



El Marketing Digital como impulsor de Emprendimientos Sociales. Caso Zacatecas.

Soriano Suárez del Real, José Felipe¹; Pinzón Castro, Sandra Yesenia²

¹Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags., México,
jfsorianosuarezdelreal@gmail.com, Av. Universidad 940, Cd. Universitaria, (+52) 492 1445848

²Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags., México, sypinzon@correo.uaa.mx,
Av. Universidad 940, Cd. Universitaria, (+52) 449 9108460 ext. 8460

*Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex
Artículo revisado por pares*

Fecha de publicación en línea: Junio 2018

Resumen

El presente trabajo se enfoca en mostrar cómo a través del Marketing Digital, algunos grupos creativos han logrado destacar como emprendedores en sus respectivas áreas, además de fortalecer sus redes grupales e incrementar la participación social de forma activa, tanto en un mundo *online*, como en el mundo *offline*, es decir en las calles. Se pretende mostrar algunas opiniones de los miembros de estos movimientos creativos y su actitud emprendedora social, a través de entrevistas de profundidad que se realizaron, en forma específica de tres casos de Zacatecas, Zac. De forma puntual analizaremos los efectos positivos que puede traer el Marketing Digital para incrementar emprendimiento social y que así los grupos creativos tengan una mayor presencia en la ciudad.

Key Words: Social Entrepreneurship. Digital Marketing.

Abstract.

The present article focuses on the way that some creative groups have managed to excel as entrepreneurs in their respective areas when the use of digital marketing, in addition to strengthening their group networks and actively increasing social participation, both in an online world and in the world is offline. It shows some of the opinions of the members of these creative movements and their social entrepreneurial attitude, through in-depth interviews. In a timely manner we will analyze the positive effects that Digital Marketing can bring to increase the social entrepreneurship and that the groups create with a greater presence in Zacatecas.

Palabras Clave: Emprendimiento Social. Marketing Digital.

1. Introducción

El tema del presente trabajo es el *marketing* digital como impulsor de emprendimientos sociales. Caso Zacatecas. Por lo cual es necesario comenzar definiendo lo que es el Marketing Digital. A lo cual nos encontramos con la siguiente definición:

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo *off-line* son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo *online*. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. (Blog MD Marketing Digital, 2015)

Sin embargo, esta es sólo una perspectiva desde el punto de vista comercial, pero la realidad, tal como se define en la actualidad, es que se ha creado un nuevo mundo *online*, donde no solamente se dan relaciones de tipo comercial, es decir, ahora podemos observar en este mundo *online*, cuestiones de gobierno, de entretenimiento, movimientos u organizaciones sociales, y la mayoría de este tipo de expresiones o manifestaciones tienen escena en las redes sociales; sin embargo, el marketing digital no se limita al uso exclusivo de las mismas redes, si no que va más allá, es decir, al uso de todos los medios tecnológicos y digitales para lograr cumplir sus objetivos, independientemente de cuáles sean. En esta ocasión analizaremos cómo el marketing digital juega un papel importante para la consolidación de emprendimientos sociales, en este caso específicamente de grupos creativos.

El marketing digital ha sido utilizado como herramienta para conectar y comunicar a los consumidores y comerciantes; sin embargo también ha servido como puente en otro tipo de relaciones que no son comerciales o que su finalidad última no es la generación de negocios.

Una de las herramientas que ha tenido más peso dentro del marketing digital, son Redes Sociales Digitales (RSD), las cuales sirven: “Estas interconexiones surgidas desde los propios usuarios sirven para mantener amistades, conocer gente nueva, entretenerse, crear conjuntamente movimientos, compartir fotografías, comentar nuevos estados de ánimo, etc.” (Caldevilla Domínguez, 2010), por lo cual podemos observar que dentro de estas diferentes actividades también tiene espacio el emprendimiento social a través de la creación, y estos emprendimientos pueden ser con diferentes objetivos, no sólo comerciales.

Referte a las Redes Sociales Digitales se puede observar cómo se ha desarrollado su crecimiento y utilización, cabe destacar que en emprendimientos sociales han servido como una herramienta muy importante para llegar a tener un mayor impacto en la sociedad, y se puede pensar en dos cuestiones como elementales para su popularidad. La primera es la facilidad de uso, es decir, la simplicidad para que cualquier emprendedor pueda hacer uso de las mismas; y en segundo lugar que la gran mayoría de dichas aplicaciones son gratuitas. Este último punto es de vital importancia en los emprendimientos sociales debido a que no cuentan con un fin de generar utilidades, y en ocasiones los emprendimientos no cuentan con estructura o capital para invertir en sus proyectos, por lo cual buscan la forma de generar la menor cantidad de gastos para sus emprendimientos sociales.

El objetivo del presente trabajo es mostrar cómo el uso del marketing digital puede tener un enfoque positivo en los emprendimientos sociales de grupos creativos. Lo anterior se pretende mostrar con el efecto impulsor del Marketing Digital, en caso específico las Redes Sociales Digitales en los emprendimientos sociales. Se analizarán algunos ejemplos de cómo algunos grupos u organizaciones han utilizado estas herramientas para incrementar su presencia y crecimiento específicamente en la ciudad de Zacatecas, y cómo a través de las mismas han fortalecido sus emprendimientos.

2.-Metodología

Es necesario comentar que el presente trabajo es parte de una investigación de Tesis Doctoral denominada “La relación del Marketing Digital y la Orientación Emprendedora en el Desempeño Empresarial. Comparativo Aguascalientes y Zacatecas”, en la cual al estar investigando la variable de Marketing Digital, se pudo observar la importancia que está tomando como herramienta de apoyo a emprendimientos sociales de grupos creativos, por lo cual se decidió realizar el estudio del marketing digital como impulsor de emprendimientos sociales, específicamente en Zacatecas, por el hecho de conocer varios movimientos de grupos creativos que se han estado gestando en los últimos años. Por lo anterior consideramos importante analizar algunos ejemplos donde las Redes Sociales Digitales han impulsado emprendimientos grupales e incluso individuales. Adentrándonos a investigar el Marketing Digital, pero no solamente en el enfoque de negocios, sino como herramienta para que los ciudadanos se vuelvan más participativos en sus comunidades y sus emprendimientos sociales tengan un mayor impacto y presencia.

Para el estudio de movimientos sociales, se pueden realizar investigaciones con diversas metodologías, “Etnografía virtual o digital, análisis de audiencia, análisis de redes sociales y análisis audiovisual online.” (Sádaba, 2012), lo cual abre nuevas oportunidades que antes de la existencia de Internet eran imposibles de realizar. Aunque el estudio pudiera ser realizado directamente en las páginas de los diferentes grupos con un análisis de redes sociales, se decidió tener un acercamiento con los grupos para conocer su opinión respecto al impacto que genera el marketing digital en sus diferentes movimientos y en específico como impulsor de sus emprendimientos.

Para el presente trabajo se realizaron tres entrevistas a profundidad con algunos de los dirigentes o líderes de algunas agrupaciones de creativos en el estado de Zacatecas, esto con la finalidad de conocer de viva voz, los pros y contras del uso del marketing digital en sus emprendimientos grupales. Con estas entrevistas se pretende conocer el papel e importancia del marketing digital como impulsor del emprendimiento social de estas diferentes agrupaciones o movimientos. Las entrevistas fueron grabadas en audio, y en el presente trabajo se presenta una síntesis con los resultados obtenidos de las mismas. Si bien los grupos creativos han existido antes de Internet, lo nuevo es la forma como se están organizando o gestando, fue a través de internet, a través de “la difusión viral de imágenes e ideas” (Castells, 2012), las que logran que personas afines, ya sea por enojo o por necesidad de realizar alguna acción hagan realidad la creación de grupos y movimientos sociales. En otras palabras lograr que sus ideas sean convertidas en emprendimientos.

Por último se plasman las conclusiones que podemos generar sobre el marketing digital y su papel de apoyo para la creación, impulso y apoyo para un mayor emprendimiento sociales de grupos creativos en nuestra sociedad. En esta sección destacaremos algunos de los aspectos positivos del marketing digital como propulsores para la creación, impulso y desarrollo de los emprendimientos sociales.

3.- Desarrollo

Antes de analizar las entrevistas es importante hacer énfasis en que los emprendimientos sociales se caracterizan por tratar de encontrar o quedar bien con todos los interesados, y deben ser sustentables, por lo cual se pierden algunas de las características de los emprendimientos tradicionales. En dichos emprendimientos tradicionales son visualizados como oportunidades de negocios, y de las cuales se conocen, tienen como finalidad generar utilidades y buscan la sobrevivencia de los mismos mientras sean económicamente rentables. Ligado a este concepto del emprendimiento tradicional, se ha estudiado la Orientación Emprendedora como una estrategia de negocios adoptada por las empresas para poder competir, destacar y sobrevivir en un mundo cada vez más global. El concepto de la Orientación Emprendedora es comúnmente aceptado y estudiado con tres dimensiones o cinco dimensiones que lo conforman, las cuales son innovación, proactividad, competencia agresiva, autonomía y toma de riesgos. De dichas dimensiones se diferencian los emprendimientos sociales en la pérdida de autonomía y en la toma de riesgos, esto debido a que la finalidad de este tipo de emprendimientos no busca la ganancia y en ciertas ocasiones es preferible no tomar decisiones arriesgadas. En cuanto a la autonomía, queda claro que en la búsqueda de involucrar la mayor cantidad de personas en dichos emprendimientos sociales es importante tomar en cuenta su voz, por lo que entre mayor sea el número de involucrados, de cierta forma la autonomía se va perdiendo en dichos emprendimientos sociales.

De las otras tres dimensiones restantes, es decir, innovación, proactividad y competencia agresiva, los emprendimientos sociales se puede decir que cuentan igual con estas características que los emprendimientos tradicionales. En cierta medida la competencia agresiva no es con una finalidad de ganar clientes a la competencia, sino simplemente el hecho de ganar adeptos a dichos emprendimientos y que sea mayor el número de personas que se involucran a dichos emprendimientos sociales. En cuanto a la innovación y la proactividad, cabe destacar que los emprendimientos sociales tienen o se caracterizan por su alto grado de innovación y estar proactivos para lograr llamar la atención de la sociedad y que los esfuerzos realizados tengan un impacto positivo socialmente.

3.1. Caso zacatecas

En el caso específico de Zacatecas, se han estado gestando varios tipos de movimientos o emprendimientos sociales que son referentes de participación de grupos creativos, la mayoría de estos movimientos han logrado trascender del mundo *online* al mundo *offline*, es decir, no solamente se han quedado en el Internet o en las RSD, al contrario, se han apoyado y aprovechado de estas herramientas para lograr realizar sus actividades en el mundo *offline*. Con el uso de Internet podemos hablar de un nuevo espacio para la interacción, un espacio virtual, pero que “El resultado final se centra en la existencia de

nuevos escenarios sociales y las consecuencias o influencias que pueden tener en la realidad” (Caldevilla, 2014) un impacto significativo para los miembros que integran estos grupos, para los líderes de los grupos, y para la sociedad en general, algo virtual puede traer cambios significativos en la vida real de las ciudades. La presencia digital de estas agrupaciones ha servido para apoyar este tipo de emprendimientos sociales, se facilita que se den a conocer y logar de forma más efectiva sus objetivos.

A continuación se mencionan algunos de los que desde nuestra óptica son algunos movimientos creativos que han logrado emprender de forma exitosa, y establecerse como una comunidad y que tienen presencia en medios digitales, todos éstos en la ciudad de Zacatecas, Zacatecas. Cabe resaltar que algunos de estos movimientos son extensiones de comunidades o movimientos a nivel nacional, es decir, como pequeñas réplicas, sin embargo, tienen independencia en sus acciones, en referencia con los movimientos de otras ciudades, sin embargo, no cuentan con gran autonomía al tratar de tomar en cuenta a todos los que interactúan en dichos emprendimientos sociales. El uso del marketing digital para los grupos y organizaciones, representa una herramienta fundamental para canalizar esfuerzos en llegar al público objetivo o afín con sus objetivos, “Desde el punto de vista del marketing estratégico, las redes sociales son un acceso a un público objetivo ya segmentado, pues a la hora de hacer el registro son cumplimentados campos como la ideología del usuario, domicilio, su tendencia política, sexo y edad.” (Cárcar Benito, 2015), por lo anterior se facilita la asociación de personas con el mismo interés, y lo interesante es que muchos de estos grupos son creativos y propositivos, como los que se presentan en los casos que exponemos de Zacatecas. Algunos otros grupos o comunidades son creaciones nuevas en la ciudad y son totalmente independientes. Los grupos que se han identificado son los siguientes, Dreamakers, Feria de Diseño, Martes de Documental, Rodadas Nocturnas, Epic Queen y Fuckup Nights.

Algunas de las coincidencias entre estos grupos es que todos tienen presencia virtual o en Internet, todos tienen al menos presencia en la red social de Facebook, y todos los movimientos o comunidades tienen presencia *offline*, es decir, sus esfuerzos y actividades no se quedan solamente en el mundo de las redes sociales digitales, por el contrario, todos utilizan éstas para organizarse y llevar a cabo las diferentes actividades que realizan. Se podría pensar que estas comunidades no tienen algún peso específico como organizaciones, sin embargo, en palabras de los propios organizadores o administradores de los grupos, la cantidad de beneficios y oportunidades que se les han presentado al ser miembros de una comunidad han sido notorios. A continuación se describe específicamente los tres grupos que decidimos entrevistar, para conocer a fondo cómo a través del marketing digital, en específico las Redes Sociales Digitales, les han ayudado a crecer y lograr los diferentes objetivos que se plantearon cada uno. “Las grandes protagonistas actuales de la sociedad digital son las Redes sociales” (Caldevilla, 2014), por lo cual es necesario analizar el uso que los grupos que se entrevistaron le dan a las mismas y al marketing digital en general.

3.2. Entrevista 1. Dreamakers. Fecha 11 de marzo de 2016

Dreamakers es una comunidad de fotógrafos que tiene como principal finalidad compartir conocimientos, nuevos descubrimientos en el ámbito de la fotografía desde equipos, noticias, técnicas, etcétera

El grupo nace en el año 2013, comenzaron cuatro amigos con este movimiento saliendo los días jueves a tomar fotografías como su actividad de recreación y con la finalidad de aprender unos de otros.

Empezaron a invitar a amigos y conocidos que tuvieran experiencia o simplemente interés por la fotografía, incrementando el número de participantes, prácticamente en un boca a boca. Posteriormente deciden hacer pública su actividad o movimiento, y lo hacen a través de la Red Social Digital de Facebook, con la creación de un *fan-page*. En su primera salida pública había 35 personas esperándolos en el lugar y fecha estipuladas, a partir de esta salida, realizan esta actividad una vez al mes. Los puntos de reunión son diferentes, desde negocios, parques públicos, estacionamientos o en la calle. Las actividades que realizan son de igual forma diferentes, todas relacionadas con la fotografía y con el video.

El tiempo aproximado de la reunión es de una a dos horas aproximadamente. Posteriormente las fotos que se tomaron en el evento, son compartidas en su grupo Facebook, con el objetivo de hacer retroalimentación, críticas al trabajo y comentarios o sugerencias, con la finalidad de la mejora y crecimiento continuo de todos los participantes.

El número mayor de participantes fue alrededor de cincuenta y cinco fotógrafos en una sola reunión, en general han tenido una buena respuesta y a partir de entonces comienzan a hacer registros de los visitantes a su práctica de fotografía. Nos comentan que el número de asistentes en promedio es de treinta personas. Su principal objetivo es ser la comunidad más grande de zacatecas de fotógrafos, y gracias a esto, los administradores del grupo han recibido invitación y han asistido a diferentes ciudades, como San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Guadalajara, Durango y Querétaro, esto con la finalidad de realizar los mismos jueves de fotos, la misma dinámica y que en otras ciudades se comience a realizar una actividad similar.

Nos comentan que parte de su expansión en las Redes Sociales Digitales, fue gracias a que un YouTuber (persona que tiene su propio canal y videos en YouTube) habló de los Dreamakers en su video blog, y posterior a esto, comenzaron a tener seguidores en diferentes países, como Argentina, Colombia, Estados Unidos y España. En palabras de los Dreamakers, la gente que los sigue de otras ciudades, inclusive países, lo hacen porque tienen la afinidad de salir a la calle a tomar fotos, por lo cual se han vuelto parte de los seguidores de la *fan-page* que tienen los Dreamakers en Facebook. Nos comparten que han servido de inspiración para la creación de otros grupos en diferentes ciudades. En Tamaulipas un grupo de jóvenes crearon los “artesanos de la luz”, en Querétaro el “colectivo luciérnaga”, es decir gracias a su explosión en Redes Sociales Digitales se *viralizó* su nombre y su actividad.

Nos comentan que este movimiento no es con fines lucrativos, y nos comentan que al igual que el slogan de Facebook, “Es gratis y lo seguirá siendo”, su movimiento seguirá siendo gratis, invitando a más personas interesadas en el mundo de la fotografía, el fin último es compartir. Sin embargo, reconocen que a partir de este movimiento se han generado ciertas actividades comerciales, talleres, conferencias, en las cuales recaudan fondos para poder seguir innovando y realizando diferentes actividades. Dreamakers genera beneficio para sus miembros, principalmente en lo que se refiere a conocimiento,

darle valor a las cosas. También nos comentan que han tenido Beneficios personales, un crecimiento por todo el conocimiento y retroalimentación de sus compañeros fotógrafos, todo el movimiento ha logrado crecimiento y una gran evolución en lo profesional.

Para la exposición y hacer público el movimiento, deciden realizarlo a través de la Red Social de Facebook. La decisión de hacerlo así es de uno de los organizadores y deciden que sea esta Red Social Digital, porque era de las redes sociales que conocían y dominaban, además de que les permite crear una página de su comunidad donde pueden crear contenido, hacer una *fan page*, con la que pueden conocer las personas que los están siguiendo o al menos que les gusta su página, podría considerarse que es un tipo de suscripción.

Además de lo anterior, deciden crear una cuenta de Instagram, donde pueden hacer la publicación de fotos de los jueves. También realizan podcast (grabaciones de audio) las cuales eran publicadas en la plataforma digital de ivoox. Es necesario que las personas se suscriban a la página para poder escuchar las grabaciones. Posteriormente realizaron podcast en vivo a través de la plataforma de YouTube.

En general nos comentan que sus principales Redes Sociales Digitales, que utilizan para contactar con los miembros de dreamakers, son Facebook, Instagram, YouTube y además su página www.losdreamakers.com. En Facebook, tiene su perfil de usuario, una *fan-page* y un grupo de la comunidad, la comunidad es un grupo privado donde se necesita la autorización de un administrador, en ese grupo son alrededor de seiscientos miembros. La *fan-page* es utilizada para publicar artículos, noticias sobre fotografía. Y el grupo privado lo utilizan para hacer retroalimentación a la fotografía del trabajo de los compañeros que acuden a los jueves de foto.

Nos comentan que los iniciadores de este movimiento son cuatro personas que fungen como consejo directivo, los cuales tienen acceso y son los mismos administradores de todas las Redes Sociales Digitales de los Dreamakers. Actualmente han incorporado a cuatro personas de la misma comunidad al consejo directivo para tener una mejor administración y manejo de todas las Redes. En cuestión de inversión nos comentan que no han tenido que gastar o invertir nada de dinero para el manejo de sus redes sociales digitales, claro, sin tomar en cuenta que ellos mismos son los generadores del contenido que publican.

En cuanto a las cifras, nos comentan que su *Fan-page* de Facebook tiene 2700 seguidores, su grupo privado de Facebook son 690 personas. En Instagram cuentan con 240 seguidores. La forma de manejar sus redes: en Facebook las publicaciones se hacen una vez al día, en Instagram una vez al mes, pero piensan modificarlo de la siguiente forma, en la *fan-page* tres publicaciones diarias e Instagram una diaria.

Nos comentan que el Impacto no sería el mismo sin las RSD. El Internet y las diferentes plataformas son una forma de *viralizar* sin esfuerzo alguna idea o proyecto. Tu mercado meta se entera por el simple hecho de compartir alguna imagen en una plataforma virtual.

Algunas de las ventajas que nos comentan de tener presencia en Redes Sociales Digitales, son el acceso tan rápido, ellos perciben que el costo por impacto es inferior a cualquier otro tipo de publicidad y además saber qué personas están enterándose de la

publicidad que realizas. Ellos comentan que casi cualquier tipo de organización o empresa puede tener resultados positivos si incursionan en el mundo digital, que realmente lo único necesario es que el mercado meta al que estás dirigido tenga acceso o esté conectado a Internet.

Nos comentan que el crecimiento colectivo está relacionado con el crecimiento individual, que en su grupo hay casos de éxitos, fotógrafos que antes se dedicaban sólo por *hobbie*, ahora lo hacen de tiempo completo, han logrado que gente con talento se decida a tomar la fotografía como algo formal, y también dentro de la comunidad comparten trabajo de fotografía. Para finalizar la entrevista, nos comentan que:

... el uso de Internet, marketing digital y las Redes Sociales Digitales, son parte de una cuestión generacional, una era de comunicación fácil y práctica, donde las personas cuentan con mayor independencia y acceso a la información, donde se pueden hacer las cosas de forma diferente, en resúmenes la época de compartir, compartir conocimientos, fotografías, información.

3.3. Entrevista 2. Feria de Diseño Zacatecas. Fecha 12 de marzo de 2016

En esta segunda entrevista nos comenzaron hablando de los inicios de Feria de diseño que fueron en el año 2013. Nuestro entrevistado nos comenta, que la idea surge después de tener un año con su tienda de diseño FARBEN GRP, la cual era un concepto nuevo en la ciudad, y por la necesidad de buscar mercado para lo que ofertaban. Al ver en Internet que en otras ciudades como en el Distrito Federal o Guadalajara se estaban realizando bazares de diseño mexicano, decide crear el primer bazar en zacatecas. Logran obtener el apoyo de un nuevo Café para tener un espacio y montar este primer Bazar, con lo cual deciden convocar a diseñadores, artistas y creativos que hicieran sus propios productos. Esta primera convocatoria deciden realizarla a través del perfil de Facebook de su tienda FARBEN GRP.

La idea principal era que Feria de diseño fuera un equipo donde se involucraran a los interesados, que se delegaran tareas y todas tuvieran una actividad a realizar en específico. La respuesta de esta primera convocatoria fue de un total de 18 marcas que darían a conocer sus productos durante dos días. La Feria de diseño sirvió como el punto de encuentro de varias personas que pensaban que eran los únicos que tenían ese tipo de inquietudes. Las siguientes ediciones las realizaron en diferentes bares, cafés y una en una plaza pública.

Posterior a la cuarta edición de Feria de Diseño, las autoridades municipales de Zacatecas se acercan con ellos a través de la Casa Municipal de Cultura para ofrecerles dos espacios públicos para que realicen sus actividades.

Según nos comentaron en entrevista, el máximo de expositores que han tenido en una sola edición es de 62 expositores, e inclusive que ya personas de otras ciudades como Aguascalientes, León, Guadalajara y el Distrito Federal se han incorporado a Feria de Diseño. Actualmente los participantes expositores locales son aproximadamente 70% zacatecanos o locales, y 30% de otros estados. Desde el 2013 se han realizado catorce ediciones con más de 170 expositores. El número de asistentes en la última edición fue de 3000 asistentes en los dos días del evento. La feria de diseño la realizan con un programa cultural y creando un ambiente familiar.

Nos comenta que las Redes Sociales Digitales son el medio principal de difusión de Feria de Diseño, utilizando Facebook, *fan page* y su perfil de página, un correo electrónico, Instagram y twitter. Dentro de la organización, han trabajado un mínimo de tres personas y un máximo de seis. La persona encargada de todo lo referente con el marketing digital y las Redes Sociales Digitales es una persona de las dirigentes de Feria de Diseño. Sin embargo, nos comenta que para la última edición se contrató a un grupo de apoyo para trabajar las RSD, al cual se les dio las publicaciones y calendario de actividades a realizar. Reconoce que con este grupo especialista en RSD, existió un mayor movimiento en las mismas redes. Las redes sociales digitales cuentan con 4600 seguidores en Facebook, en Instagram son alrededor de 2000. Nos comentan que sí han realizado inversión directa en Facebook como publicidad, con la finalidad de lograr un mayor alcance.

Algunos de los beneficios que Feria de Diseño ha generado, es que varios expositores han obtenido trabajo, algunos otros han visitado otros bazares en diferentes partes de la república, o se han vuelto proveedores de empresas más grandes, o simplemente cursos de actualización para mejorar sus marcas y logotipos de los participantes. Algunos de los beneficios es el nombre de feria de diseño ya se posicionó y esto ayuda a que los emprendedores tengan una ventana donde mostrar sus productos.

Para finalizar, nuestro entrevistado nos comenta que:

Compartir es la principal motivación para crear y ser parte de una comunidad, además que aprendes en lo profesional y en lo personal. Actualmente se vive en un mundo globalizado, un mundo digital, tan cambiante, debes de estar inmerso en él para lograr lo que buscas, como persona, como empresa, como marca, sin una red social no vas a poder lograrlo, además es gratis, publicidad gratis, desde la comodidad de tu casa, es una gran herramienta si la sabes aprovechar. En resumen, Feria de Diseño no hubiera podido existir sin el soporte de alguna Red Social Digital.

3.4. Entrevista 3. Martes de Documental. Fecha 16 de marzo de 2016

En esta entrevista nos comentaron que el objetivo principal de los Martes de Documental es mostrar cine documental mexicano, hispanoamericano o internacional, que para un público general es difícil llegar a él, además de ser un cine que muestra problemáticas o realidades que ayuden a reflexionar acerca de nuestro entorno. Su actividad principal es proyectar cine documental todos los martes en espacios públicos y de acceso gratuito (Cafés, restaurantes, espacios culturales, plazas públicas, etcétera) Esta actividad la iniciaron en el año de 2010 en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, en el año 2013 se cambiaron a la ciudad de Zacatecas.

Nos comentaron que la forma de publicitar los Martes de Documental es en Redes sociales, desde que se inició fue la principal publicidad, pero a partir del cambio a Zacatecas se ha contado también con el apoyo del periódico "La Jornada Zacatecas". En cuanto al uso de Redes Sociales Digitales, nos comparte que Facebook es la principal red que usan, debido al alcance y el impacto de dicha red social, actualmente no cuentan con un perfil de Martes de Documental, los seguidores los medimos por cada presentación en la cual hay un promedio semanal de 25 asistentes en un foro con cupo de 40 asistentes, cambiando constantemente las personas que asisten.

En la entrevista nos comparten que las redes sociales digitales es la principal forma de dar a conocer la actividad. Gracias al marketing digital se llega a públicos que difícilmente alcanzaríamos con un marketing tradicional. Actualmente son dos personas las encargadas de las redes sociales digitales, pero el ideal es que sea un *community manager* quien haga el trabajo específico. Si han invertido dinero directamente en Facebook, esto dependiendo de la proyección que van a realizar, pero no es lo común pagar campaña. Es una actividad semanal todos los martes a las 7:30 p.m. en el restaurante-bar-café “La Cofradía” ubicado en el centro de Zacatecas. Hasta el momento, desde su inicio, han realizado 300 proyecciones en promedio, en las cuales han tenido asistencia en promedio 25 personas por proyección, lo cual alcanzaría a ser un total de 7,500 personas que han asistido a ver una proyección. El beneficio que ellos obtienen es el posicionamiento como divulgadores del género, no comentan que no tienen ningún fin de lucro y para las organizaciones que los apoyan es el posicionamiento de su marca, en el caso actual, La Jornada Zacatecas.

Una de las características principales de estas proyecciones es que al finalizar la misma se realiza un diálogo, se busca aporte a la cultura de opinión y participación de la ciudadanía a través o utilizando el cine como un puente para ello, siendo un detonador de lo mismo.

Por último, nos comentaron:

La importancia de Martes de Documental es que permite exponer un cine que creemos puede aportar a que las personas reflexionen y sea un detonador para encontrar soluciones a problemáticas puntuales de cualquier comunidad, independientemente de su tamaño o características, pero la capacidad de diálogo entre ciudadanos que compartimos un mismo entorno, es muy importante para nosotros y es algo que buscamos en cada proyección, perdiendo siempre el miedo al diálogo y a dar nuestra opinión, sentirnos parte, que aunque parezca algo disparatado, en la actualidad no nos sentimos parte del lugar donde vivimos, no nos apropiamos de nuestros espacios públicos, sólo los caminamos y por lo mismo no nos importa qué pasa en ellos, es ahí donde nos sentimos obligados el aportar, más allá si es importante o no para la sociedad, es importante para nosotros que se den cuenta de lo antes mencionado.

4.- Conclusión

Sin lugar a dudas el Internet, el uso del marketing digital y las diferentes redes sociales digitales han realizado cambios en la forma de organizarnos como sociedad. Y esto a su vez ha sido un detonante para que personas puedan apoyarse del uso de herramientas de marketing digital para llevar a cabo sus emprendimientos, ya sea como comunidades virtuales o presenciales, las Redes Sociales Digitales han servido como impulsor para que individuos se organicen y emprendan, ya sea para realizar actividades de recreación, compartir conocimiento, dar a conocer su trabajo, crear conciencia o inclusive negociar o exigir a los gobiernos.

Es importante el estudio de estos destellos de luz de las formas de emprendimientos de grupos creativos que están sucediendo en Zacatecas, sin lugar a dudas, los dirigentes y los miembros de dichas comunidades, se han dado cuenta del poder que existe en pertenecer a un grupo con el cual se comparten ciertos objetivos afines, y la importancia del estudio de estos grupos radica en que cada día son más y que funcionan de forma independiente, es decir, no están limitados por tener autorización o recursos de algún gobierno. Los tres movimientos que presentamos, presentan varias cosas en común, algunas de las más notorias son las siguientes, son movimientos que buscan compartir (conocimiento, mercancía, información, etcétera), son sin fines de lucro (su finalidad es más la de estar organizados para ser más fuertes y conseguir sus objetivos finales), están presentes en el mundo *offline* gracias al impulso que han tomado con las redes sociales digitales y el mundo *online*, y sus emprendimientos han tenido una mayor fuerza gracias al uso del marketing digital.

El Internet a través del Marketing Digital y las diferentes Redes Sociales Digitales puede ser un detonante para que la sociedad incremente sus emprendimientos, sobre todo los de grupos creativos, teniendo un papel más activo y participativo en los diferentes ámbitos de nuestra sociedad. Es importante profundizar más en este tipo de estudios, porque se puede confundir en el aspecto de que cualquier idea o movimiento en Internet será un emprendimiento exitoso en el mundo real, y es aquí donde el marketing digital juega un papel importante para que esos esfuerzos logren verse reflejados en el mundo *offline* como emprendimientos exitosos, es decir, nuestras calles, nuestras comunidades y nuestras ciudades.

5.- Bibliografía.

- Blog MD Marketing Digital. (2015). ¿Qué es el Marketing digital? Retrieved from <http://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php>
- Caldevilla, D. (2014). IMPACTO DE LAS TIC Y EL 2.0: CONSECUENCIAS PARA EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 35, 106-127.
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*., 33, 45-68.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. (Alianza. Ed.). Madrid.
- Cárcar Benito, J. E. (2015). Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral? *las redes y los movimientos sociales*., 125-150.
- Petersen Farah, D. (2015). Retrieved from <http://www.nexos.com.mx/?p=25218>
- Sádaba, I. (2012). ACCIÓN COLECTIVA Y MOVIMIENTOS SOCIALES EN LAS REDES DIGITALES. ASPECTOS HISTÓRICOS Y METODOLÓGICOS. (Vol. 188, pp. 781-794). Madrid.: ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura.