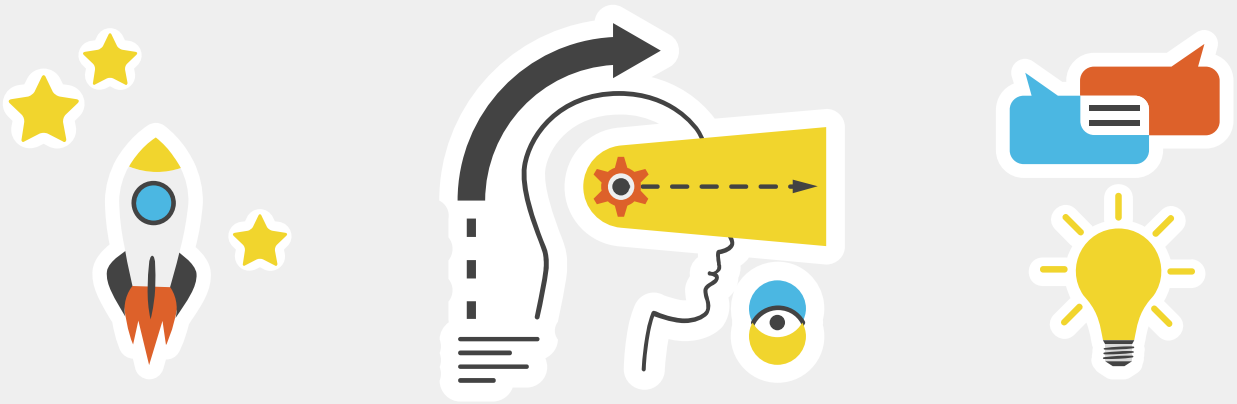


CARTOGRAFÍA DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Autopercepción de estudiantes de periodismo y comunicación de España y Latinoamérica

Proyecto "MAEDU Marco de Análisis del Emprendimiento Digital en las Universidades". Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación, Agencia Estatal de Investigación, Plan nacional I+D+i convocatoria 2022. **Referencia: PID2022-139332NB-I00**

Un informe de:
MAEDU en colaboración con SembraMedia

Idea y coordinación:
SÁNCHEZ GONZÁLEZ, MARÍA
(Universidad de Málaga, España)

*Este informe forma parte del convenio OTRI UMA- SembraMedia con ref. 8.07/5.76.7327.

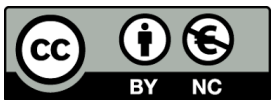
© UMA Editorial. Universidad de Málaga
Bulevar Louis Pasteur, 30 (Campus de Teatinos) - 29071
Málaga www.umaeditorial.uma.es

© Los autores

Diseño y maquetación: Los autores

ISBN: 978-84-1335-504-7

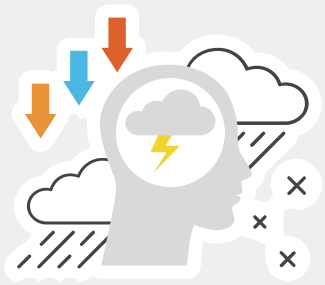
Publicado en septiembre de 2026



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons:
Reconocimiento - No comercial - (cc-by-nc):
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es
Esta licencia permite a los reutilizadores distribuir, remezclar, adaptar y desarrollar el material en cualquier medio o formato únicamente con fines no comerciales y siempre que se otorgue la atribución al creador.

ÍNDICE







EQUIPO DE TRABAJO
Datos de autores de informe y resto del equipo del proyecto que da pie al informe.

CONTEXTO
Proyecto EmDigital como antecedente de MAEDU y MAEDU. SembraMedia y Punto de Partida. Sinergias y objeto del informe

METODOLOGÍA
Enfoque e instrumento | Análisis de datos | Muestra obtenida

RESULTADOS
Análisis de resultados | Resultados generales y por dimensiones | Diferencias según género, titulación y territorio

PRINCIPALES HALLAZGOS (A MODO DE CONCLUSIÓN)
Síntesis de hallazgos, posibles limitaciones y estudios futuros…

AGRADECIMIENTOS
Lista de docentes contribuidoras-es, de universidades españolas y latinoamericanas

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

Un informe de:
MAEDU en colaboración con SembraMedia

Idea y coordinación:
SÁNCHEZ GONZÁLEZ, MARÍA (Universidad de Málaga, España)

EQUIPO DE TRABAJO

Este informe ha sido posible gracias a la labor de un equipo de investigadoras-es del proyecto MAEDU y a la colaboración del equipo de SembraMedia.



MARÍA SÁNCHEZ GONZÁLEZ

Profesora asociada doctora en Periodismo en Universidad de Málaga, España, coordinadora convenio OTRI UMA-SembraMedia e investigadora en proyecto MAEDU (financiado por Agencia Estatal de Investigación del Gobierno de España), además de técnico de innovación en la UNIA.

IMPULSORA Y COORDINADORA DE INVESTIGACIÓN E INFORME (y GRÁFICAS Y MAQUETACIÓN)



VÍCTOR GONZÁLEZ CALATAYUD

Profesor titular en Universidad de Murcia, España, participante en convenio OTRI UMA-SembraMedia e investigador en proyecto MAEDU.

PARTICIPANTE EN INVESTIGACIÓN E INFORME



MARÍA PAZ PRENDES ESPINOSA

Catedrática de Tecnología Educativa en Universidad de Murcia, directora del Grupo de investigación en Tecnología Educativa e Investigadora Principal en proyecto MAEDU.

PARTICIPANTE EN INFORME



ISABEL GUTIÉRREZ-PORLÁN

Catedrática de Tecnología Educativa en Universidad de Murcia, directora del Grupo de investigación en Tecnología Educativa e Investigadora Principal en proyecto MAEDU.

PARTICIPANTE EN INFORME

EQUIPO DE TRABAJO



JANINE WARNER

Cofundadora y Directora ejecutiva de SembraMedia

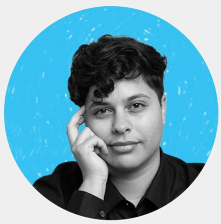
COLABORADORA EN PROYECTO



MARÍA EUGENIA ÁLVAREZ

Directora general de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO



NAIMID CIRELLI

Director de operaciones de SembraMedia

COLABORADOR EN PROYECTO



SOFÍA ÁLVAREZ

Directora de iniciativas de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO



GAMARÍ SÁNCHEZ RAMOS

Coordinadora de programas de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO

EQUIPO DE TRABAJO



JOSÉ ANTONIO GONZÁLEZ ALBA

Especialista en medios digitales de SembraMedia

APOYO EN INVESTIGACIÓN Y CONTACTO INICIAL



CAROLINA SOTELO

Líder de identidad visual de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO



ANA MININI VENEGA

Coordinadora editorial de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO



MAGALÍ DOMÍNGUEZ LALLI

Líder en datos de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO



NASTASJA GÖRZEN

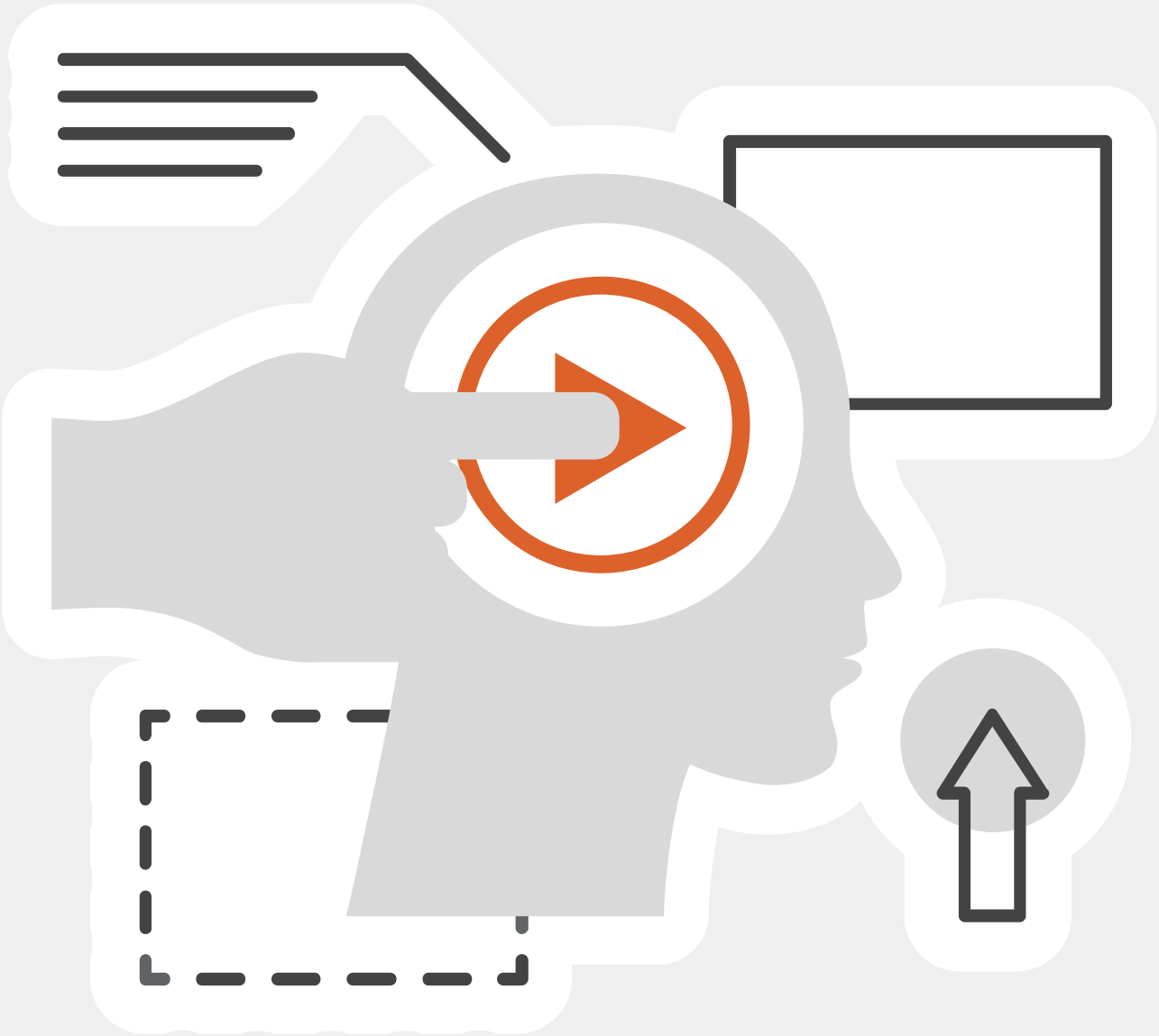
Content Manager de SembraMedia

COLABORADORA EN PROYECTO

01

CONTEXTO

Proyecto EmDigital como antecedente de MAEDU y MAEDU. SembraMedia y Punto de Partida. Sinergias y objeto del informe



Proyecto MAEDU y antecedentes

Proyecto EmDigital

Una de las competencias básicas de la ciudadanía es la competencia de **emprendimiento digital**. Esta competencia parte de la unión de dos de las competencias básicas del siglo XXI, la competencia digital y la competencia de emprendimiento.

La **competencia de emprendimiento** se ha concretado en el modelo elaborado en 2018 por la Unión Europea, EntreComp. Esta competencia se refiere al desarrollo de capacidades que permitan plantear, organizar y llevar a cabo proyectos, desarrollando además otros aspectos como la creatividad, la autonomía y el trabajo en equipo (Jones y Irelade, 2010).

La otra competencia a la que hacíamos alusión es la **competencia digital.** A nivel europeo se ha desarrollado el modelo DigComp para concretar qué necesita un ciudadano o ciudadana para desenvolverse en la sociedad digital (Carretero, Vuorikari y Punie, 2017; Prendes, Gutiérrez y Martínez, 2018).

Lo podemos entender como la "capacidad para desarrollar ideas innovadoras que, usando tecnologías digitales, impliquen creación de valor en un contexto sostenible" (Prendes y Martínez-Roig, 2022).

El emprendimiento digital se basa en el análisis de estas dos competencias: la de emprendimiento y la digital (Prendes y García, 2020), pero no como suma de las mismas sino como nuevo modelo que integre ambas.



El desarrollo de un modelo que uniera estas dos competencias se llevó a cabo en el marco del proyecto Emdigital **"Competencias para el emprendimiento digital de los estudiantes universitarios"** (Ref.20962/PI/18) que fue financiado por la Fundación Séneca (Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia) de 2018 a 2022 (https://www.um.es/emdigital).

El proyecto desarrolló un modelo de análisis del emprendimiento digital en alumnado universitario y analizó las competencias de emprendimiento digital del alumnado de último curso de grado de las universidades públicas de la Región de Murcia, España.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Modelo y cuestionario EmDigital

Este modelo parte de una concepción amplia del emprendimiento digital: no lo reduce a la creación de empresas tecnológicas, sino que lo entiende como una competencia transversal que permite identificar oportunidades, idear respuestas innovadoras, convertirlas en proyectos viables, trabajar con otras personas y gestionar de forma responsable los recursos y riesgos propios de los entornos digitales.

En este sentido, combina capacidades tradicionalmente vinculadas al emprendimiento con conocimientos, habilidades y actitudes asociados a la competencia digital (Prendes-Espinosa, 2022; Prendes-Espinosa et al., 2021).

La construcción del modelo EmDigital se realizó mediante un análisis comparativo de los marcos europeos EntreComp y DigComp. Tras identificar las relaciones entre ambos, el equipo investigador recurrió a procesos sucesivos de análisis, grupos focales, juicio de expertos y técnica Delphi.

En el citado análisis de competencias de estudiantes en la Universidad de Murcia (muestra participante: 1108 estudiantes) que sirvió como testeo del modelo y del cuestionario, se obtuvieron resultados interesantes que justifican la importancia de continuar con esta línea de trabajo y abordar una propuesta más amplia y profunda.

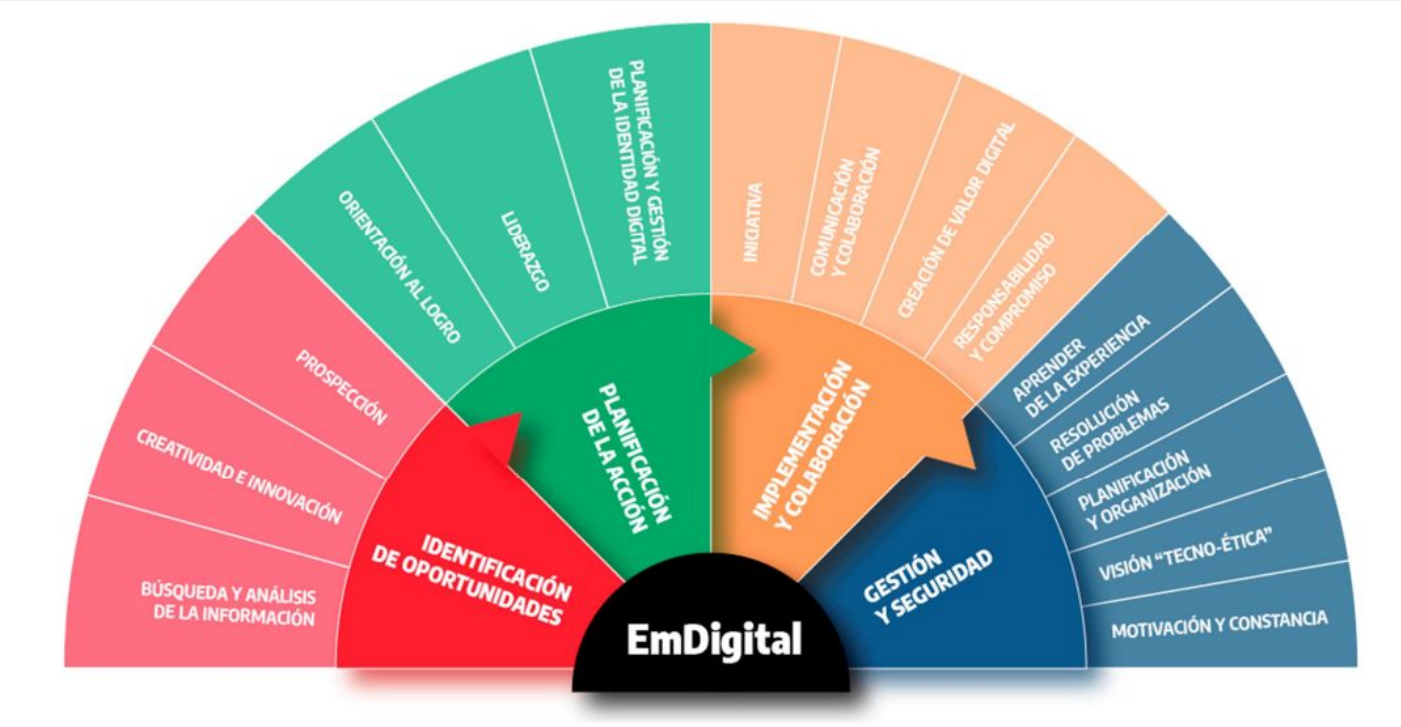
De acuerdo a esos resultados, podemos afirmar que en general el alumnado se muestra menos preparado para encontrar opciones que permitan desarrollar su idea de emprendimiento. Además, no son del todo conscientes de cómo gestionar los datos que se puedan recabar en su proyecto, les faltan conocimientos básicos que consigan que su trabajo se gestione de manera eficaz y segura. También se han encontrado diferencias en torno al género que es necesario tener en consideración y hay diferencias en cuanto a la rama de conocimiento, diferencias todas ellas que es necesario seguir estudiando.



El modelo EmDigital entiende el emprendimiento digital como una competencia transversal imprescindible hoy para sacar partido a las tecnologías digitales no solo para crear empresas sino para intraemprender, innovar y desenvolverse profesionalmente con éxito en la actual sociedad red.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Modelo y cuestionario EmDigital



Modelo EmDigital. Competencias para el emprendimiento digital de los estudiantes universitarios. Fuente: www.um.es/emdigital/el-modelo (cit. por Prendes, 2022).

El resultado definitivo del Modelo EmDigital organiza la competencia de emprendimiento digital en cuatro dimensiones (ver figura).

Estas cuatro dimensiones representan fases interrelacionadas del proceso emprendedor: identificar oportunidades, planificar la acción, implementar la propuesta colaborativamente y gestionar su desarrollo con seguridad y responsabilidad (Prendes-Espinosa, 2022).

Vinculadas a sus dimensiones, la versión validada del instrumento incorpora quince subcompetencias, descritas más adelante, y 45 indicadores asociados a éstas. La estructura del cuestionario EmDigital reproduce las cuatro dimensiones del modelo y presenta una elevada consistencia interna, por lo que permite estudiar fortalezas y necesidades formativas desde la perspectiva de la autopercepción (González-Calatayud et al., 2022).

*Ver modelo de cuestionario EmDigital en Anexos de este informe

Proyecto MAEDU y antecedentes

Dimensión 1: Identificación de oportunidades

La primera dimensión se refiere a la capacidad para observar el entorno, detectar necesidades o problemas y transformarlos en posibilidades de actuación con valor potencial. Constituye el punto de partida del proceso emprendedor: antes de planificar o ejecutar una iniciativa es necesario comprender el contexto, reconocer cambios, interpretar información y formular ideas diferenciadas. En el ámbito digital, esta exploración exige desenvolverse entre grandes volúmenes de datos, fuentes diversas, tendencias tecnológicas y nuevos hábitos de consumo y participación. La dimensión integra **tres subcompetencias: búsqueda y análisis de información, creatividad e innovación y prospección**.

Búsqueda y análisis de información

Esta subcompetencia implica localizar información relevante, seleccionar fuentes adecuadas, contrastar su calidad y extraer conclusiones útiles para una posible iniciativa. No se limita a saber realizar búsquedas instrumentales: incluye definir qué información se necesita, emplear estrategias de recuperación eficientes, evaluar la fiabilidad de los datos y organizarlos para apoyar decisiones. En proyectos de comunicación y periodismo, por ejemplo, supone analizar audiencias, tendencias de consumo informativo, competidores, referentes, necesidades sociales y posibles nichos de mercado. Sus indicadores remiten, por tanto, a la búsqueda estratégica, la evaluación crítica de fuentes y el uso de la información para reconocer problemas y oportunidades.

Creatividad e innovación

La creatividad permite generar alternativas, relacionar conocimientos y proponer soluciones originales; la innovación añade la capacidad de convertir esas ideas en mejoras o propuestas que aporten valor. En EmDigital ambas se entienden como capacidades aplicadas: cuestionar soluciones existentes, imaginar nuevos productos, servicios, formatos o procesos y aprovechar las posibilidades de las tecnologías para desarrollarlos. Los indicadores asociados valoran la generación de ideas, la flexibilidad para considerar enfoques distintos y la disposición para experimentar y mejorar propuestas. En el emprendimiento periodístico digital, puede expresarse en nuevos formatos narrativos, servicios de información especializados, modelos de relación con comunidades o vías innovadoras de distribución y monetización.

Prospección

La prospección incorpora una mirada anticipatoria. Consiste en interpretar señales del presente, prever escenarios y valorar cómo las tendencias sociales, económicas, profesionales o tecnológicas pueden afectar a una iniciativa. Sus indicadores se relacionan con la detección de tendencias, la anticipación de necesidades y la valoración de la viabilidad y evolución potencial de una idea. Esta capacidad resulta especialmente relevante en sectores sometidos a cambios acelerados, como la comunicación digital, donde plataformas, lenguajes, perfiles profesionales y modelos de negocio se transforman continuamente.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Dimensión 2: Planificación de la acción

Una oportunidad solo se convierte en proyecto cuando se traduce en objetivos, decisiones y una estrategia de acción. La segunda dimensión agrupa las capacidades necesarias para definir el rumbo de la iniciativa, movilizar a otras personas y construir una presencia digital coherente.

Conecta la idea inicial con una hoja de ruta y contempla tanto la dimensión organizativa como la proyección pública del proyecto. Tiene tres **subcompetencias**: **orientación al logro, liderazgo y planificación y gestión de la identidad digital.**

Orientación al logro

La orientación al logro es la disposición para formular metas, perseguir resultados y evaluar el avance. Implica convertir una intención general en objetivos concretos, realistas y verificables; establecer prioridades; asumir retos; y mantener el foco en la creación de valor.

Los indicadores de esta subcompetencia se vinculan con la claridad de objetivos, la toma de decisiones orientada a resultados y la capacidad de valorar el rendimiento de las acciones.

En términos formativos, no se identifica únicamente con la ambición empresarial, sino con la capacidad de culminar proyectos y producir resultados útiles para destinatarios, comunidades u organizaciones.

Liderazgo

El liderazgo se concibe como la capacidad de promover una visión compartida, implicar a otras personas y coordinar esfuerzos para avanzar hacia los objetivos. Incluye iniciativa, comunicación, negociación, toma de decisiones y capacidad para generar confianza. En un ecosistema digital, el liderazgo puede ejercerse en equipos presenciales, híbridos o distribuidos, por lo que requiere manejar canales digitales y adaptar las formas de coordinación. Los indicadores valoran la habilidad para asumir responsabilidades, influir de manera constructiva, motivar al equipo y facilitar la participación de perfiles diversos.

Planificación y gestión de la identidad digital

Esta subcompetencia atiende a la representación del proyecto y de sus promotores en Internet. Supone diseñar y cuidar una identidad digital coherente con los objetivos, públicos y valores de la iniciativa; seleccionar plataformas; gestionar contenidos y relaciones; y considerar la reputación, la privacidad y la trazabilidad de la actividad online. Sus indicadores combinan una vertiente estratégica —definir cómo quiere ser reconocido el proyecto— y otra operativa —mantener perfiles, mensajes y evidencias digitales consistentes—. En iniciativas de comunicación, la identidad digital es además un activo de credibilidad y diferenciación.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Dimensión 3: Implementación y colaboración

La tercera dimensión se centra en poner en marcha la iniciativa y construir valor con otras personas. Es la dimensión más directamente vinculada con el paso de la planificación a la práctica: actuar, comunicar, cooperar, producir contenidos o soluciones digitales y asumir compromisos con el proyecto y su entorno. Reúne **cuatro subcompetencias**, indicadas a continuación.

Iniciativa

La iniciativa es la disposición para comenzar, proponer y actuar sin depender continuamente de instrucciones externas. Se manifiesta en la capacidad para transformar una idea en tareas, aprovechar oportunidades y tomar decisiones dentro del margen de autonomía disponible. Los indicadores aluden a la proactividad, la autonomía y la capacidad para impulsar acciones. En el plano digital, incluye además explorar herramientas y canales, realizar prototipos, probar soluciones y aprender mediante la acción.

Comunicación y colaboración

Esta subcompetencia engloba la capacidad para expresar ideas con claridad, adaptar los mensajes a distintos interlocutores, compartir información, negociar, solicitar y ofrecer ayuda y trabajar de forma coordinada mediante tecnologías digitales. Sus indicadores contemplan tanto las habilidades comunicativas como la construcción de relaciones y redes. Para futuros profesionales de la comunicación resulta especialmente significativa.

Creación de valor digital

Crear valor digital significa utilizar las tecnologías para producir una mejora reconocible: un producto, un servicio, un contenido, un proceso o una experiencia que responda a una necesidad. La tecnología no se considera un fin en sí misma, sino un medio para ampliar alcance, eficiencia, personalización, participación o sostenibilidad. Los indicadores se refieren a la capacidad de crear y adaptar contenidos digitales, integrar recursos y elegir soluciones tecnológicas adecuadas. En el periodismo emprendedor, el valor puede ser informativo, social, cultural o económico y puede materializarse en productos editoriales, bases de datos, newsletters, pódcast, plataformas, servicios de verificación o soluciones para comunidades específicas.

Responsabilidad y compromiso

Esta subcompetencia expresa la implicación sostenida con las tareas, las personas y los efectos de la iniciativa. Incluye cumplir acuerdos, asumir las consecuencias de las decisiones y actuar de manera responsable con clientes, usuarios, equipos y comunidades. Sus indicadores valoran la fiabilidad personal, el compromiso con los objetivos y la consideración de las repercusiones sociales de la actividad. De este modo, EmDigital evita una visión puramente instrumental del emprendimiento e incorpora la responsabilidad como condición de un proyecto legítimo y sostenible.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Dimensión 4: Gestión y Seguridad (1)

La cuarta dimensión reúne las capacidades necesarias para sostener, revisar y proteger el proyecto durante su desarrollo.

Es la más extensa del modelo y del cuestionario, porque integra aprendizaje, resolución de problemas, organización, ética, seguridad y perseverancia.

No se limita a administrar recursos: contempla la adaptación continua a la incertidumbre y el uso responsable de las tecnologías.

Comprende **cinco subcompetencias: aprender de la experiencia, resolución de problemas, planificación y organización, visión tecnoética y motivación y constancia.**

Aprender de la experiencia

Implica revisar lo realizado, reconocer errores y aciertos y convertirlos en conocimiento para actuaciones futuras.

Los indicadores se relacionan con la reflexión sobre la práctica, el uso de la retroalimentación, la detección de fallos y la reformulación de estrategias.

Las tecnologías pueden facilitar este aprendizaje mediante datos de uso, analítica, métricas y registros, pero requieren interpretación crítica. En un proyecto mediático, por ejemplo, las métricas de audiencia deben emplearse para comprender comportamientos y mejorar decisiones, no como único criterio de calidad.

Resolución de problemas

La resolución de problemas supone identificar una dificultad, analizar sus causas, generar alternativas y seleccionar una respuesta viable.

En entornos digitales incluye resolver incidencias técnicas, pero también afrontar problemas de organización, contenidos, públicos, financiación o coordinación.

Los indicadores valoran la capacidad analítica, la búsqueda de recursos y la adaptación de soluciones a cada contexto. Esta subcompetencia incorpora igualmente la tolerancia a la incertidumbre, ya que muchos problemas emprendedores no disponen de una única respuesta correcta.

Planificación y organización

Aunque está vinculada a la dimensión de planificación de la acción, aquí se refiere a la gestión cotidiana del proyecto: distribuir tareas, tiempos y recursos; establecer procedimientos; controlar avances; documentar procesos y reajustar la planificación.

Sus indicadores observan la capacidad de organización personal y colectiva, el manejo de herramientas digitales de gestión y la coordinación de recursos. Esta distinción es relevante: una cosa es diseñar estratégicamente la acción y otra sostener operativamente su ejecución.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Dimensión 4: Gestión y Seguridad (2)

Visión tecnoética

La visión tecnoética integra la seguridad digital con una reflexión ética sobre el uso y los efectos de la tecnología. Comprende la protección de dispositivos, datos e identidades; el respeto de la privacidad y la propiedad intelectual; la evaluación de riesgos; y la consideración de impactos sociales, laborales y ambientales. Sus indicadores no se limitan al cumplimiento normativo, sino que valoran la capacidad de tomar decisiones responsables.

En comunicación y periodismo esta subcompetencia incluye cuestiones especialmente sensibles, como la protección de fuentes y datos, la transparencia, el uso legítimo de contenidos, los sesgos algorítmicos y la credibilidad.

Motivación y constancia

La motivación y la constancia permiten mantener el esfuerzo ante dificultades, retrasos o resultados inciertos. Incluyen confianza para seguir aprendiendo, perseverancia, autorregulación y capacidad para reajustar expectativas sin abandonar prematuramente el proyecto.

Los indicadores se relacionan con la persistencia, la disposición para superar obstáculos y la continuidad del trabajo.

En el modelo, esta dimensión actitudinal equilibra las habilidades técnicas y organizativas: disponer de una idea y dominar herramientas no garantiza su desarrollo si no existe compromiso sostenido.

Lectura integrada del modelo y aplicación

Las cuatro dimensiones no deben interpretarse como compartimentos aislados ni como una secuencia rígida. En la práctica, el emprendimiento digital es iterativo: la implementación genera información nueva, obliga a revisar la planificación, permite descubrir oportunidades y plantea problemas éticos u organizativos.

La principal aportación de EmDigital es precisamente articular en un mismo marco capacidades emprendedoras, digitales, comunicativas, estratégicas y socioemocionales. Esta visión es adecuada para analizar perfiles profesionales híbridos, como los vinculados al periodismo y la comunicación, donde emprender supone combinar conocimiento del sector, creación editorial, tecnologías, relación con públicos y modelos de sostenibilidad.

Proyecto MAEDU y antecedentes

Proyecto MAEDU

Desde esta necesidad y partiendo del trabajo previo, surge el **proyecto MAEDU: Marco de análisis del emprendimiento digital en la Universidad** financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, Agencia Estatal de Investigación, Plan nacional I+D+i convocatoria 2022 (Referencia: PID2022-139332NB-I00).

La meta principal de este proyecto es profundizar en el conocimiento sobre la formación universitaria para el emprendimiento digital, tanto desde una perspectiva organizativa, como personal.

Partiendo del marco europeo de competencias básicas, se está trabajando en un modelo de análisis integral desde un triple enfoque (institución- profesorado-estudiantes) que además permita aportar datos descriptivos de la realidad actual.

La importancia del proyecto se justifica por la inexistencia de modelos holísticos en el ámbito del emprendimiento digital desde los cuales abordar la formación de esta competencia básica en los futuros profesionales, los actuales estudiantes universitarios.

Más información:
https://www.um.es/emprendimientodigital/

Con la construcción de un marco teórico de análisis en tres ejes y la recogida de datos empíricos reales, MAEDU pretende realizar propuestas de formación universitaria ajustadas a las necesidades de la sociedad digital actual y ajustadas a las demandas del mercado laboral. La manera en la que las instituciones organizan sus recursos y la formación influyen en el aprendizaje de los estudiantes (González, Sánchez y Solano, 2022) evidenciando la importancia de que éstas tengan un proyecto claro de acción tutorial, de buenas prácticas y de servicios que promuevan el desarrollo de las diferentes competencias profesionales.

En el momento de escribir estas líneas (junio de 2026) se han implementado las dos primeras fases del proyecto MAEDU. A fines de 2024, se administró el cuestionario a una muestra representativa de estudiantes de último curso de Grado a nivel nacional. En la recogida de información participaron seis universidades españolas (Murcia, Girona, Málaga, Las Palmas y A Coruña), aquellas en que proyecto tenía representación. Se lograron resultados de una muestra amplia y diversa, con un total de 4271 respuestas.

Además, se ha completado la definición del modelo MAEDU Prof, compuesto por 4 áreas y diferentes indicadores que permitirán la medición de la competencia docente de emprendimiento digital del profesorado universitario.

SembraMedia y antecedentes

Red SembraMedia

SembraMedia es una organización sin fines de lucro dedicada a fortalecer la sustentabilidad y resiliencia de los medios digitales emprendedores en América Latina a través de programas de acompañamiento, investigación aplicada y formación, con el objetivo de contribuir a un ecosistema más sólido, innovador y sostenible.

Destaca su Red de Profes, con más de 300 profesionales de la educación, el periodismo y la investigación especializados en medios y sostenibilidad.

Estudios Punto de Partida

En 2018, gracias al apoyo de Google News Initiative, se publicó, bajo la denominación de Punto de Partida, el primer estudio sobre el estado de la enseñanza del periodismo emprendedor en las facultades universitarias de comunicación y las escuelas de periodismo en Latinoamérica y España (Sembramedia, 2018).

Más información: https://sembramedia.org/





Se diseñó un estudio cualitativo y se entrevistaron a 25 profesores miembros de la red de SembraMedia.

En 2023, con el apoyo de UNESCO, se presentó Punto de Partida II, un informe cuantitativo que muestra la evolución del periodismo emprendedor en las aulas (SembraMedia, 2023). El proyecto articuló un eslabón entre la industria periodística y la academia, a partir de la investigación de dos fuentes:

1. 101 profesores (38% Mujeres, 56% Hombres, 1% No binarix, 5% Prefirió no decir) de 16 países hispanoparlantes.

2. 157 universidades latinoamericanas y españolas.

Además se desarrolló un mapa de profesores de periodismo emprendedor para facilitar las alianzas y colaboraciones en la región así como dar un panorama general de las universidades con formación en emprendimientos periodísticos.

Se trata con ello de fortalecer el ecosistema informativo desde las bases, brindando apoyo a las y los periodistas del futuro, para consolidar así las posibilidades de sustentabilidad de los medios digitales independientes.

Colaboración MAEDU-SembraMedia

El estudio que recoge este informe surge como Convenio de Colaboración entre SembraMedia y la Universidad de Málaga para la realización de un proyecto sobre emprendimiento Universitario titulado “Encuesta a estudiantes de Periodismo y Comunicación sobre emprendimiento digital en el marco de MAEDU” y ejecutado en el curso académico 2025-26.

Por qué MAEDU propone el análisis

La propuesta de análisis surge de una de las investigadoras de MAEDU, la profesora de periodismo María Sánchez González, del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga (España), quien ya suministró la encuesta EMdigital entre alumnado de diversas áreas de conocimiento de dicha universidad durante el último trimestre de 2025, como parte de un estudio nacional desarrollado en MAEDU.

Dada su vinculación con la docencia sobre emprendimiento e innovación periodística y habiendo colaborado en Punto de Partida I como parte de la Red de Profes, propone sumar a SembraMedia para realizar un proyecto colaborativo en el que profundizar en el análisis de las competencias sobre periodismo emprendedor entre futuros y futuras periodistas. Con ello se aprovecha el instrumento creado y se logra un muestreo internacional para el proyecto.



Sitio web del proyecto MAEDU. Fuente: https://www.um.es/emprendimientodigital/

Colaboración MAEDU-SembraMedia

El estudio que recoge este informe surge como Convenio de Colaboración entre SembraMedia y la Universidad de Málaga para la realización de un proyecto sobre emprendimiento Universitario titulado “Encuesta a estudiantes de Periodismo y Comunicación sobre emprendimiento digital en el marco de MAEDU” y ejecutado en el curso académico 2025-26.

Por qué SembraMedia decide participar

Esta colaboración responde a una convicción central para esta organización sin ánimo de lucro de referencia en el ámbito latinoamericano y que tiene la formación como parte de sus líneas de actividad: lo que ocurre en las aulas de periodismo y comunicación tiene consecuencias directas en el ecosistema de medios que SembraMedia estudia y acompaña.

Analizar cómo la formación en modelos de negocio, emprendimiento y sostenibilidad influye en las capacidades del alumnado para desarrollar iniciativas periodísticas sostenibles no es solo un ejercicio académico sino una forma de comprender el origen de las condiciones que hacen posible o no un periodismo viable a largo plazo. El intercambio entre ecosistemas como el europeo y el latinoamericano enriquece ese análisis y ayuda a fortalecer ambos.



Sitio web de la organización SembraMedia. Fuente: https://sembramedia.org/

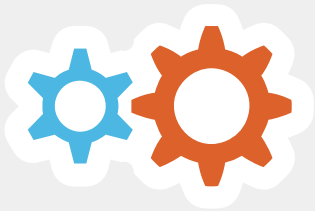


02

METODOLOGÍA

Enfoque e instrumento | Análisis de datos | Muestra obtenida

METODOLOGÍA



ENFOQUE E INSTRUMENTO

La metodología empleada en este estudio se basa en un diseño cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional, orientado a analizar la competencia en emprendimiento digital del alumnado universitario.

Para la recogida de datos se utilizó el cuestionario EmDigital (González et al., 2022), un instrumento validado previamente, como ya se comentó, que organiza la competencia en diferentes dimensiones vinculadas a la identificación de oportunidades, planificación de proyectos, iniciativa, colaboración en red y gestión segura de entornos digitales (ver figura 1 en introducción).

El modelo EmDigital está compuesto, según se adelantó, por 4 áreas que incluyen diferentes competencias. La primera área, Identificación de oportunidades, aborda el inicio de un proyecto digital innovador, desde la detección de posibles acciones hasta la definición de estrategias, con 3 subcompetencias - búsqueda y análisis de información, creatividad e innovación y prospección - y 6 indicadores. La segunda, Planificación de la acción, organiza la puesta en marcha del proyecto tras identificar la oportunidad, y se compone de 3 subcompetencias - orientación al logro, liderazgo y planificación y gestión de la identidad digital - y 11 indicadores. La tercera, Implementación y colaboración, activa la propuesta movilizando agentes y favoreciendo su desarrollo, con 4 subcompetencias - iniciativa, comunicación y colaboración, creación de valor digital y responsabilidad y compromiso - y 12 indicadores. Por último, la dimensión Gestión y seguridad se centra en revisar y resolver problemas durante el proceso, incluyendo 5 subcompetencias - aprender de la experiencia, resolución de problemas, planificación y organización, visión "tecno-ética" y motivación y constancia - y 16 indicadores.

Sobre el cuestionario EmDigital usado en MAEDU, tan sólo se modificaron campos relacionados con el perfil de la muestra, para recoger por ejemplo la titulación que estaban realizando o su país de procedencia según la universidad donde la cursaban.

METODOLOGÍA



SUMINISTRO Y ANÁLISIS DE DATOS

La encuesta fue aplicada durante el último trimestre de 2025, entre octubre y diciembre, a través de la colaboración de diverso profesorado vinculado a asignaturas de innovación y emprendimiento periodístico y en comunicación (ver apartado de agradecimientos).

Se logró superar el millar de participantes (más adelante se indica el perfil y procedencia de esta muestra). La participación fue voluntaria y anónima, garantizando en todo momento el cumplimiento de los principios éticos y la confidencialidad de la información.

Para el análisis de los datos se emplearon estadísticos descriptivos (medias y desviaciones típicas) y, posteriormente, análisis inferenciales para explorar posibles diferencias en función de variables sociodemográficas y académicas, así como relaciones entre las distintas dimensiones de la competencia de emprendimiento digital. Este enfoque permite ofrecer una visión global y, al mismo tiempo, matizada del nivel competencial del estudiantado.



METODOLOGÍA



MUESTRA OBTENIDA

La muestra se compone de 1.015 estudiantes, donde se advierte una feminización del perfil (61.77 % de mujeres) y fuerte prevalencia de Periodismo (47.29 %), seguido de Comunicación social (32.61 %).

El perfil del estudiante es un joven adulto con una media de edad cercana a los 22 años, cursando predominantemente el segundo ciclo de su grado universitario (casi un 58 % se ubican entre 3º y 4º curso).

Casi la mitad de los participantes son de España (44.33%) y el resto se distribuye por distintos países Latinoamericanos, siendo Ecuador, Venezuela y México los tres países con mayor representación.

Más de un millar de participantes de España y una docena de países latinoamericanos

1015 estudiantes



Edad media: 21,68 años

Titulación: Periodismo, 47,2%; Comunicación Social, 32,61%; Com. Audiovisual/ Publicidad y RR.PP, 10,1%

Curso académico: 4º, 29,9%; 3º, 27,7%; 1º, 15,7%; 5º, 14,9%; y 2º, 11,6%

Género: mujer, 61,8%; hombre, 36%; otras respuestas: 2,2%

España	450	44.33 %
Ecuador	131	12.91 %
Venezuela	116	11.43 %
México	92	9.06 %
Bolivia	57	5.62 %
Argentina	46	4.53 %
República Dominicana	35	3.45 %
Guatemala	30	2.96 %
Paraguay	23	2.27 %
Perú	19	1.87 %
Colombia	9	0.89 %
Brasil	5	0.49 %
Chile	2	0.20 %



03

RESULTADOS

Análisis de resultados | Resultados generales y por dimensiones | Diferencias según género, titulación y territorio

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se analizan, en los resultados…

POSIBLES DIFERENCIAS SEGÚN…

GÉNERO

TITULACIÓN

TERRITORIO

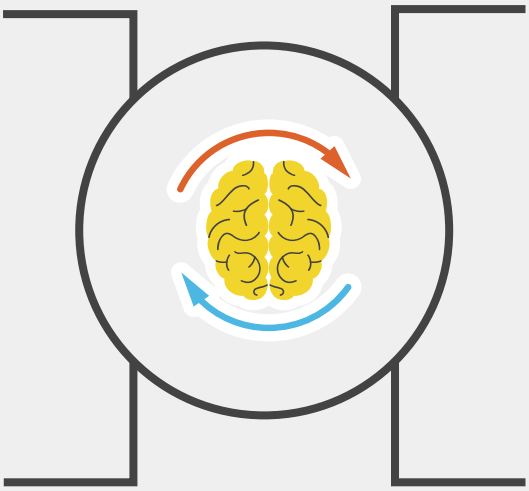
Además de en las 4 DIMENSIONES DEL MODELO

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

8 items
Alpha=0.851

INICIATIVA Y COLABORACIÓN

15 items
Alpha=0.910



11 items

PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS

Alpha=0.880

21 items

GESTIÓN Y SEGURIDAD

Alpha=0.940

GLOBAL | 55 items | Alpha=0.971

FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Para evaluar la consistencia interna del cuestionario MAEDU adaptado a la muestra de estudiantes de periodismo, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, tanto para la escala global como para cada una de las cuatro dimensiones teóricas que componen el modelo. Los resultados revelaron una excelente fiabilidad en todos los niveles analizados (ver coeficiente Alpha en esquema superior). A continuación presentamos los principales resultados estadísticos.

RESULTADOS GENERALES

ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS GLOBALES

El análisis de los estadísticos descriptivos globales revela que el alumnado universitario encuestado presenta una autopercepción competencial bastante alta en todas las dimensiones del modelo MAEDU.

En una escala Likert de 1 a 5 puntos, los promedios de todas las dimensiones teóricas se posicionan de manera consistente por encima del punto medio (3.0) y muy cercanos o superiores al valor 4.0 (De acuerdo).

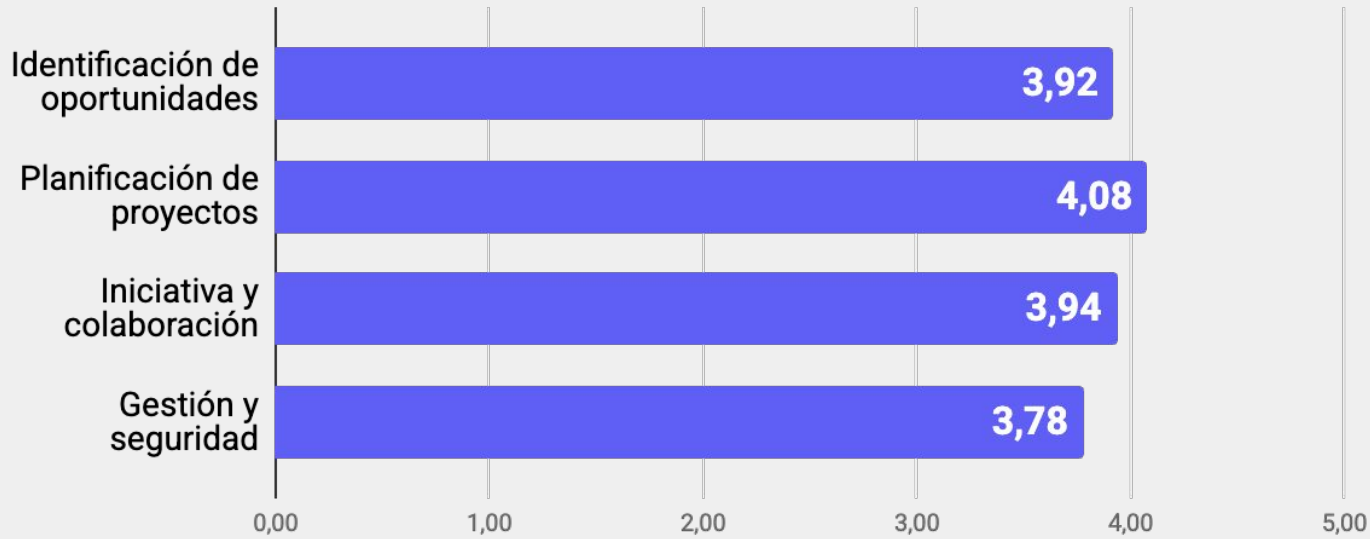
La dimensión en la que los participantes se perciben con mayor destreza es Planificación de proyectos, alcanzando la puntuación media más elevada del estudio (M = 4.08).

A continuación, se sitúan con valores muy próximos las dimensiones de Iniciativa y colaboración (M = 3.94) e Identificación de oportunidades (M = 3.92).

Por el contrario, la competencia referida a la Gestión y seguridad es la que registra el promedio más discreto (M = 3.78), siendo además el bloque que cuenta con menor número de respuestas válidas (N = 998) debido a la presencia de datos perdidos o no contestados.



Medias de valoración de autopercepción para cada dimensión



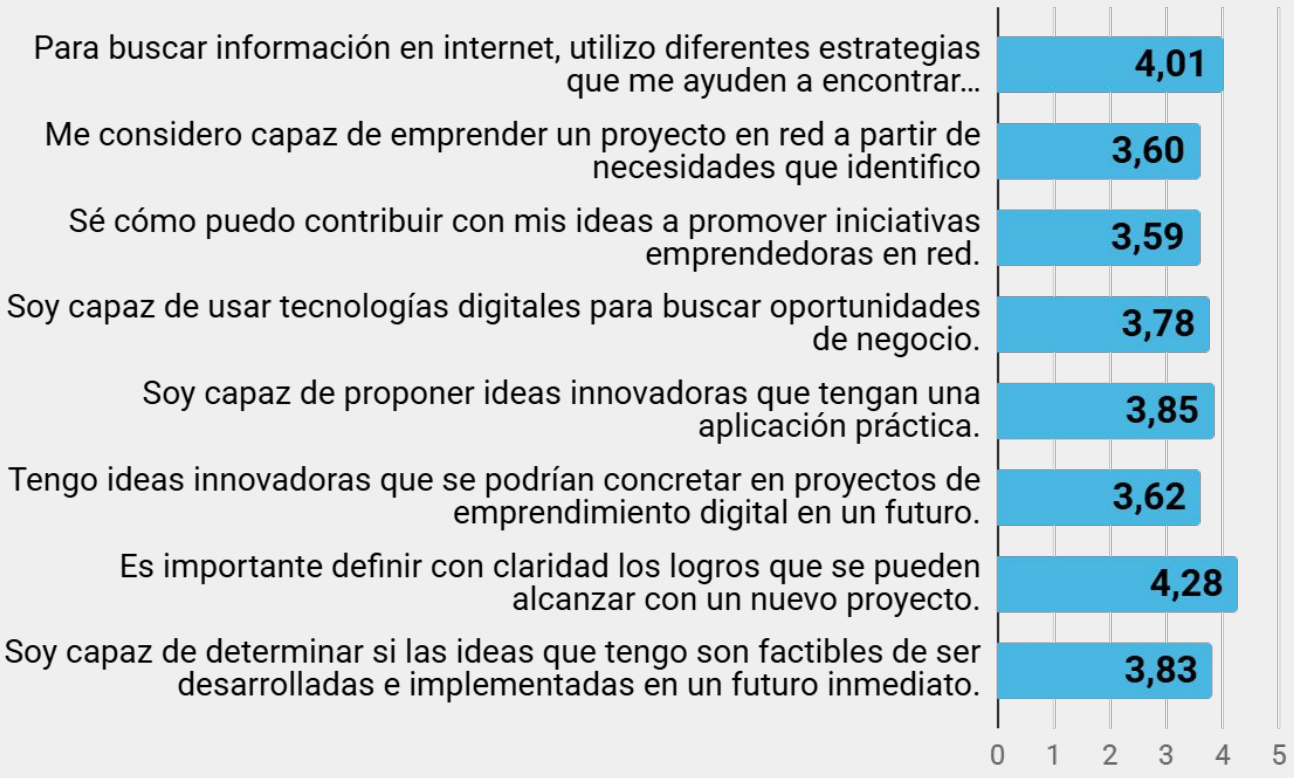
RESULTADOS POR DIMENSIONES DEL MODELO (1)

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

El análisis pormenorizado de la dimensión referida a la Identificación de oportunidades revela contrastes relevantes en la autopercepción del estudiantado encuestado.

En el extremo positivo, destacan significativamente dos indicadores. Por un lado, la convicción sobre la importancia de definir con claridad los logros que se pueden alcanzar con un nuevo proyecto, que obtiene la media más alta del bloque (M = 4,28). Por otro, la percepción de capacidad para utilizar diferentes estrategias de búsqueda de información en internet, que presenta también un promedio destacado (M = 4,01).

Al contrario, las puntuaciones más moderadas se dan en los enunciados que trascienden desde lo teórico hacia la acción emprendedora. Se muestra menor seguridad al valorar si saben cómo contribuir con sus ideas a promover iniciativas emprendedoras en red (M = 3,59). Así como al evaluar la capacidad personal para emprender un proyecto en red a partir de necesidades previamente identificadas (M = 3,60) o al plantear si poseen ideas innovadoras susceptibles de concretarse en futuros emprendimientos digitales (M = 3,62).



RESULTADOS POR DIMENSIONES DEL MODELO (2)

PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS

Los ítems con mayor puntuación media están relacionados con la importancia del trabajo colaborativo y el uso de las TIC en proyectos emprendedores.

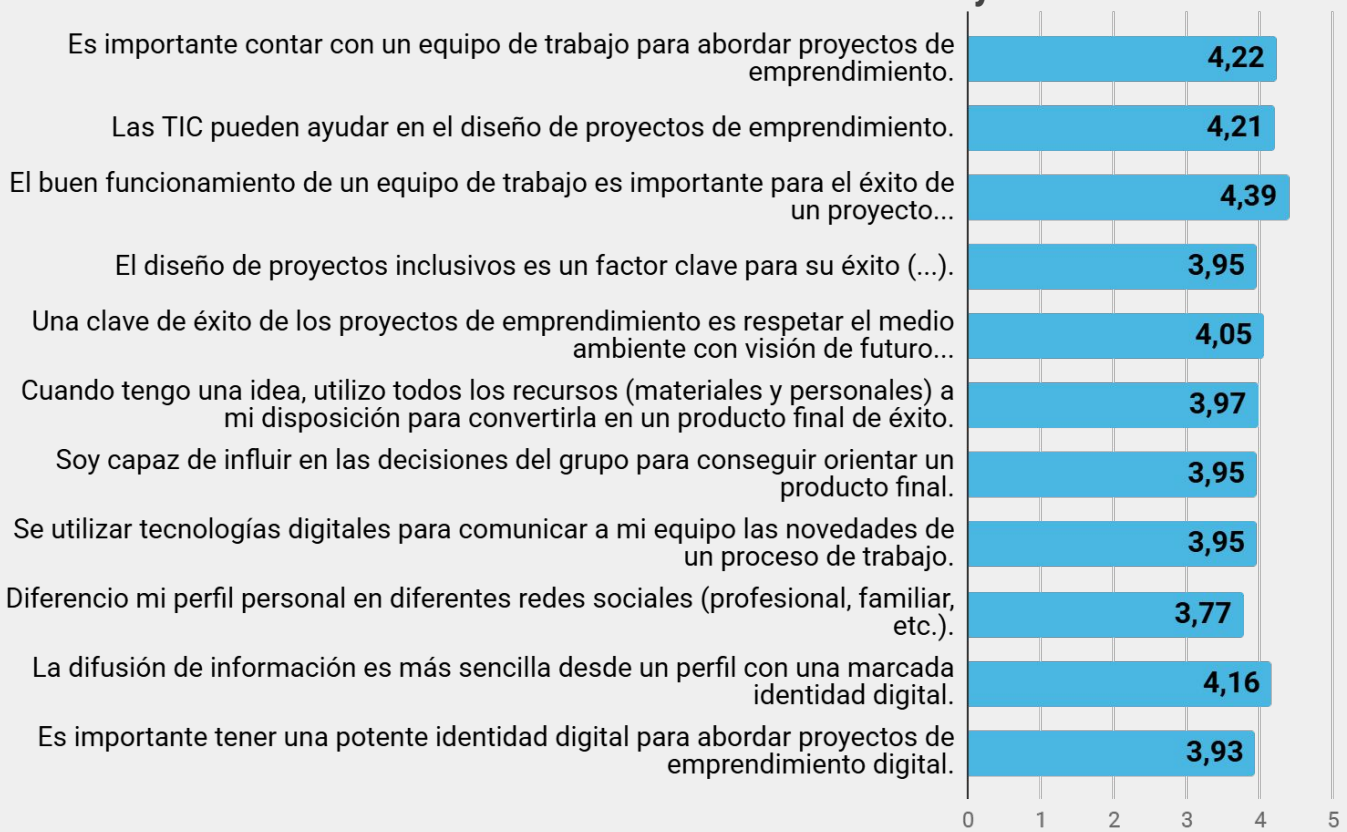
En concreto, el ítem mejor valorado fue "El buen funcionamiento de un equipo de trabajo es importante para el éxito de un proyecto…" (M = 4,39), seguido de "Es importante contar con un equipo de trabajo para abordar proyectos de emprendimiento" (M = 4,22) y "Las TIC pueden ayudar en el diseño de proyectos…" (M = 4,21).

También hay percepción positiva sobre difundir información mediante una identidad digital marcada (M = 4,16).

Por el contrario, los ítems con medias más bajas versan sobre aspectos más personales o de autopercepción dentro del proceso emprendedor.

El valor más bajo (y el ítem con más dispersión) corresponde a "Diferencio mi perfil personal en diferentes redes sociales" (M = 3,77). Le siguen "Cuando tengo una idea, utilizo todos los recursos (...) a mi disposición para convertirla en un producto final de éxito" (M = 3,97) y varios ítems relacionados con la participación e identidad digital, como "Soy capaz de influir en las decisiones del grupo…" y "Se utilizan tecnologías digitales para comunicar a mi equipo las novedades de un proceso…" (ambos con M = 3,95).

Medias de dimensión Planificación de Proyectos



RESULTADOS POR DIMENSIONES DEL MODELO (3)

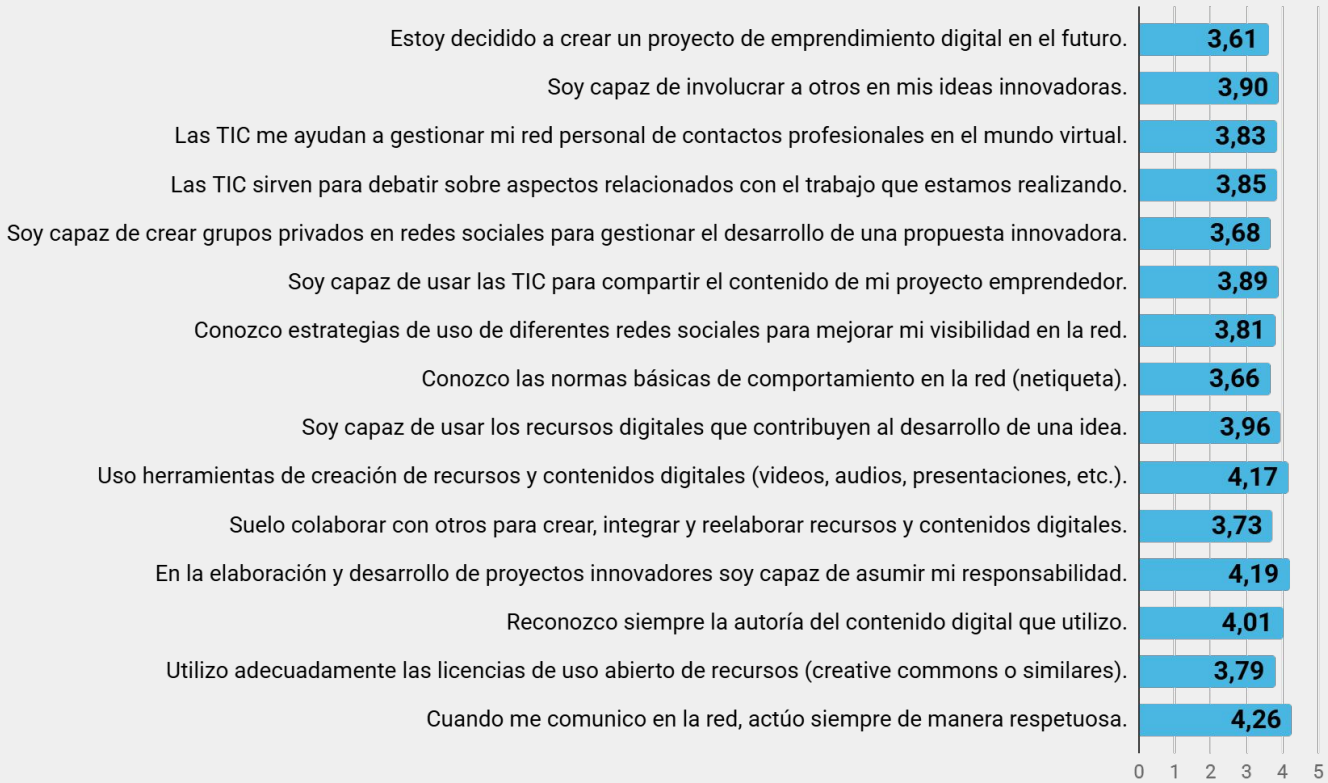
INICIATIVA Y COLABORACIÓN

Los ítems con mayor puntuación media se vinculan especialmente a comunicación responsable, creación de contenidos y responsabilidad en proyectos innovadores. El mejor valorado fue “Cuando me comunico en la red, actúo siempre de manera respetuosa” (M = 4,26), seguido de “En la elaboración y desarrollo de proyectos innovadores soy capaz de asumir mi responsabilidad” (M = 4,19) y “Uso herramientas de creación de recursos y contenidos digitales…” (M = 4,17). También destaca el reconocimiento de la autoría digital (M = 4,01) y la capacidad para usar recursos digitales en el desarrollo de ideas (M = 3,96).

Por el contrario, los ítems con menor puntuación media se relacionan con la intención emprendedora futura, ciertos aspectos de gestión digital y normas de comportamiento en entornos virtuales. El valor más bajo corresponde a “Estoy decidido a crear un proyecto de emprendimiento digital en el futuro” (M = 3,61), seguido de “Conozco las normas básicas de comportamiento en la red (netiqueta)” (M = 3,66). Asimismo, el de colaboración para crear, integrar y reelaborar contenidos digitales obtuvo una media relativamente baja (M = 3,73).

Los datos muestran una percepción especialmente positiva sobre competencias vinculadas a la comunicación digital responsable, creación de contenidos y la responsabilidad en proyectos colaborativos. Sin embargo, la proyección emprendedora futura, la gestión estratégica de entornos digitales y algunas competencias sociales asociadas al trabajo en red obtiene puntuaciones más bajas.

Medias de dimensión Iniciativa y Colaboración

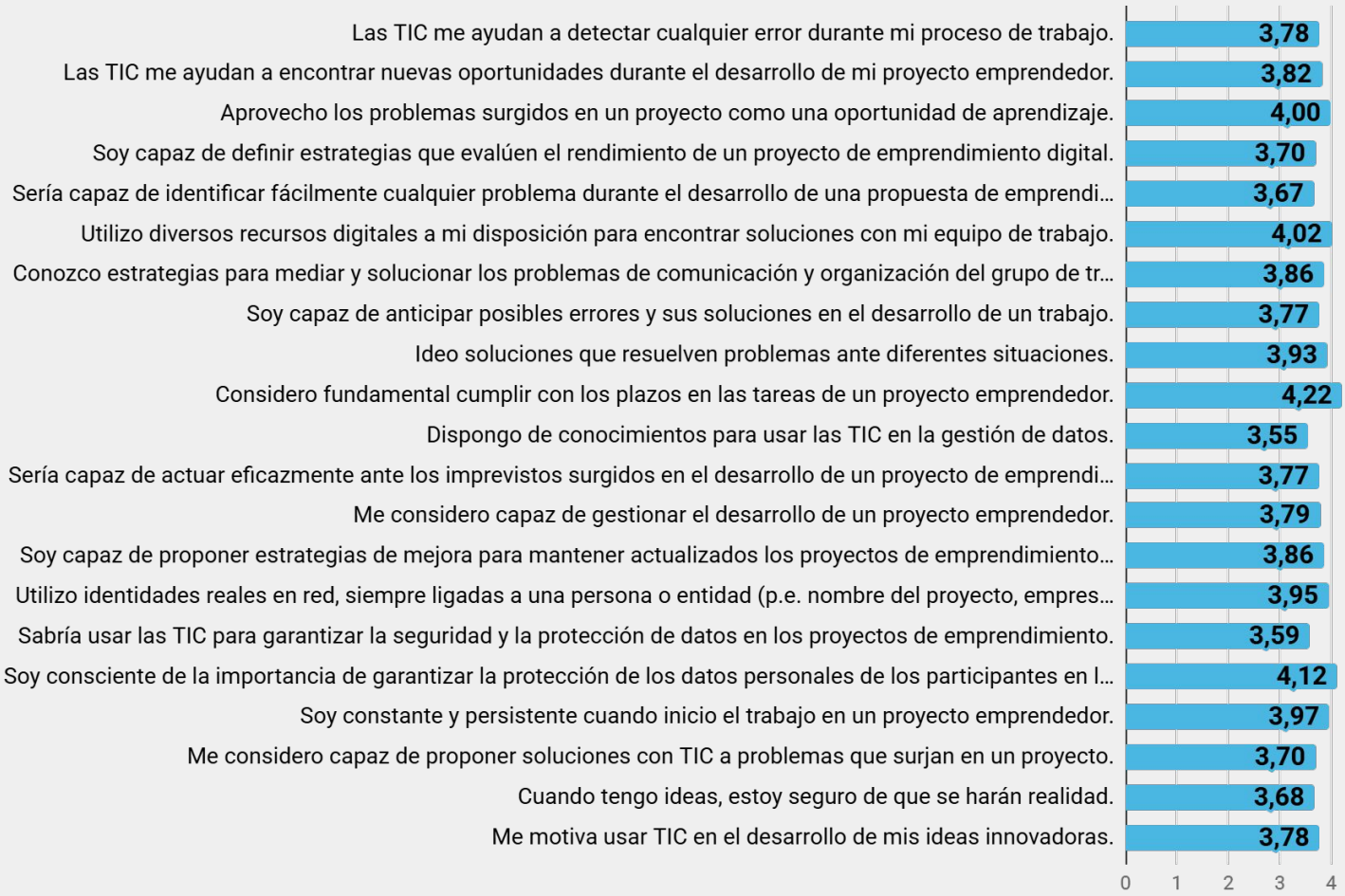


RESULTADOS POR DIMENSIONES DEL MODELO (4)

GESTIÓN Y SEGURIDAD

Los datos dibujan a un alumnado altamente concienciado, responsable a nivel ético-organizativo y resiliente ante los problemas, pero que percibe limitaciones instrumentales concretas cuando debe implementar procesos de seguridad digital o gestionar datos operativamente mediante herramientas tecnológicas. Es decir, entienden perfectamente por qué es importante la seguridad (actitud), pero dudan sobre cómo aplicarla técnicamente (aptitud).

Medias de dimensión Gestión y Seguridad



RESULTADOS POR DIMENSIONES DEL MODELO (4)

GESTIÓN Y SEGURIDAD

El análisis descriptivo de la dimensión relativa a la Gestión y Seguridad revela una dicotomía muy interesante en el perfil competencial del alumnado, evidenciando una brecha entre la concienciación teórica y la habilidad técnica.

Por un lado, los resultados muestran que las puntuaciones más elevadas se concentran en aspectos vinculados a las actitudes, la responsabilidad organizativa y los valores hacia el emprendimiento. Sobresale, con la media más alta de todo el bloque, la consideración fundamental de cumplir plazos en las tareas de un proyecto (M = 4,22).

En esta misma línea de responsabilidad, el alumnado demuestra una alta concienciación sobre la importancia de garantizar la protección de datos personales (M = 4,12).

Además, muestran una actitud proactiva y resolutiva frente al trabajo, destacando el uso de recursos digitales para encontrar soluciones en equipo (M = 4,02) y la capacidad de aprovechar los problemas surgidos como verdaderas oportunidades de aprendizaje (M = 4,00).

Otros indicadores transversales de corte actitudinal, como la constancia al iniciar un proyecto (M = 3,97), el uso de identidades reales en la red (M = 3,95) o la ideación de soluciones ante diferentes contextos (M = 3,93), respaldan esta solidez en las destrezas blandas (soft skills).

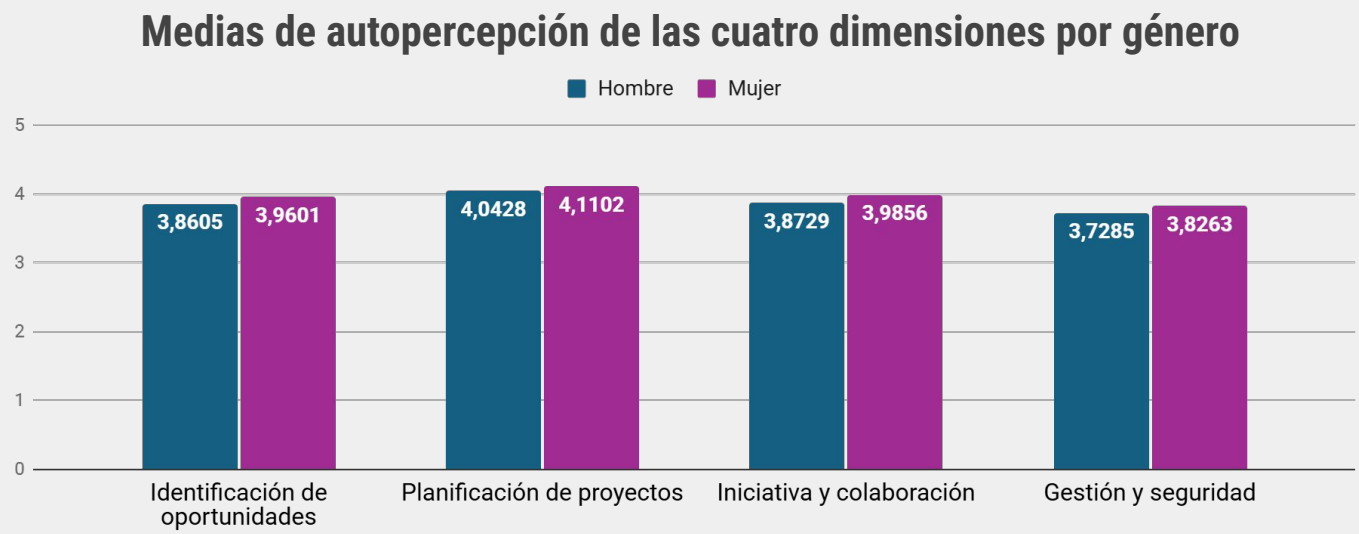
En claro contraste, las áreas que requieren mayor atención se circunscriben al dominio puramente instrumental y técnico. Las puntuaciones más bajas del bloque evidencian una autopercepción más moderada cuando se trata de conocimientos específicos sobre TIC aplicados a procesos críticos. La gestión técnica de datos es la más inferior (M = 3,55), seguida muy de cerca por la falta de seguridad en la propia capacidad para utilizar las TIC con el fin de garantizar la seguridad y protección de dichos datos (M = 3,59).

Asimismo, el alumnado manifiesta menor confianza en su capacidad analítica y predictiva para identificar fácilmente cualquier problema al desarrollar propuestas emprendedoras (M = 3,67).



DIFERENCIAS SEGÚN GÉNERO

Para esta variable, teniendo en cuenta la poca proporción de personas que indican un género distinto a Hombre y Mujer, solo se ha tenido en cuenta estos dos para ver las posibles diferencias reales.



En términos descriptivos, las mujeres presentan medias ligeramente superiores a los hombres en las cuatro dimensiones.

Ellas se auto perciben con mayor competencia de emprendimiento digital que los hombres sobre todo en aspectos vinculados a la colaboración y a la iniciativa. Sin embargo, la magnitud es modesta, y en planificación de proyectos la diferencia desaparece prácticamente.

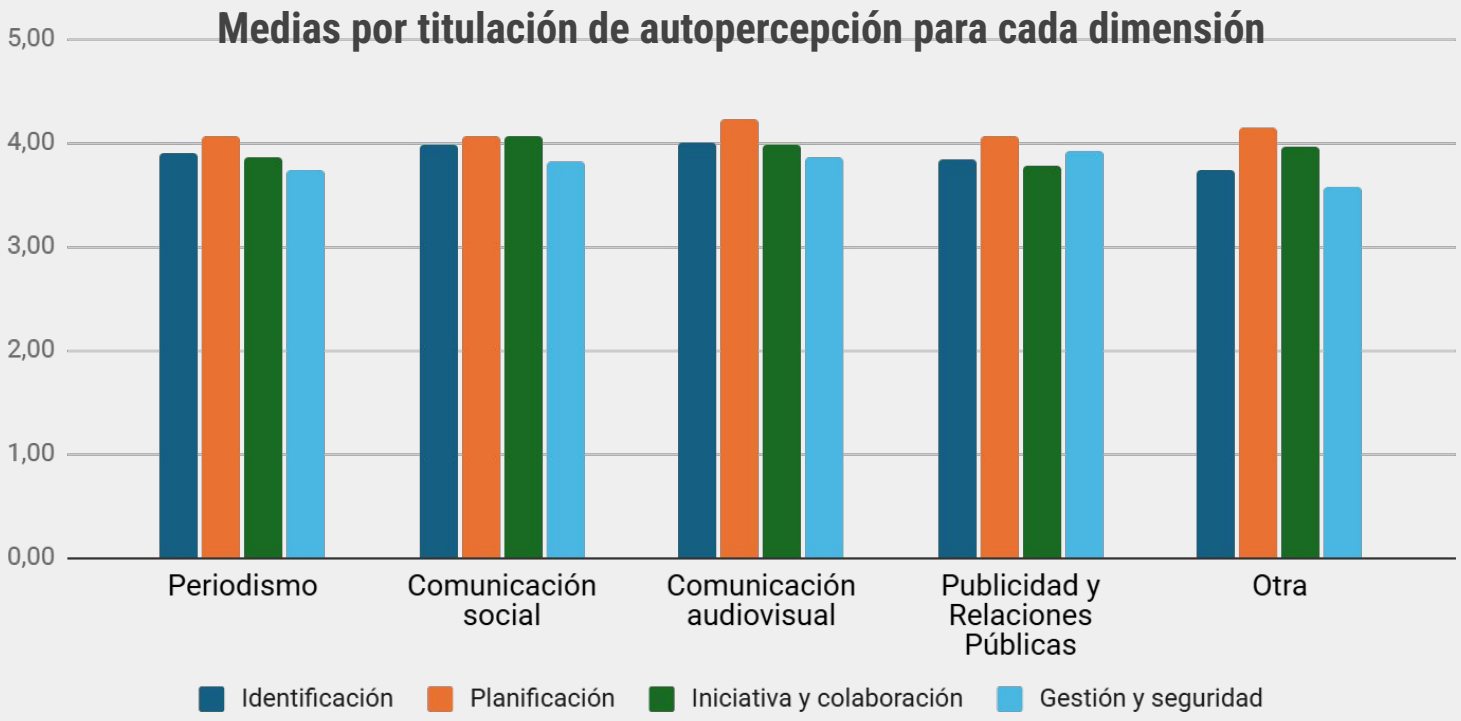


DIFERENCIAS SEGÚN TITULACIÓN

Los resultados nos llevan a concluir que la titulación no es una variable que explique de forma relevante las diferencias en competencia digital emprendedora.

Los estudiantes de todas las titulaciones analizadas parten de niveles muy similar. Cabe con todo comentar ciertos matices por titulación, no significativos.

Por ejemplo, Comunicación Audiovisual obtiene la media más alta en Planificación (4,23), claramente por encima del resto, aunque sin significación. Publicidad y RR.PP. lidera Gestión y seguridad (3,92), sin ser tampoco significativo. Y el grupo "Otra" es el más bajo de forma consistente en 3 de 4 dimensiones, especialmente en Gestión y seguridad (3,57). Ahora bien, con una muestra demasiado pequeña (solo n = 38) para extraer conclusiones firmes.



DIFERENCIAS SEGÚN TERRITORIO

Para atisbar posibles diferencias y dado que la muestra de algunos países era muy baja procedimos a agrupar por zonas geográficas, diferenciando 3 grandes áreas: España, América Central y Caribe y América del Sur.

La zona geográfica es la variable que más explica las diferencias. A diferencia del género (efecto pequeño) y la titulación (apenas 1 dimensión significativa), aquí 3 de las 4 dimensiones muestran diferencias significativas.

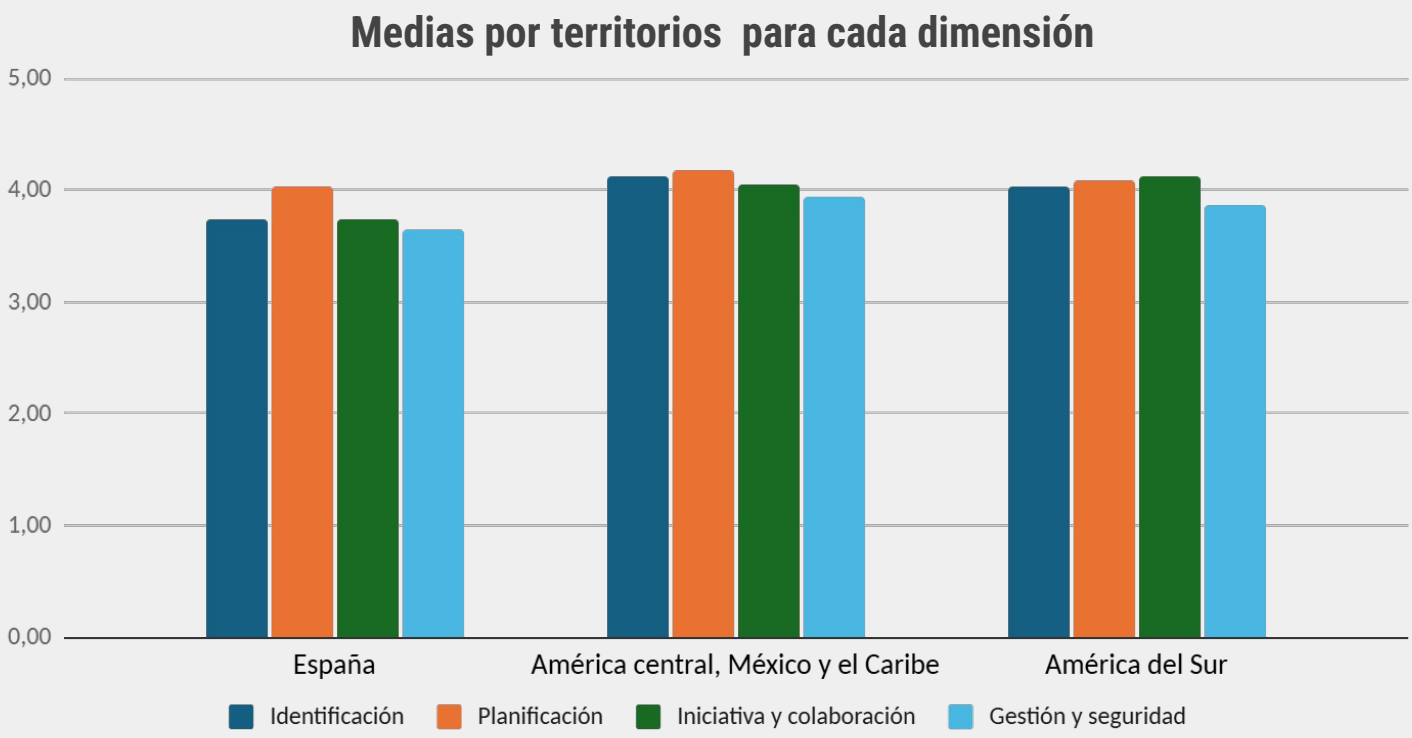
El patrón es claro y consistente: España puntúa por debajo en todo.

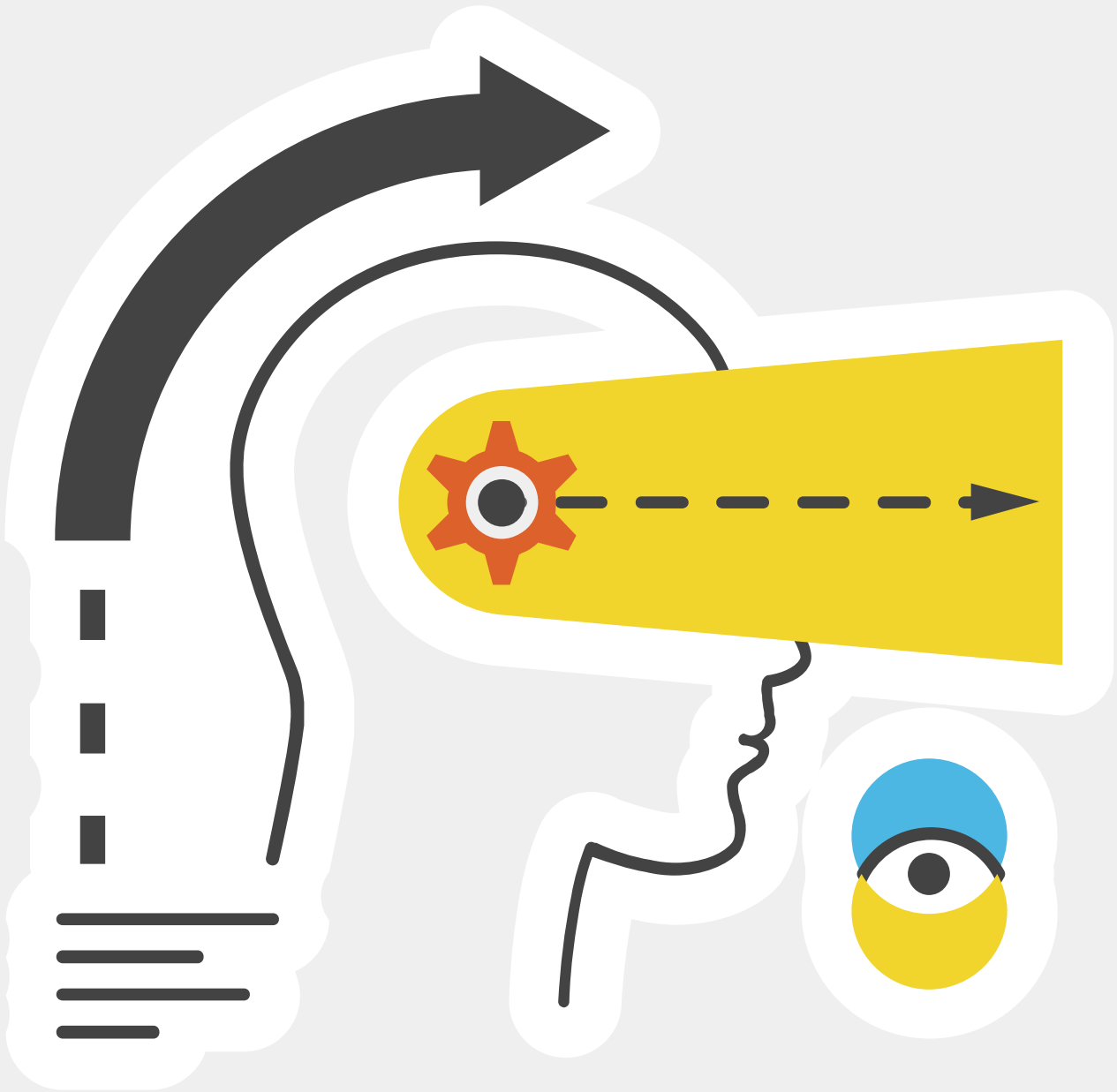
A nivel descriptivo, España presenta las medias más bajas en las cuatro dimensiones. América central, México y el Caribe muestra las medias más altas en Identificación (M = 4,1210), Planificación (M = 4,1815) y Gestión y seguridad (M = 3,9299). América del Sur registra la media más alta en Iniciativa y colaboración (M = 4,1204).

Podemos por tanto concluir que los estudiantes latinoamericanos perciben una competencia de emprendimiento digital notablemente superior a la de los españoles.

Esto puede responder a factores culturales, a diferencias en los contextos formativos o a distintas actitudes hacia el emprendimiento digital.

En todo caso, es la variable con mayor capacidad explicativa del estudio y merece atención específica en la interpretación de los resultados.

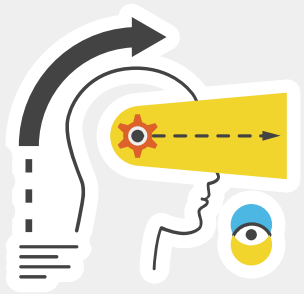




04 PRINCIPALES HALLAZGOS

A modo de conclusión

PRINCIPALES HALLAZGOS
(A MODO DE CONCLUSIÓN)



El cruce entre los resultados de Punto de Partida y los del presente informe ofrece una mirada complementaria para comprender cómo los contenidos enseñados podrían vincularse con las habilidades, percepciones y expectativas reales de estudiantes de comunicación y periodismo frente a escenarios de emprendimiento digital.

Como antecedente relevante para interpretar los hallazgos de este estudio pueden tomarse los resultados de Punto de Partida, investigación referenciada al inicio de este informe y orientada a comprender el estado de la enseñanza del periodismo emprendedor en Latinoamérica y España desde la perspectiva de docentes universitarios, a través de dos ediciones financiadas respectivamente por Google News Initiative (2021) y UNESCO (2023).

Aun cuando ambos estudios abordan poblaciones y objetivos distintos, los resultados de este informe del proyecto MAEDU dialogan con algunas de las tendencias identificadas previamente por SembraMedia. Emergen puntos de contacto en tres dimensiones: la relación entre las competencias impartidas en el aula y la confianza del estudiantado para proyectar iniciativas propias; la tensión entre habilidades conceptuales y capacidades técnicas necesarias para desenvolverse en entornos digitales; y el lugar que ocupan aspectos como la sostenibilidad económica, la gestión, los datos o la tecnología dentro de los procesos formativos.

1. Brecha entre capacidades percibidas e intención emprendedora

Uno de los diálogos más relevantes entre ambos estudios se vincula con la distancia entre las capacidades percibidas por el estudiantado y su disposición efectiva a emprender.

Los resultados del presente informe sugieren una alta autopercepción de competencias asociadas a la planificación, organización y trabajo colaborativo, mientras que la intención concreta de desarrollar un proyecto propio aparece relativamente más baja. Según Punto de Partida II, el 70% del profesorado identificó que el temor a no generar ingresos suficientes o no poder sostener económicamente el proyecto es uno de los factores clave que desalienta a estudiantes a emprender.

A su vez, el estudio de SembraMedia identificó una presencia limitada de contenidos vinculados a herramientas financieras (presupuestos, flujo de caja o contabilidad) dentro de las mallas curriculares analizadas, lo que podría sugerir una relación entre la limitada formación en sostenibilidad económica y la incertidumbre frente al emprendimiento en el sector periodístico.

PRINCIPALES HALLAZGOS
(A MODO DE CONCLUSIÓN)



2. Competencias técnicas y alfabetización digital

Otro punto de diálogo aparece en torno a las capacidades técnicas necesarias para desenvolverse en un ecosistema digital cada vez más complejo. Los hallazgos de MAEDU muestran fortalezas en competencias organizativas, éticas y colaborativas, mientras que las habilidades relacionadas con gestión de datos, seguridad técnica e infraestructura digital parecen presentar mayores desafíos relativos. En Punto de Partida II, SembraMedia identifica que los contenidos curriculares se concentraban principalmente en modelos de negocio, ideación y aspectos conceptuales del emprendimiento, mientras que componentes vinculados con capacidades técnicas y operativas aparecían menos desarrollados.

Asimismo, el profesorado participante identificó la actualización tecnológica y la adaptación a nuevas dinámicas informativas como uno de los principales desafíos de enseñanza, reflejando tensiones compartidas entre las transformaciones del ecosistema digital y la velocidad de adaptación curricular.

3. Formación práctica y confianza para concretar proyectos

Ambos estudios parecen converger en una pregunta común: ¿cómo se pueden transformar conocimientos teóricos en capacidad efectiva para desarrollar proyectos sostenibles?

Mientras los resultados de MAEDU sugieren que el estudiantado se percibe preparado para planificar, colaborar y organizar proyectos, emergen dudas respecto de la concreción de ideas propias y el desarrollo de iniciativas a futuro. En paralelo, Punto de Partida II identificó que docentes universitarios señalaban la necesidad de fortalecer instancias prácticas de experimentación, mentoría y seguimiento de proyectos, incluyendo laboratorios, incubadoras y espacios aplicados de aprendizaje.

En conjunto, ambos estudios podrían sugerir la importancia de fortalecer experiencias formativas que no solo transmitan conocimientos sobre emprendimiento, sino que también acompañen el desarrollo de confianza, habilidades aplicadas y capacidades operativas para sostener proyectos periodísticos en entornos digitales cambiantes.

AGRADECIMIENTOS



A continuación se incluyen las personas que participaron suministrando encuestas entre sus estudiantes o facilitando, cuando no tenían docencia con perfiles solicitados, contactos de otras-compañeras- s que sí la tenían o que de alguna forma mostraron interés en colaborar en el estudio.

Se presentan por un lado los de Universidades españolas, contactados por María Sánchez y José A. González Alba a través de correo electrónico de invitación a participar; y los de Universidades Latinoamericanas, cuya colaboración solicitó SembraMedia directamente desde sus canales de comunicación. En ambos casos se indican nombres y entidades.

¡Gracias enormes por vuestro tiempo!



UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

EUSA
Rafa Vega

Universidad Aut. de Barcelona
Clara Soteras
Santi Tejedor

Universidad Carlos III de Madrid
Eva Herrero
Teresa Sandoval
Raúl Magallón

Universidad Católica de Murcia
José Manuel Noguera

Universidad Complut. de Madrid
Sergio Mena
Concha Edo
Marian Chaparro
María José Perez Serrano

Universidad de Barcelona
Mario Pérez-Montoro
Javier Guallar

Universidad de Granada
Magda Trillo

Universidad de La Laguna
Jose Luis Zurita

Universidad de Málaga
Francisco J. Paniagua
María Sánchez

Universidad de Murcia
Jaime Alonso

Universidad de Navarra
José Luis Orihuela
Elsa Moreno Moreno

Universidad de Salamanca
Javier Herrero

Universidad de Santiago de Compostela
Xosé López García
Jorge Vázquez Herrero

Universidad de Sevilla
Hada Sánchez
José Luis Rojas
Paco Olivares

Universidad de Valladolid
Pilar Sánchez García
Salomé Berrocal
Universidad de Valencia
Guillermo López
María Iranzo Cabrera

Universidad de Vigo
Alberto Dafonte
María Isabel Míguez
José Ruas
Ana Belen Fernandez Souto
Ivan Puentes
Julia Fontenla

Universidad de Zaragoza
Carmen Marta Lazo
Universidad de Zaragoza
Antonia Isabel Nogales-Bocio
Maite Gobantes

Universidad M. H. de Elche
Félix Arias
Miguel Carvajal
José Alberto García Avilés

Universidad País Vasco
Koldo Meso
Ainara Larrondo
Simón Peña

Universidad Polit. de Valencia
Marga Cabrera

Universidad Pompeu Fabra
David Puertas Grael

Universitat Ramon Llull
Jaume Suau

AGRADECIMIENTOS

UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS (I)

Argentina

NISUD - Universidad de la integración sudamericana- **Sebastián Rotta**

Universidad Nacional San Luis – **Ana Laura Hidalgo**

Eter Escuela de Comunicación – **India Molina**

UNLP – **Norma Loto**

Universidad Argentina de la empresa – **Nicolas Elebi**

Universidad de Belgrano – **Carolina Andrea Carbone**

Bolivia

Pública El Alto de La Paz – **Roxana Wilma Aruquipa Mollo**

Universidad de La Paz – **Rodolfo Hualpa**

Universidad Domingo Savio – **Brian Costas Lijeron**

Brasil

Universidad Federal de Santa Catarina – **Stefanie Silveira**

Chile

Universidad Autónoma Temuco – **Patricio Contreras**

Universidad Católica – **Paulette Desormeaux**

Universidad Adolfo Ibañez – **Daniel Avendaño**

Colombia

Universidad de Cali – **Claudia Bedoya**

Universidad Externado de Colombia – **Laila Abu Shihab Vergara**

Universidad del Cauca Popayán – **Sandra Lorena Zuñiga**

Corporación Universitaria Minuto de Dios Medellín – **Natalia Restrepo Maya**

Ecuador

Vicente Rocafuerte de Guayaquil – **Alba del Rocio Pizarro**

Universidad Estatal de Milagro en Guayas – **Karen Gabriela Cetre Nolivos**

Pontificia Universidad Católica de Ecuador – **Marco López-Paredes**

FACSO Universidad Guayaquil – **Shirley Cabrera**

Universidad ECOTEC Guayas – **María Cecilia Moreno**

Universidad Nacional de Loja – **Kiever Guallas Patiño**

El Salvador

Universidad de El Salvador – **Rudy Alvarez Soto**

Guatemala

Universidad de San Carlos – **Guillermo Ramirez**

México

*Universidad Autónoma de Aguascalientes-***Juan Antonio Vera López**

Universidad de Guadalajara – **Omar García, Mariana Alvarado y Diego Ramos Rojas**

Universidad Franco Mexicana – **Silvia Pedraza Carrasco**

Tecnológico de Monterrey – **María del Carmen Fernández Chapou, Daniela Mendoza y Alejandro Martín del Campo**

Universidad Valle de Puebla – **Claudia Espinoza**

Universidad Autónoma Popular de Puebla – **Lucero Hernández**

BUAP Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – **Antonio Abascal**

Universidad Anahuac – **Luis Martínez**

Universidad Autónoma de Sinaloa – **Chiapsin Eclipe García Torres**

Universidad Vasco de Quiroga México (Morelia, Michoacán) – **Luis Eduardo López Vázquez**

AGRADECIMIENTOS

UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS (II)

Nicaragua

Universidad Nacional Autónoma – **Katherine Darlene Rostran**

Panamá

Universidad Católica Santa María La Antigua – **Mario Andrés Muñoz**

Paraguay

Universidad del Norte – **Laura Penayo Ramos**

Perú

Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Lima – **Carolina Leonor Albornoz**

Universidad privada del Norte – **Javier García Wong**

Universidad Jaime Bausate y Meza – **Javier Contreras**

Portugal

OberCom – **Caterina Foa**

Puerto Rico

Escuela de Comunicación Ferré Rangel – **Yaritza Medina**

República Dominicana

PUCMM – **Iris Candelaria Mendoza Ramírez y Katia Manzur**

Venezuela

UCAB Guayana – **Beysys Marcano**

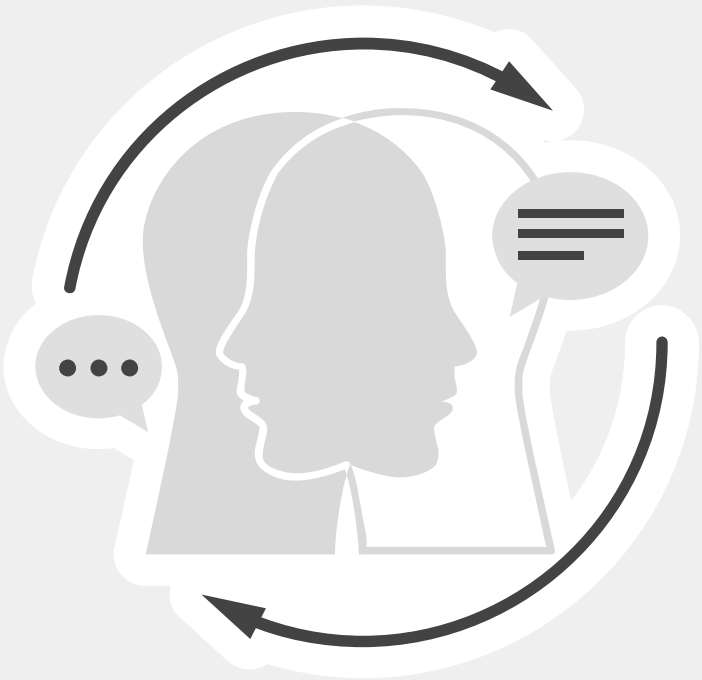
Universidad Central Caracas – **Liza López, Yaya Andueza y Carmen Victoria Inojosa Sierra**

Universidad Católica Andrés Bello y Universidad Central de Venezuela – **Gabriela Rojas**

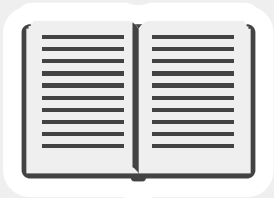
ULA Tachira – **Omaira Labrador**

Universidad Católica Andres Bello – **Danisbel Gómez**

Universidad Monteávila – **Yelitza Linares Bello**



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Carretero, S., Vuorikari, R., y Punie, Y. (2018). *DigComp 2.1. The digital Competence Framework for Citizens. With eight proficiency levels and examples of use.* Publication Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/38842

González Calatayud, V., Prendes-Espinosa, M. P., y Solano-Fernández, I. M. (2022). Instrumento de análisis de la competencia de emprendimiento digital en educación superior. *RELIEVE - Revista Electrónica De Investigación Y Evaluación Educativa*, 28(1). https://doi.org/10.30827/relieve.v28i1.22831

Jones, B. y Irelade, N. (2010). Enterprise education as pedagogy. *Education and Training*, 52(1), 7-19. http://doi.org/10.1108/00400911011017654

Prendes-Espinosa, M. P. (2022). Formar para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI. RiiTE. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, 12, 1–19. https://doi.org/10.6018/riite.525101

Prendes-Espinosa, M. P. y García-Tudela, P. A. (2020). Modelo EmDigital: áreas e indicadores de la competencia de emprendimiento digital. En E. Archundia Sierra, M. A. León Chávez y C. Cerón Garnica (Eds.) (2020). *Redes de aprendizaje digital en nodos colaborativos* (pp. 361-372). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Prendes-Espinosa, M. P. y Martínez-Roig, R. (2023). ¿Qué es el emprendimiento digital? en P. Prendes-Espinosa (Coord.). *Emprendimiento digital* (pp.11-30). Tirant Humanidades.

Prendes-Espinosa, M. P., Gutiérrez Porlán, I. y Martínez Sánchez, F. (2018). Competencia digital: una necesidad del profesorado universitario en el siglo XXI. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 18(56), 1-22. http://dx.doi.org/10.6018/red/56/7

Prendes-Espinosa, M. P., Solano-Fernández, I. M., & García-Tudela, P. A. (2021). EmDigital model for the analysis of competence in digital entrepreneurship. J*ournal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 63. https://doi.org/10.3390/joitmc7010063

SembraMedia (2018). Punto de partida: Un estudio sobre la enseñanza del periodismo emprendedor en Latinoamérica y España. SembraMedia.
https://profesores.sembramedia.org/informes/Sembramedia-punto-de-partida.pdf

SembraMedia (2023). Punto de Partida II: Informe sobre la enseñanza del periodismo emprendedor en las universidades de Latinoamérica y España. SembraMedia.
https://profesores.sembramedia.org/informes/Punto-de-Partida-II-PDF-ESP.pdf

Wibowo, A., Saptono, A. y Suparno, B. (2018). Does teacher' creativity impact on vocational students' entrepreneurial intention? *Journal of Entrepreneurship Education,* 21(3), 1-12.

ANEXOS



Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Bloque I. Información sociodemográfica

¿Con qué género te identificas más? *

○ Hombre ○ Mujer ○ No binario o género diverso

○ Prefiero no revelar ○ Autodescripción

Por favor, describe tu género

_____

Edad*

_____

Estudios que estás realizando*

○ Periodismo ○ Comunicación social ○ Comunicación audiovisual

○ Publicidad y RR.PP. ○ Otra titulación

Indica qué otra titulación:

_____

Curso que estás realizando*

○ Primero ○ Segundo ○ Tercero ○ Cuarto ○ Quinto

País donde realizas los estudios*

○ Argentina ○ Belice ○ Bolivia ○ Brasil
○ Chile ○ Colombia ○ Costa Rica ○ Cuba
○ Ecuador ○ El Salvador ○ España ○ Guatemala
○ Haití ○ Honduras ○ Jamaica ○ México
○ Nicaragua ○ Panamá ○ Paraguay ○ Perú
○ Puerto Rico ○ Rep.Dominicana ○ Trinidad y Tobago ○ Uruguay
○ Venezuela ○ Otro

Indica qué otro país

_____

Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Bloque II. Identificación de oportunidades

Responde manifestando tu grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados, teniendo en cuenta que 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.*

Enunciado	1	2	3	4	5	No contesta
Para buscar información en internet, utilizo diferentes estrategias que me ayuden a encontrar lo que busco (palabras clave, filtros de búsqueda, etc.).	○	○	○	○	○	○
Me considero capaz de emprender un proyecto en red a partir de necesidades que identifico.	○	○	○	○	○	○
Sé cómo puedo contribuir con mis ideas a promover iniciativas emprendedoras en red.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de usar tecnologías digitales para buscar oportunidades de negocio.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de proponer ideas innovadoras que tengan una aplicación práctica.	○	○	○	○	○	○
Tengo ideas innovadoras que se podrían concretar en proyectos de emprendimiento digital en un futuro.	○	○	○	○	○	○
Es importante definir con claridad los logros que se pueden alcanzar con un nuevo proyecto.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de determinar si las ideas que tengo son factibles de ser desarrolladas e implementadas en un futuro inmediato.	○	○	○	○	○	○

Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Bloque III. Planificación de la acción

Responde manifestando tu grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados, teniendo en cuenta que 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.*

Enunciado	1	2	3	4	5	No contesta
Es importante contar con un equipo de trabajo para abordar proyectos de emprendimiento.	○	○	○	○	○	○
Las TIC pueden ayudar en el diseño de proyectos de emprendimiento.	○	○	○	○	○	○
El buen funcionamiento de un equipo de trabajo es importante para el éxito de un proyecto emprendedor en red.	○	○	○	○	○	○
El diseño de proyectos inclusivos es un factor clave para su éxito (proyectos que contemplen colectivos desfavorecidos, desigualdad económica o social, diversidad funcional, etc.).	○	○	○	○	○	○
Una clave de éxito de los proyectos de emprendimiento es respetar el medio ambiente con una visión de futuro (sostenibilidad).	○	○	○	○	○	○
Cuando tengo una idea, utilizo todos los recursos (materiales y personales) a mi disposición para convertirla en un producto final de éxito.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de influir en las decisiones del grupo de trabajo para conseguir orientar un producto final.	○	○	○	○	○	○
Sé utilizar tecnologías digitales para comunicar a mi equipo las novedades de un proceso de trabajo.	○	○	○	○	○	○
Diferencio mi perfil personal en diferentes redes sociales (profesional, familiar, etc.).	○	○	○	○	○	○
La difusión de información es más sencilla desde un perfil con una marcada identidad digital.	○	○	○	○	○	○
Es importante tener una potente identidad digital para abordar proyectos de emprendimiento digital.	○	○	○	○	○	○

Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Bloque IV. Iniciativa y colaboración

Responde manifestando tu grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados, teniendo en cuenta que 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.*

Enunciado	1	2	3	4	5	No contesta
Estoy decidido a crear un proyecto de emprendimiento digital en el futuro.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de involucrar a otros en mis ideas innovadoras.	○	○	○	○	○	○
Las TIC me ayudan a gestionar mi red personal de contactos profesionales en el mundo virtual.	○	○	○	○	○	○
Las TIC sirven para debatir sobre aspectos relacionados con el trabajo que estamos realizando.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de crear grupos privados en redes sociales para gestionar el desarrollo de una propuesta innovadora.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de usar las TIC para compartir el contenido de mi proyecto emprendedor.	○	○	○	○	○	○
Conozco estrategias de uso de diferentes redes sociales para mejorar mi visibilidad en la red.	○	○	○	○	○	○
Conozco las normas básicas de comportamiento en la red (netiqueta).	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de usar los recursos digitales que contribuyen al desarrollo de una idea.	○	○	○	○	○	○
Uso herramientas de creación de recursos y contenidos digitales (vídeos, audios, presentaciones, etc.).	○	○	○	○	○	○
Suelo colaborar con otros para crear, integrar y reelaborar recursos y contenidos digitales.	○	○	○	○	○	○
En la elaboración y desarrollo de proyectos innovadores soy capaz de asumir mi responsabilidad.	○	○	○	○	○	○
Reconozco siempre la autoría del contenido digital que utilizo.	○	○	○	○	○	○
Utilizo adecuadamente las licencias de uso abierto de recursos (Creative Commons o similares).	○	○	○	○	○	○
Cuando me comunico en la red, actúo siempre de manera respetuosa.	○	○	○	○	○	○

Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Bloque V. Gestión y Seguridad (1)

Responde manifestando tu grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados, teniendo en cuenta que 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.*

Enunciado	1	2	3	4	5	No contesta
Las TIC me ayudan a detectar cualquier error durante mi proceso de trabajo.	○	○	○	○	○	○
Las TIC me ayudan a encontrar nuevas oportunidades durante el desarrollo de mi proyecto emprendedor.	○	○	○	○	○	○
Aprovecho los problemas surgidos en un proyecto como una oportunidad de aprendizaje.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de definir estrategias que evalúen el rendimiento de un proyecto de emprendimiento digital.	○	○	○	○	○	○
Sería capaz de identificar fácilmente cualquier problema durante el desarrollo de una propuesta de emprendimiento.	○	○	○	○	○	○
Utilizo diversos recursos digitales a mi disposición para encontrar soluciones con mi equipo de trabajo.	○	○	○	○	○	○
Conozco estrategias para mediar y solucionar los problemas de comunicación y organización del grupo de trabajo.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de anticipar posibles errores y sus soluciones en el desarrollo de un trabajo.	○	○	○	○	○	○
Ideo soluciones que resuelven problemas ante diferentes situaciones.	○	○	○	○	○	○
Considero fundamental cumplir con los plazos en las tareas de un proyecto emprendedor.	○	○	○	○	○	○
Dispongo de conocimientos para usar las TIC en la gestión de datos.	○	○	○	○	○	○
Sería capaz de actuar eficazmente ante los imprevistos surgidos en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento digital.	○	○	○	○	○	○

Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Bloque V. Gestión y Seguridad (2)

Responde manifestando tu grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados, teniendo en cuenta que 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.*

Enunciado	1	2	3	4	5	No contesta
Me considero capaz de gestionar el desarrollo de un proyecto emprendedor.	○	○	○	○	○	○
Soy capaz de proponer estrategias de mejora para mantener actualizados los proyectos de emprendimiento digital que realice en el futuro.	○	○	○	○	○	○
Utilizo identidades reales en red, siempre ligadas a una persona o entidad (p. ej., nombre del proyecto, empresa rastreable y clara).	○	○	○	○	○	○
Sabría usar las TIC para garantizar la seguridad y la protección de datos en los proyectos de emprendimiento.	○	○	○	○	○	○
Soy consciente de la importancia de garantizar la protección de los datos personales de los participantes en las propuestas de emprendimiento en las que participe en un futuro.	○	○	○	○	○	○
Soy constante y persistente cuando inicio el trabajo en un proyecto emprendedor.	○	○	○	○	○	○
Me considero capaz de proponer soluciones con TIC a problemas que surjan en un proyecto.	○	○	○	○	○	○
Cuando tengo ideas, estoy seguro de que se harán realidad.	○	○	○	○	○	○
Me motiva usar TIC en el desarrollo de mis ideas innovadoras.	○	○	○	○	○	○

Cuestionario EmDigital

Transcripción editable del cuestionario basado en modelo EmDigital desarrollado en el marco del proyecto MAEDU, adaptado a estudio de perfil en periodismo y comunicación.

Para terminar

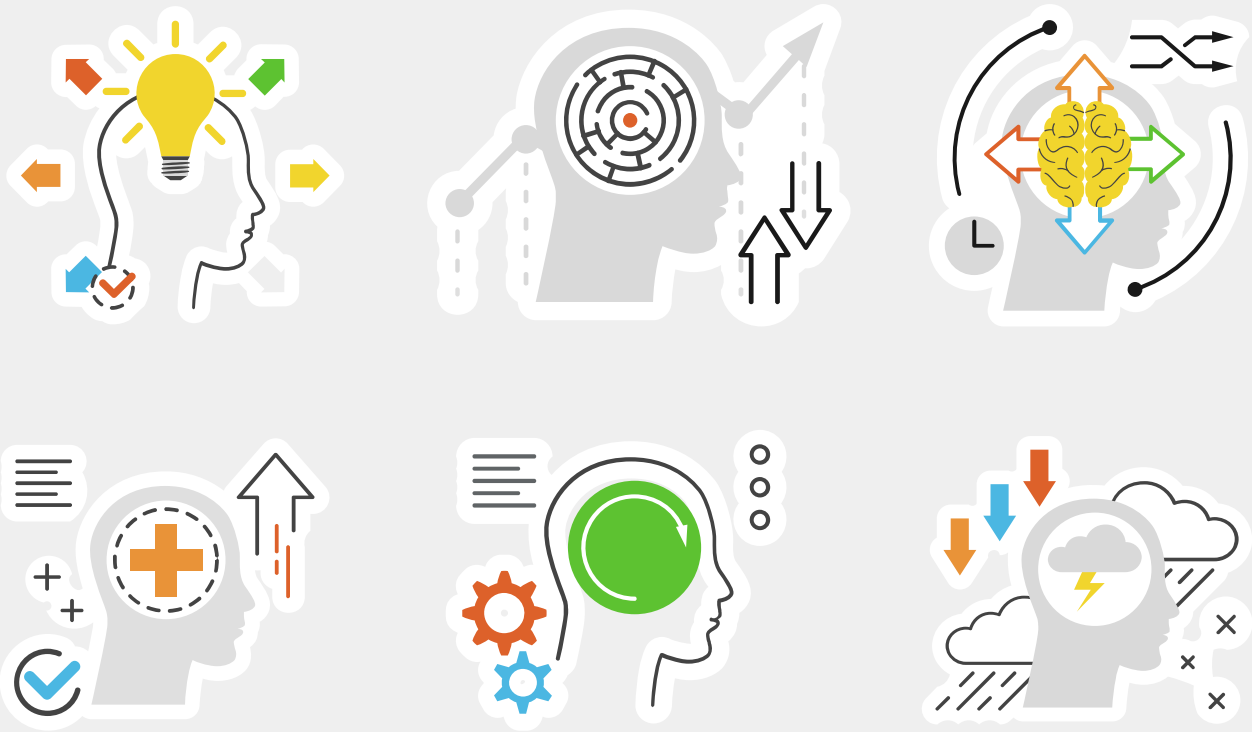
Queremos darte las gracias por tu colaboración.

Si estás interesado-a en que te mantengamos informado de los resultados de esta investigación, indica a continuación tu correo electrónico:

_____

NOTA: Las preguntas marcadas con (*) son obligatorias.





SÁNCHEZ GONZÁLEZ, MARÍA (COORD.).

CARTOGRAFÍA DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Autopercepción de estudiantes de periodismo y comunicación de España y Latinoamérica

Contacto/ Más información: m.sanchezgonzalez@uma.es

https://www.um.es/emprendimientodigital/

CC BY NC ND