R. M., Garcia, F., & Helms, M. M. (2021). Entrepreneurship in Peru: A SWOT analysis. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 42(3), 369–396. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2021.113207>

Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 129–151. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798008>

Sanabria, C., & López Espitia, Y. (2021). Habilidades emprendedoras: importancia, evolución y sub temas emergentes. Una revisión de literatura. *Económicas CUC*, 42(1), 189–207. <https://doi.org/10.17981/ECONCUC.42.1.2021.ORG.4>

Schumpeter, J. A. (2010). Capitalism, Socialism and Democracy. In *Capitalism, Socialism and Democracy* (1st ed.). Routledge. <https://www.routledge.com/Capitalism-Socialism-and-Democracy/Schumpeter/p/book/9780415567893>

Sierra Bravo, R. (2003). *Técnicas de Investigación Social: teoría y ejercicios*. Ediciones Paraninfo.

Sousa, M. J. (2018). Entrepreneurship Skills Development in Higher Education Courses for Teams Leaders. *Administrative Sciences*, 8(2), 18. <https://doi.org/10.3390/ADMSCI8020018>

Stripeikis, O. (2011). Enterprising Business Formation in Lithuanian Small and Medium-Sized Firms. *Organizacijų Vadyba: Sisteminių Tyrimai*, (57). <https://hdl.handle.net/20.500.12259/980>

Valdivia, M. (2015). Business training plus for female entrepreneurship? Short and medium-term experimental evidence from Peru. *Journal of Development Economics*, 113, 33–51. <https://doi.org/10.1016/J.JDEVECO.2014.10.005>

Verdesoto Velástegui, O., & Chi6n Chac6n, S. (2021). Emotional competencies and entrepreneurial intention: An extension of the theory of planned behavior case of Ecuador. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1943242>

Villena Zapata, L. I., Espinoza Rodriguez, O. A. C., Rabanal-Le6n, H. C., Alva Morales, J., Sevilla Angelaths, M. A., & Acosta Enriquez, B. G. (2024). Digital Entrepreneurship Profiles and Quality of Life in University Students from Northern Peru. *Journal of Educational and Social Research*, 14(3), 103. <https://doi.org/10.36941/jesr-2024-0059>

Zampetakis, L. A., Beldek6s, P., & Moustakis, V. S. (2009). "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support. *European Management Journal*, 27(3), 165–175. <https://doi.org/10.1016/J.EMJ.2008.08.003>

i Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
<https://orcid.org/0000-0003-1530-4229>
mtorresv@unmsm.edu.pe

ii Universidad Católica de Trujillo, Trujillo, Perú.
<https://orcid.org/0000-0002-7801-0933>
e.carrillo@uct.edu.pe

iii Universidad Científica del Sur, Lima, Perú.
<https://orcid.org/0009-0009-5595-7380>
pyarihuamana@cientifica.edu.pe

iii Universidad Nacional Federico Villarreal, Lima, Perú.
<https://orcid.org/0000-0001-8280-3744>
wdelgado@unfv.edu.pe

Toda la correspondencia relacionada con este artículo debe enviarse a:

Manuel Encarnación Torres Valladares
E-mail: mtorresv@unmsm.edu.pe

Recebido em 25 de agosto de 2024
Aceite para publicação em 22 de maio de 2025
Publicado em 05 de junho de 2026

Competências Emocionais na Formação de Empreendedores na Universidade Peruana

RESUMO

O empreendedorismo é uma tarefa que a universidade deve assumir como parte integrante das suas funções, a par do ensino, da extensão e da investigação. Proporcionar aos estudantes universitários uma base sólida em conhecimentos empresariais pode contribuir para o crescimento económico da sua localidade e até mesmo do seu país, uma vez que estarão em condições de iniciar novos empreendimentos ou desenvolver os já existentes. Mas também ensinar aos alunos a importância de gerir as suas emoções neste processo pode ajudá-los a navegar adequadamente no caminho muitas vezes turbulento de ser um empreendedor. Assim sendo, esta pesquisa procura estabelecer se as competências emocionais têm impacto nas capacidades empreendedoras numa amostra de 239 estudantes universitários de uma universidade pública de Lima, no Peru. Para isso, os dados foram recolhidos através de dois instrumentos, um por variável: o Inventário de Competências Emocionais e o Instrumento Perfil Empreendedor. A análise, de natureza quantitativa e desenho não experimental, foi realizada através de regressão logística ordinal. Os resultados mostram que ambas as variáveis estão relacionadas e que os alunos com níveis baixos ou intermédios de competências emocionais têm uma menor propensão para terem níveis elevados de competências empreendedoras. Assim, pode-se estabelecer a importância das competências emocionais nas competências empreendedoras, facto que as universidades devem considerar para desenvolver programas que as incentivem e desenvolvam em benefício dos estudantes e da economia local no seu todo.

Palavras-chave: Competências emocionais; Competências empreendedoras; Estudante universitário; Ensino superior; Competências para a vida.

Emotional Competencies in The Training of Entrepreneurs in The Peruvian University

ABSTRACT

Entrepreneurship is a task that should be considered as an integral part of the university, together with teaching, extension activities and research. Giving university students a solid knowledge of how to start a business can contribute with the economic growth of their community and even that of their country, as they would be able to start new businesses or to develop those already existing. Furthermore, teaching the students the importance of managing their emotions in this process could help them to adequately navigate the usually turbulent entrepreneurship path. Therefore, this research aims at establishing whether the emotional competencies have incidence on the possession of entrepreneurial skills in a sample of 239 education university students from a public university in Lima, Peru. For that matter, data was collected using two instruments, one per variable: the Inventory of Emotional Competencies and the Instrument of Entrepreneurial Profile. The analysis, quantitative with non-experimental design, was carried using an ordinary logistic regression. The results show that both variables are related and that the students with low or medium levels of emotional competencies have lower odds to have higher levels of entrepreneurial skills. Therefore, the importance of the emotional skills in the entrepreneurial skills can be established. As a result, universities should consider designing programmes that encourage and develop these skills for the benefit of their students and the local economy as a whole.

Keywords: Emotional competencies; Entrepreneurial skills; University students; Higher education; Life skills.