

Bertín Valadés García  
Doctorado en comunicación y mercadotecnia estratégica  
bertin.valadesga@anahuac.mx

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento social busca incidir positivamente en algún aspecto de la realidad social o medioambiental, al mismo tiempo que genera ingresos para ser sostenible. En ese sentido, el entorno digital ha permitido que estas plataformas se constituyan como herramientas de información y difusión. En México existen diferentes medios digitales creados por ciudadanos preocupados, desde gente experimentada en el ámbito periodístico, hasta profesionales de los medios de comunicación tradicional. Este estudio busca identificar los emprendimientos sociales en plataformas digitales de México, susceptibles de ser objeto de estudio de tesis doctoral, a las que se les aplicará un análisis ulterior sobre la forma de potenciarlos mediante las lógicas de la economía colaborativa.

## METODOLOGÍA

A través de redes sociales y del portal Sembramedia, se identificaron 45 sitios web mexicanos que se perciben como medios digitales y que se enfocan en alguna problemática. De estos, se seleccionaron los que cumplieran con estas cinco características: 1) Tener mínimo dos años de existencia, ya que según el Instituto del Fracaso, 75% de los emprendimientos en México desaparece antes de dos años, 2) Al menos mil seguidores en redes sociales, en septiembre de 2019, y con publicaciones periódicas. Aunque esto es relativo, es importante manejar una estrategia sólida de redes sociales, 3) Que tenga una misión social, mediante acciones concretas o difusión de información, 4) Que haya nacido como proyecto independiente, ya que al contar con el apoyo de alguna empresa, se podría considerar más como una contribución de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), 5) No debe ser proyecto de una ONG ni filantrópico, rasgo importante para ser catalogado como un emprendimiento social.

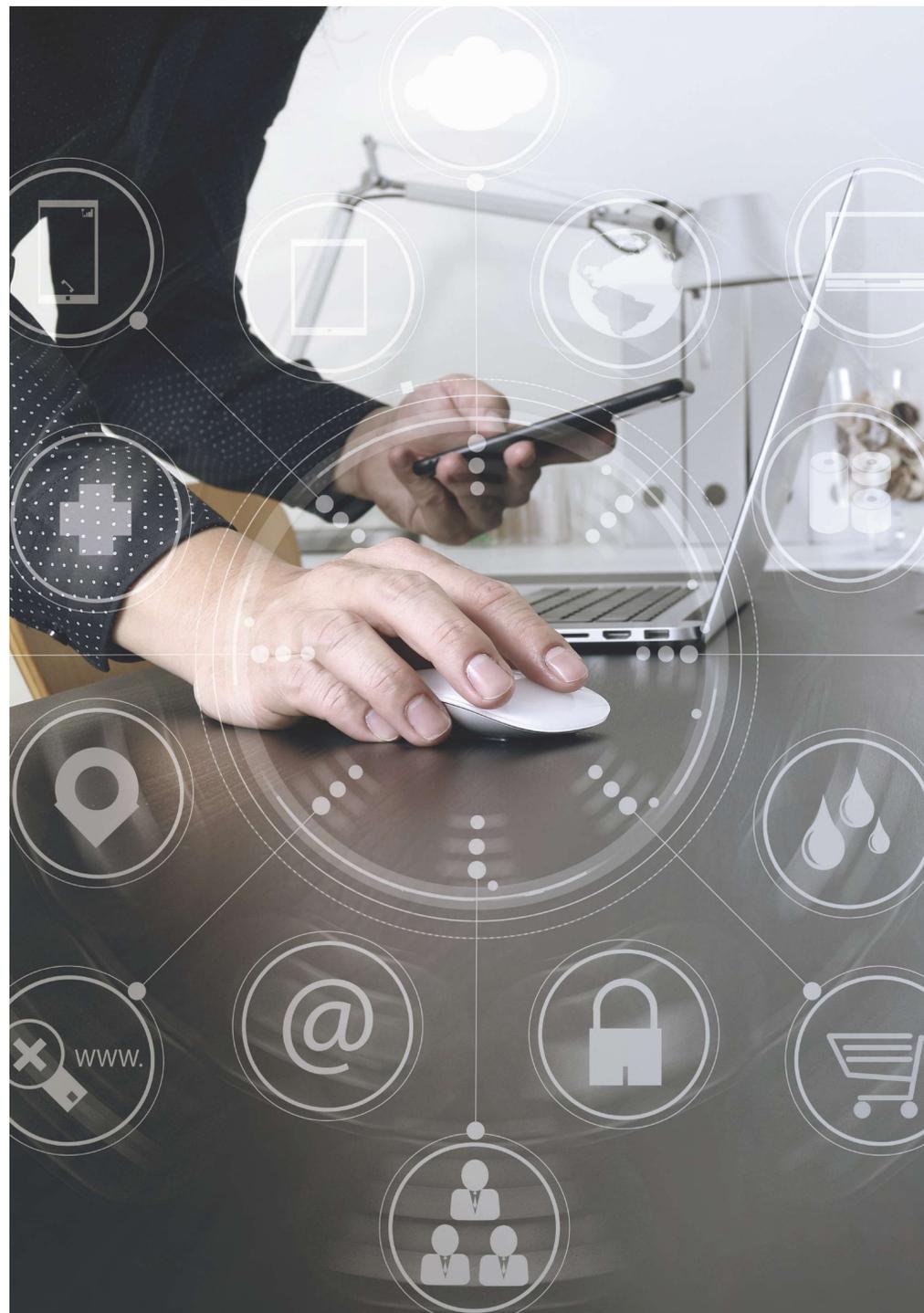
## RESULTADOS

Del total de plataformas rastreadas, 40 cumplieron con las cinco características. *El replicante* (Guadalajara) es el medio más antiguo; nació en 2004, y la mayoría de las plataformas se crearon en 2015. Estos medios abordan temas como periodismo con enfoque ciudadano e independiente (*México.com*, CDMX), familia (*Naran Xadul*, CDMX), cuidado del ambiente (*Son Playa*, Mazatlán), feminismo (*Testigo Púrpura*, Veracruz), promoción de cultura popular (*Ciudad Oinka*, Guadalajara), entre otros.

Las redes más usadas fueron Instagram, Youtube, Twitter y Facebook. Esta última fue la más usada, con un promedio de 274 mil "me gusta" en fanpage. *Los Súpercívicos* es el medio con más "me gusta", 1,555,536, mientras que el medio que menos tiene es *Obturador Mx* con mil 47 "me gusta". El estado con más emprendimientos de este tipo fue Ciudad de México, seguido de Guadalajara y Monterrey.

## DISCUSIÓN

Pese a las desigualdades y los problemas sociales acentuados en algunas zonas de México, las tres ciudades más grandes del país concentran la mayoría de estos emprendimientos. La principal aportación conceptual es la definición de una categoría para un análisis posterior —emprendimiento social en comunicación, que alude a ciertas plataformas de medios digitales y que orientan "...su modelo de comunicación y de negocio al logro de impactos sociales positivos"[1]. El rastreo de este tipo de emprendimientos se continuará realizando para generar una base de datos mayor y así obtener un panorama amplio.



## REFERENCIAS

1. Conway M, Dávila J. Modelando el emprendimiento social en México. México: LID; 2018.
2. López, J. Fracasan en México 75% de emprendimientos; 2016. Disponible en: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos>
3. Ricardéz C. ¿Un emprendimiento periodístico es un emprendimiento social? Disruptivo TV; 2018.
4. Rogers R. What's mine is yours: The rise of collaborative consumption. 3a ed. USA: Harper Business; 2010.