

Plan de Negocios para la Creación de la Empresa “Desde el tablón”

Trabajo de Grado Para Optar al Título de Comunicador y Periodista

Mateo Vanegas Martínez

Asesora

Lina María Acosta Quiroz

Magíster en Educación y Desarrollo Humano

**Unilasallista Corporación Universitaria
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas, Antioquia
2025**

Contenido

Plan de Negocios para la Creación de la Empresa “Desde el tablón”	1
Lista de Tablas	5
Tabla de Ilustraciones	6
Resumen Ejecutivo	7
Nombre Comercial	7
Descripción del Producto/Servicio	7
Localización/Ubicación de la Empresa	8
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Presentación del Equipo Emprendedor	11
Potencial de Mercado en Cifras	12
Ventaja Competitiva y Propuesta de Valor	14
Inversiones Requeridas	14
Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	17
Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	17
Investigación de Mercados.....	19
Análisis del Sector	19
Análisis del Mercado.....	24
Análisis del Consumidor / Cliente:	26
Análisis de la Competencia:.....	38
Plataforma Estratégica	43
Concepto del Negocio – Función Empresarial.....	43
Objetivos de la Empresa / Proyecto.....	44
Objetivo General	44
Objetivos Específicos	44
Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar).....	45
Misión	47
Visión	47
Estrategia de Mercadeo.....	48

Concepto del Producto o Servicio.....	48
Mezcla de Marketing.....	50
Estrategia de Producto:	50
Estrategia de Distribución:	51
Estrategia de Precios:.....	52
Estrategia de Promoción:.....	53
Estrategia de Comunicación:	54
Estrategia de Servicio:.....	55
Estrategia de Comunicación Externa.....	56
Imagen Corporativa	58
Análisis Técnico - Operativo.....	66
Ficha Técnica del Producto o Servicio.....	66
Estado de Desarrollo e Innovación	67
Descripción del Proceso	68
Necesidades y Requerimientos	69
Materias Primas e Insumos	69
Tecnología Requerida	69
Situación Tecnológica de la Empresa.....	71
Localización y Tamaño	71
Definición de las Necesidades y Características de Personal Requerido.....	72
Presupuesto de Producción.....	73
Plan de Producción.....	74
Análisis de Costos de Producción	75
Plan de Compras	76
Identificación de Proveedores.....	77
Control de Calidad.....	78
Cronograma de Ensayos, Prototipos y Presupuestos	79
Análisis Administrativo y Organizacional.....	80
Grupo Emprendedor	80
Estructura Organizacional.....	87
Gastos de Administración y Nómina.....	87

Organismos de Apoyo	88
Constitución Empresa.....	89
Comunicación Organizacional	90
Impacto del Proyecto	92
Impacto Económico	92
Impacto Social	92
Impacto Ambiental	93
Registros, Licencias y Leyes Regulatorias	94
Legislación Vigente.....	94
Gastos de Constitución.....	95
Normas Políticas de Distribución de Utilidades	95
Análisis Financiero	96
Estados Financieros	96
Estado de Resultados.....	96
Balance General	96
Flujo de Caja.....	97
Sistema de Financiamiento	99
Evaluación del Proyecto.....	100
Punto de Equilibrio.....	100
Conclusiones.....	102
Referencias	104

Lista de Tablas

Tabla 1 Ingresos Operativos -----	17
Tabla 2 TIR y VPN del Proyecto -----	17
Tabla 3 Servicios Vendidos por Año -----	73
Tabla 4 Costos Variables para la Producción Anual -----	73
Tabla 5 Plan de Producción Mensual-----	74
Tabla 6 Costo por Unidad de Producto -----	76
Tabla 7 Perfil del Cargo Director-----	81
Tabla 8 Perfil del Cargo Narrador -----	82
Tabla 9 Perfil del Cargo Comentarista -----	84
Tabla 10 Perfil del Cargo Camarógrafo -----	85
Tabla 11 Nómina Desde el Tablón -----	87
Tabla 12 Estado de Resultados-----	96
Tabla 13 Balance General-----	96
Tabla 14 Flujo de Caja-----	97
Tabla 15 Presupuesto Ingresos-----	97
Tabla 16 Gastos Administrativos -----	98
Tabla 17 Costos Indirectos -----	98
Tabla 18 Equipos -----	99
Tabla 19 Capital de Trabajo y Total de la Inversión -----	99
Tabla 20 Punto de Equilibrio -----	100
Tabla 21 TIR y VPN -----	100

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Acuerdos de Derechos Deportivos-----	20
Ilustración 2 Precio de Suscripciones Streaming-----	21
Ilustración 3 Personas que Respondieron la Encuesta-----	26
Ilustración 4 Pregunta 1 -----	27
Ilustración 5 Pregunta 2 -----	28
Ilustración 6 Pregunta 3 -----	29
Ilustración 7 Pregunta 4 -----	30
Ilustración 8 Pregunta 5 -----	31
Ilustración 9 Pregunta 6 -----	32
Ilustración 10 Pregunta 7 -----	33
Ilustración 11 Pregunta 8 -----	34
Ilustración 12 Pregunta 9 -----	35
Ilustración 13 Pregunta 10-----	36
Ilustración 14 Pregunta 11-----	37
Ilustración 15 Pregunta 12-----	38
Ilustración 16 Total Sport Colombia-----	39
Ilustración 17 Relámpago Soccer -----	40
Ilustración 18 VideoSportsCo-----	41
Ilustración 19 Logo de Desde el Tablón -----	58
Ilustración 20 Logo de Desde el Tablón -----	59
Ilustración 21 Perfil de Instagram de Desde el Tablón-----	60
Ilustración 22 Perfil de WhatsApp Business de Desde el Tablón -----	61
Ilustración 23 Página de Facebook de Desde el Tablón -----	62
Ilustración 24 Boceto de Página Web de Desde el Tablón -----	63
Ilustración 25 Canal de YouTube de Desde el Tablón-----	64
Ilustración 26 Flujograma de Procesos de Desde el Tablón -----	68
Ilustración 27 Prototipo de Transmisión en Vivo Desde el Tablón-----	79
Ilustración 28 Equipos para Narración en Vivo y Transmisión Deportiva -----	79

Resumen Ejecutivo

Nombre Comercial

Desde El Tablón

Descripción del Producto/Servicio

Es una agencia de comunicaciones enfocada en deportes, la cual ofrecerá los servicios de:

1. Narración en eventos deportivos categoría amateur
2. Acompañamiento a través de transmisiones deportivas
3. Generación de contenidos en formato de texto, video y fotografía

El deporte amateur, ha sabido mantenerse vigente durante años, a pesar de la falta de apoyo de sectores importantes.

Sin embargo, ante las múltiples adversidades; siguen su legado y tradición entre generaciones. Todo esto es posible, gracias a la autogestión de los organizadores que siguen ingeniándose la manera de estructurar y llevar adelante un torneo, también de los equipos, clubes y ligas, que de alguna u otra manera se hacen partícipes en dichos certámenes. Así mismo, de patrocinadores y personas del sector privado que de cierta forma brindan su apoyo para la realización de las competencias.

No obstante, se evidencia que existen varios factores que no facilitan la comunicación entre la comunidad deportiva, aficionados y protagonistas, debido a la falta de herramientas y alianzas que, en su caso, ayudarían a acceder al público

en general a la información de las jornadas y compromisos correspondientes. Además, el auge de los torneos municipales y barriales, que continúan emergiendo diariamente, ha despertado el interés de realizar transmisiones deportivas en vivo y diferido, y de esta manera dejar evidencia de los partidos y competencias, pero lastimosamente no cuentan con narración y se reducen a simples imágenes con un sonido ambiente y sin emoción.

Con nuestra agencia, fortaleceremos la comunicación hacia la comunidad deportiva que integra cada uno de los torneos disputados y ayudaremos a la visibilidad de las diferentes competencias, implementando las narraciones a las transmisiones deportivas de cada uno de los compromisos solicitados.

Localización/Ubicación de la Empresa

La ubicación principal es en el municipio de Caldas, Antioquia y se extenderá a los demás municipios del área metropolitana del Valle de Aburrá, así mismo se llegará a otras partes del territorio antioqueño, ello según el alcance y promoción de los servicios.

Por herencia y tradición, el municipio de Caldas es sinónimo de deporte. A través de las generaciones se sigue conservando la sana costumbre de la actividad física en “la puerta del sur del Valle de Aburrá”. Esto conlleva a que, durante el año, sea común ver la realización de varios torneos para diferentes disciplinas, los cuales se caracterizan por el alto flujo de equipos y competidores en cada una de sus ediciones. además, las adecuaciones tanto en los escenarios del municipio, como en la Unidad Deportiva Luis Fernando Montoya, ha convertido a Caldas en sede de diversos eventos en compañía y con el apoyo del Instituto de Deporte y Recreación de Caldas (INDEC).

Las Diversas Competencias son:

- Torneos de fútbol INDEC (Infantil, Interbarrios, Premium, Senior Master, Viejas Glorias y Otoñal)
- Vacacional Cielo Roto
- Festival Deportivo “Deporte sin barreras”
- Torneo abierto de ajedrez “Caldas Progresas”
- II Torneo Nacional de Artes Marciales Mixtas
- Zonal Municipal Baby Fútbol
- Torneo DRAFT Internacional Palmazul
- Goles por el planeta
- Copa MT3 Cielo Roto
- Juegos Escolares (fútbol, futsal, natación, ajedrez, atletismo, boxeo, tenis de mesa, patinaje, basket, etc)
- Vacacional Cielo Roto de Basketball

Además, el alto nivel de los eventos deportivos en Caldas, como municipio central, es alto; llama la atención de participantes provenientes de otros municipios antioqueños quienes en varias oportunidades han hecho parte de los mismos. De esta manera, también es común encontrarnos con este panorama en los demás municipios del área metropolitana; teniendo así una fuerte y gran oportunidad de aprovechar al máximo estos espacios.

Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una agencia de comunicaciones enfocada en deportes, dedicada a ofrecer servicios de narración en eventos deportivos categoría amateur, transmisiones deportivas y generación de contenido a través de texto, video y fotografía; en el municipio de Caldas, Antioquia.

Objetivos Específicos

- Diseñar paquetes de servicios personalizados para diferentes tipos de clientes, incluyendo clubes deportivos, marcas patrocinadoras y medios de comunicación, adaptando la oferta a sus necesidades específicas.
- Desarrollar las correspondientes estrategias de comunicación, que permitan mejorar la relación e información entre los diferentes públicos que integran las diversas comunidades deportivas.
- Organizar y promover iniciativas que involucren a la comunidad en los eventos deportivos, creando un sentido de pertenencia y apoyo hacia los atletas amateurs.

Presentación del Equipo Emprendedor

Mateo Vanegas Martínez, de 29 años. Apasionado por el fútbol y la narración deportiva. Es Técnico Laboral en Logística Empresarial del Instituto Técnico La Salle desde el 7 de diciembre de 2022 y se encuentra en la parte final de su formación como Comunicador y Periodista de Unilasallista.

Además de su recorrido en el gremio de atención al cliente, durante más de 7 años; Mateo cuenta con experiencia en eventos deportivos durante los últimos dos años, como: narrador (también comentarista, planta baja y voz comercial) tanto en transmisiones de fútbol profesional masculino y femenino; como deporte amateur (voleibol y múltiples torneos de fútbol profesional y categoría amateur), incluyendo participaciones en emisoras nacionales, como Múnera Eastman Radio.

Los eventos en los cuales Mateo ha tenido participación, son los siguientes:

Múnera Eastman Radio:

- Festival de Festivales Baby Fútbol Colanta 2025 (Narrador)
- Festival de Festivales Baby Fútbol Colanta 2024 (Narrador)
- Festival de Festivales Baby Fútbol Colanta 2023 (Narrador, Voz comercial, Reportería)

Conexión Deportes:

- Liga BetPlay Dimayor Masculina 2023 (Narrador)
- Liga BetPlay Dimayor Masculina 2022 (Narrador)
- Liga BetPlay Dimayor Femenina 2024 (Narrador)
- Liga BetPlay Dimayor Femenina 2023 (Narrador)
- Final Zonal Baby Fútbol Caldas, Antioquia 2022 (Narrador)

Total Sport Colombia:

- Vacacional Cielo Roto 2025 (Narrador)
- Reyes de los penales 2024 (Narrador)

La Vitrina Deportiva:

- Torneo Nacional de Voleyball – Categoría menores 2022 (Narrador)

Independiente:

- Final Torneo La Esperanza Comuna 13 2024 (Narrador)
- Selección Antioquia Senior Master vs Selección Caldas 2024 (Narrador)
- Final Torneo Femenino La 10 Total Sport Colombia 2023 (Narrador)

Potencial de Mercado en Cifras

A través del informe “Sport-Tech, una mirada al impacto de la industria”, presentado en 2023 por la OBS Business School, “el 41% de los fans deportivos globales ven al menos uno de los eventos a través de plataformas de streaming, mientras que el 47% de los fans más jóvenes usan habitualmente dos pantallas a la vez; además, el 51% de estos jóvenes buscan y consumen estadísticas en vivo durante la competición. La transmisión en línea y las aplicaciones de streaming han ganado una popularidad inmensa, permitiendo a audiencias de cualquier lugar del planeta ver eventos deportivos en tiempo real desde cualquier dispositivo.” (School, Sport-Tech, una mirada al impacto de la industria, 2023)

Además, LALIGA Business School informa que “las redes sociales han transformado la forma de organizar, disfrutar y participar en eventos deportivos”, ya que “no solo aumentan la visibilidad y participación de los eventos, sino que también crean una comunidad sólida y comprometida alrededor del deporte. Son mucho más que simples plataformas de comunicación: son el puente que une a fans, atletas y marcas en una experiencia deportiva única y compartida.” (School L. B., 2025)

Por su parte la UNIR, resalta la importancia de las redes sociales, destacando que estas “se han convertido en el principal canal de comunicación para la sociedad en general. Igual que las empresas y marcas tratan de aprovechar todo su potencial para promocionar sus productos y llegar a nuevos públicos.” Además, asegura que “el mundo del deporte no es ajeno a las tendencias actuales de comunicación, por eso la gestión de redes es crucial a la hora de construir y mantener una sólida presencia online, así como para interactuar con los seguidores y maximizar el impacto de las estrategias. Por lo tanto, las redes sociales aplicadas al mundo del deporte pueden hacer crecer exponencialmente tanto a marcas personales como los ingresos de los profesionales de este sector. (UNIR, 2024)

En diálogo con Antena 2 Radio, Ángela Zamorano (Líder de la Dirección Comercial de Decathlon en Colombia) aseguró que “en lo corrido del 2023 vimos que los colombianos tuvieron una mayor preferencia por la adquisición de productos para fútbol (con un crecimiento del 31,13 % en el volumen de las ventas), seguido de natación (13,07 %), fitness (9,86 %), running (5,11 %) y senderismo (2 %).” (Zamorano, 2024)

Para finalizar, Tendencia Digital indica que en Colombia un 65% de personas utilizan sus dispositivos celulares para ver transmisiones y retransmisiones de partidos, 47% acceden a plataformas de video para ver momentos destacados o análisis después de la transmisión y un 33% de la audiencia, interactúa con plataformas de radio online y redes sociales mientras ve partidos de fútbol.. (Digital, 2024)

Ventaja Competitiva y Propuesta de Valor

Con la agencia, se ofrece una experiencia significativa a través de servicios como las transmisiones deportivas a otro nivel con la implementación de la narración de los juegos deportivos tipo amateur, que, de la mano de expertos, permitirá brindar un contenido totalmente diferente, potenciando la intensidad de los eventos, el rendimiento y motivación de los deportistas, e impulsando aún más la participación de diferentes sectores en cada uno de ellos.

Igualmente, se ofrece para atletas, jugadores, equipos, torneos y demás organizaciones, dejar atrás un formato de video y sonido ambiente, para darle paso a una nueva dinámica que no solo, habilitará la posibilidad de mejorar y fortalecer, la comunicación entre la comunidad deportiva y competidores; también aumentará la visibilidad y expansión de los torneos, a través del contenido generado, en la previa, durante y post competencias.

La pasión, la responsabilidad, la excelente calidad; son factores que diferenciarán a “Desde el tablón” y lo harán reconocer como una de las innovadoras agencias de transmisiones y narraciones deportivas en la región.

Inversiones Requeridas

A continuación, las inversiones requeridas para la creación de la empresa y la entrega exitosa de la propuesta de valor:

Capital: Es la base de todo, puesto que determina en gran parte, la posibilidad de realizar las demás inversiones. La mayoría del capital, está destinado a la compra de equipamiento, insumos y en algunos casos, gastos de traslados.

Equipamiento: Es muy importante contar con el equipamiento adecuado, ya que esto permite entregar un mejor producto, asegurando una imagen y sonido de excelente calidad tanto en transmisiones deportivas como en narraciones en vivo.

En el se incluyen:

- *Consola pro dj 2 canales pro dj \$150.000*
- *Micrófono Shure \$300.000*
- *Diademas \$10.000*
- *Computador 4GB de RAM \$3.000.000*
- *Parlantes de retorno \$400.000*
- *Cable para micrófono \$60.000*
- *Computador de escritorio \$584.000*
- *Mesa portátil \$140.000*

Insumos: Parte fundamental para la creación y acompañamiento de las transmisiones deportivas. Aquí se incluyen:

- *OBS (Programa para transmisiones)*
- *Licencias de los diferentes programas para edición de fotografía y video.*
- *Plataformas streaming.*
- *Planes móviles,*
- *Conexión a internet.*
- *Fuentes de energía y cables correspondientes.*

Local y Adecuaciones: Si bien no contaremos con un local físico; tendremos a disposición un espacio adecuado como sede. Se encuentra en el barrio Cristo Rey del municipio de Caldas, y estará adaptada para realizar cualquier actividad relacionada con nuestros servicios. Cabe destacar que es de propiedad y no demandará gastos por arrendamiento. El contacto telefónico, será de manera directa y a través de dispositivos móviles.

Recursos Humanos: En principio será un proyecto individual.

Aunque tenemos en cuenta y consideramos la importancia de contar con más personas en un futuro, debido a la importancia que esto conlleva. También, con la intención de en los próximos años, brindar oportunidades a nuevas promesas. El cargo principal será el de Director - narrador. En principio se ganaría por hora, un valor de \$75.000 pesos colombianos y se tendrá en cuenta el aporte al Sistema General de Seguridad Social (SGSS), cumpliendo con el artículo 89 de la Ley 2277 de 2022. Además, se tendrá en cuenta para el corto plazo, los cargos de comentarista y camarógrafo.

Constitución Legal y Licencias Requeridas:

- Registro Mercantil: \$548.720.
- Registro en la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC): No tiene ningún costo.
- Certificado de matrícula mercantil: \$3.600.
- Certificado de existencia y representación legal, inscripción de documentos: \$7.200.
- NIT: No tiene costo, pero requiere previo registro en la DIAN.
- RUT (Registro Único Tributario): No tiene ningún costo. El trámite es totalmente gratuito.
- Matrícula: Tiene un valor de \$231.000
- Formulario del registro único empresarial y social (RUES): tiene un costo de \$8.100 para el año 2025.
- Acta de constitución: \$53.000.
- Solicitud de libros de actas \$18.000.

Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Tabla 1
Ingresos Operativos

Ingresos mensuales	4.200.000
Total de costos	2.362.628
Utilidad bruta	1.837.372

Fuente: Elaboración propia.

Los ingresos mensuales serán de \$4.200.000; con una utilidad bruta de \$1.837.372.; evidenciando una rentabilidad significativa del negocio. Además, las ventas se proyectan a tener un aumento, año tras año, equivalente a un 10%

Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Tabla 2
TIR y VPN del Proyecto

TIR	180%
VNA	\$ 15.922.481,96
VPN	\$ 6.969.481,96
RBC	0,78

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, el proyecto es viable debido a que el análisis financiero, arroja como resultado, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 180%, es decir, este porcentaje es la rentabilidad que ofrece la inversión del negocio, que por ende es muy positiva.

Por otra parte, el Valor Presente Neto (VPN) del negocio permite conocer las ganancias o pérdidas con respecto a la inversión estipulada. En este caso, se concluye que el VPN de la inversión es positiva y equivalente a \$6.969.481,96; por lo cual sí es conveniente realizar la inversión.

Investigación de Mercados

Análisis del Sector

Actualmente, el mercado de transmisiones deportivas y narraciones en vivo en Colombia, posee un ritmo bastante dinámico y se encuentra en constante evolución. La inclusión e implementación de nuevas plataformas digitales y la mejora en la calidad de narraciones y experiencias para el usuario, han llevado a edificar un futuro ambicioso y prometedor. Además, la interminable competencia por derechos de transmisión, cada vez juega un papel más importante, en los constantes cambios presentes en las preferencias de la audiencia, los cuales son claves para conservar el éxito en el sector.

La lucha por los derechos de transmisión de eventos deportivos ha intensificado la competencia entre las cadenas de televisión y las plataformas digitales. La Dimayor, que organiza la liga de fútbol profesional, ha visto un incremento en el valor de sus derechos de transmisión, reflejando el interés por el fútbol colombiano tanto a nivel nacional como internacional (González J. , 2023)

Ilustración 1

Acuerdos de Derechos Deportivos

LOS ACUERDOS DE DERECHOS DEPORTIVOS PUEDEN INCLUIR

DERECHOS DE TRANSMISIÓN:

↳ Permiten la transmisión en vivo del evento en un canal o plataforma específicos

DERECHOS DE REPRODUCCIÓN:

↳ Facultan la reproducción y distribución del evento en varios formatos

DERECHOS EXCLUSIVOS:

↳ Ofrecen exclusividad de la transmisión en una región geográfica determinada, excluyendo a otros competidores

DERECHOS DE SUBLICENCIA:

↳ Posibilidad de otorgar permisos de uso a terceros, como compañías de medios y servicios de streaming

DERECHOS DE PATROCINIO O PUBLICIDAD:

↳ Permiten la asociación de un evento para mostrar productos o servicios específicos

ESTOS DERECHOS ESTÁN SUSTENTADOS EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El objetivo principal de estos derechos es fomentar la innovación y la creatividad garantizando a los inventores y creadores una retribución justa por su trabajo que les permita vivir de él, y proteger la reputación inherente a una marca

LOS ACTORES DE LOS DERECHOS DEPORTIVOS

- Los organizadores de eventos, competiciones y torneos deportivos
- Las federaciones deportivas
- Los deportistas, equipos y entrenadores
- Los fabricantes de material deportivo
- Los organismos de radiodifusión
- Los patrocinadores privados
- Los aficionados al deporte



Fuente: CMS Rodríguez-Azuero / Gráfico: LR-ER

Fuente: Tomado desde la web

La migración hacia plataformas de streaming ha sido un fenómeno global, y Colombia no es la excepción. Según el informe “360° Fan Engagement” realizado por Nielsen y LaLiga Tech (Nielsen, La Liga Tech & Nielsen: 360° Fan Engagement., 2022)

Los mercados globales emergentes son los que muestran un mayor interés por el deporte, lo que subraya la necesidad de que las competiciones se centren en atraer a un público internacional más allá del mercado nacional. Nigeria (74%), Indonesia (70%), Colombia (69%), Turquía (67%), India (67%) y Emiratos Árabes Unidos (65%) arrojaron el mayor porcentaje de encuestados que se perciben a sí

mismos como aficionados al deporte, mientras que menos de la mitad de los encuestados de los focos deportivos tradicionales, como Estados Unidos (46%), Reino Unido (44%) y Francia (43%) se ven a sí mismos de esta manera. (Nielsen L. T., 2022)

Es por esto que, cada vez más usuarios hacen uso de las diferentes plataformas, para acceder a los principales eventos deportivos locales e internacionales, aunque haya precios diferentes en cada una de ellas.

Ilustración 2

Precio de Suscripciones Streaming

PRECIO DE SUSCRIPCIONES DE STREAMING PARA VER DEPORTES



NFL, la NBA, la MLB, la NHL,
la MLS, la Premier League

\$154.000



partidos de la Uefa Champions League

\$34.900



contenidos deportivos exclusivos, Directv Sports

\$42.900



Eventos deportivos de ESPN
en vivo y con máxima calidad

\$31.900



incluye acceso a señal en vivo + zona
de videos de programas y partidos

\$27.900

Fuente: Sondeo LR
Gráfico: LR-MN

Fuente : Tomado desde la web

El fútbol continúa siendo el deporte más visto en Colombia. Además, la calidad de las narraciones en vivo ha mejorado significativamente gracias a la inversión en tecnología y talento humano. Las narraciones ahora incluyen análisis en tiempo real y la posibilidad de interactuar a través de redes sociales. Esto no solo enriquece la experiencia del espectador, sino que también permite una mayor participación del público.

En la era digital actual, las plataformas de redes sociales se han convertido en los principales destinos para que los fanáticos accedan al contenido deportivo. Un notable 51% de los entusiastas de los deportes recurren a Facebook para obtener actualizaciones, mientras que el 46% prefiere YouTube, el 31% Instagram y el 25% Twitter. Estas cifras no solo demuestran las diversas preferencias de los fanáticos, sino que también subrayan el papel fundamental que desempeñan estas plataformas en el consumo deportivo. (Bride, 2024)

Clúster

Según EUDE Digital, cuando hablamos de clusterizar, nos referimos a separar o categorizar a un grupo de empresas o de personas de acuerdo a una serie de características compartidas (EUDE, 2024)

Por medio de Facebook, Instagram y YouTube, se logran descubrir diferentes plataformas y páginas dedicadas a generar contenido deportivo. Con sonido ambiente y recopilación de videos, ofrecen transmisiones en vivo, teniendo al fútbol y futsal, como principales protagonistas.

Total Sports Colombia: ofrece un manejo preciso y en tiempo real de estadísticas, permitiendo a equipos, entrenadores, y aficionados acceder a información clave de rendimiento y resultados.

Relámpago Soccer: su forma de cautivar a la audiencia los ha llevado a obtener un reconocimiento dentro del futsal de barrio y ahora, en algunos torneos profesionales.

VideoSportsCo: con una amplia trayectoria en el gremio, VideoSportsCo ha logrado obtener una estabilidad en el deporte antioqueño y colombiano. Con su trabajo, llevan a todos los rincones del país la emoción del deporte.

El avance tecnológico ha revolucionado la forma en que se realizan las transmisiones deportivas. La implementación de tecnologías como la transmisión en 4K, la realidad aumentada (AR) y el análisis de datos en tiempo real han mejorado la experiencia del espectador.

Colombia, como muchos países en desarrollo, depende de la importación de equipos de transmisión y software especializado para las narraciones deportivas. Los equipos como cámaras de alta definición, sistemas de transmisión satelital y software de edición son esenciales para la producción de contenidos de calidad. Colombia también ha comenzado a exportar contenido deportivo, especialmente en el ámbito del fútbol y deportes de motor. Las productoras colombianas han logrado distribuir contenidos a plataformas en América Latina y Europa, lo que ha ampliado el alcance y la influencia del deporte colombiano en el mercado global. Un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá indica que las exportaciones de contenido deportivo han crecido un 20% en los últimos años, con un aumento en la demanda de eventos en vivo y producciones originales (comercio, 2023)

La narración en vivo ha adoptado nuevas tecnologías, como el uso de inteligencia artificial (IA) para análisis de datos y comentarios automatizados. Esto ha permitido a las cadenas de televisión y plataformas de streaming ofrecer análisis en tiempo real y personalizar la experiencia del espectador

El desarrollo tecnológico y las dinámicas de importación y exportación son factores clave que influyen en el mercado de las transmisiones deportivas y narraciones en vivo. Con un aumento en la inversión en tecnología, una creciente dependencia de equipos importados y un incipiente movimiento hacia la exportación de contenido, el sector presenta un panorama de oportunidades y desafíos que deben ser gestionados adecuadamente para maximizar su potencial.

Análisis del Mercado

El mercado objetivo estará enfocado principalmente en: organizadores de torneos, clubes/equipos deportivos y torneos deportivos amateur (locales) de Caldas, Medellín y Área metropolitana del Valle de Aburrá.

Basados en la popularidad del fútbol en el país, este será el deporte principal ya que significa una base sólida para el consumo de las transmisiones deportivas.

El fútbol es uno de los deportes con más tradición formal en el país, pues tiene su propia liga en Colombia desde 1924, fundó la Asociación Colombiana de fútbol en 1936 y ya para 1948 estaría vigente lo que hoy se conoce como la Dimayor (encargada de organizar y administrar los torneos de fútbol profesional en Colombia) (Sarmiento, 2024).

Además, nuestro grupo demográfico se compone entre los 18 – 35 años de edad.

Según La Republica; Morning Consult realizó un estudio, en el cual recopiló información de más de 18.000 fanáticos, en 10 países para comprender mejor cómo los aficionados deportivos siguen e interactúan con el contenido de su interés, incluyendo coberturas en vivo, aspectos más destacados y resúmenes, así como

preferencias futuras de consumo. Los hallazgos confirman que los fans están dando prioridad a la personalización e información que les ahorran tiempo. debido al consumo de plataformas digitales y su alta recepción a las innovaciones tecnológicas. (República, 2024)

En Colombia, el consumo aparente de las transmisiones deportivas incluye tanto la televisión abierta como las plataformas de pago (por ejemplo, canales deportivos por cable, plataformas de streaming como ESPN y Win Sports, y servicios de pago por visión). En los últimos años, el acceso a internet de alta velocidad ha facilitado el consumo de deportes en línea, lo que ha incrementado el consumo aparente.

El informe de Nielsen sobre el consumo de medios en Colombia señala que las plataformas de streaming han visto un aumento en sus usuarios, especialmente durante la pandemia, lo que generó un cambio en el comportamiento de los consumidores hacia servicios más accesibles y flexibles en cuanto a la visualización de contenidos deportivos. (Nielsen, 2021)

El consumo per cápita de transmisiones deportivas en Colombia está vinculado principalmente a la cobertura mediática de eventos nacionales e internacionales. Según un informe de la consultora PwC sobre el entretenimiento y los medios de comunicación en América Latina, el sector del deporte en Colombia ha experimentado un crecimiento en la cobertura televisiva, sobre todo en eventos como el fútbol y el ciclismo. El consumo per cápita puede medirse por la cantidad de tiempo que los colombianos dedican a la visualización de eventos deportivos, lo que varía en función de los derechos de transmisión, las plataformas de acceso y la popularidad de los deportes en el país. (PwC, 2020)

Actualmente, la demanda por contenido deportivo supera la oferta, especialmente en deportes menos mediáticos. Esto se evidencia en la saturación de usuarios en plataformas y el interés creciente por eventos en vivo.

El mercado de transmisiones deportivas y narraciones en vivo en Colombia presenta un gran potencial de crecimiento, impulsado por el aumento de la demanda, la digitalización y la innovación tecnológica. La popularidad del fútbol y la creciente adopción de plataformas de streaming son factores clave que justifican la inversión en este sector. Con el crecimiento proyectado y la superación de la oferta por la demanda, este mercado se posiciona como una oportunidad viable para futuros inversores y desarrolladores de contenido.

Análisis del Consumidor / Cliente:

Considerando a WhatsApp Business, como canal de comunicación más directo, se envió una encuesta a 100 personas, la cual se realizó con el objetivo de conocer opiniones y proyectar a futuro el tipo de contenido que las personas consumen al momento. Esto con el fin de analizar diferentes puntos a favor y en contra, en diversos aspectos que son importantes para el proyecto.

Los resultados fueron los siguientes:

Ilustración 3

Personas que Respondieron la Encuesta

36 responses

 [View in Sheets](#) 

Accepting responses

Summary

Question

Individual

Fuente: Elaboración propia

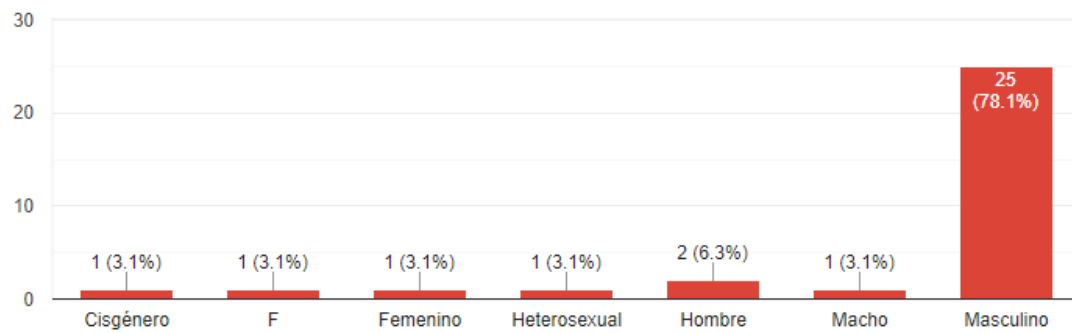
Ilustración 4

Pregunta 1

¿Cuál es su identidad de género?

 Copy chart

32 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El 87.5 % de las personas encuestadas son de género masculino, mientras que el 6.2 % femenino.

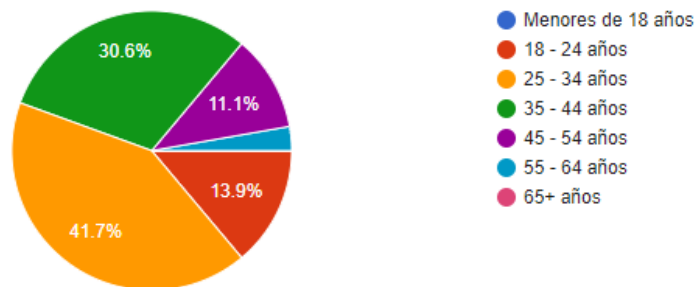
Ilustración 5

Pregunta 2

Seleccione su rango de edad

36 responses

 Copy chart



Fuente: Elaboración propia

El 41.7% de los encuestados, afirma estar entre los 25-34 años, el 30,6% confirma tener entre 35-44 años y un 13,9% corresponde a los del rango de edad entre 18-24 años

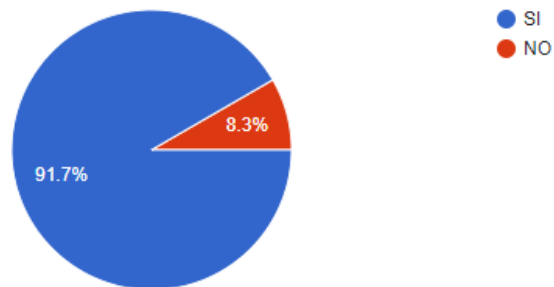
Ilustración 6

Pregunta 3

¿Realiza alguna actividad deportiva?

36 respuestas

 Copy chart



Fuente: Elaboración propia

Un 91.7% de las personas encuestadas, realizan alguna actividad deportiva; mientras que el 8.3% respondió de manera negativa.

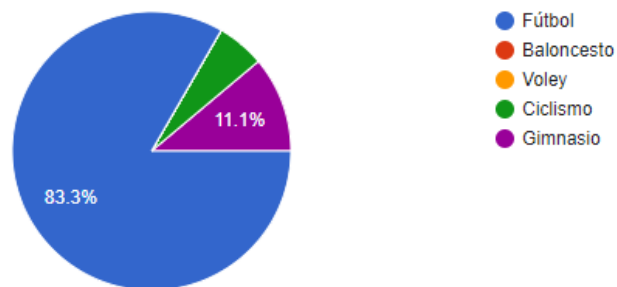
Ilustración 7

Pregunta 4

¿Cuál es su actividad deportiva favorita?

36 respuestas

 Copy chart



Fuente: Elaboración propia

El fútbol es la práctica deportiva favorita del 83.3% de los participantes, mientras que un 11.1% prefiere ir al gimnasio. Por último, el 5.6% se decide por el ciclismo.

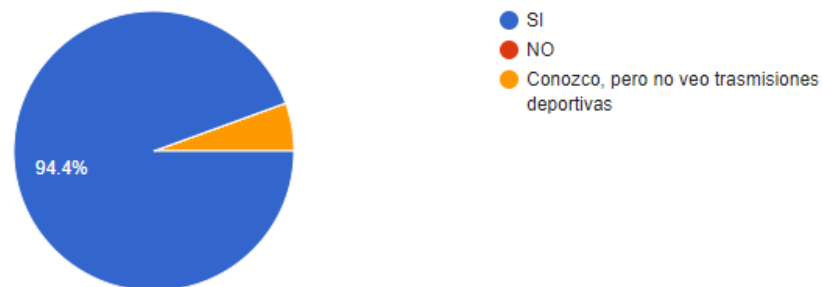
Ilustración 8

Pregunta 5

¿Conoce y disfruta de las transmisiones deportivas?

36 responses

 Copy chart



Fuente: Elaboración propia

Un total de 94.4% de los encuestados, disfrutaban de las transmisiones deportivas; por su parte, el 5.6% afirman conocer, pero no consumir este tipo de contenido.

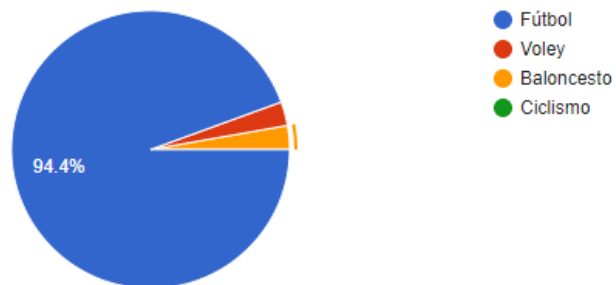
Ilustración 9

Pregunta 6

¿Cuál es su deporte favorito para ver a través de transmisión?

 Copy chart

36 responses



Fuente: Elaboración propia

El 94.4% de las personas prefieren las transmisiones deportivas de fútbol, mientras que tanto el ciclismo como el vóley son predilectos por un 2.8% respectivamente.

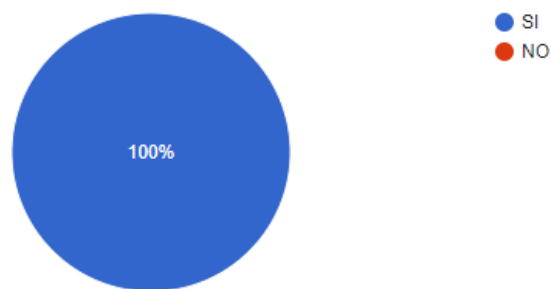
Ilustración 10

Pregunta 7

Las transmisiones deportivas han tomado fuerza en en las categorías "amateur". Cada vez es más común ver contenido de diferente torneos y medios que hacen eco de las competencias. ¿Considera importante este tipo de apoyo para el crecimiento del deporte aficionado y semiprofesional?

 Copy chart

35 responses



Fuente: Elaboración propia

La totalidad de los encuestados, consideran importante el apoyo de las transmisiones deportivas en el deporte categoría "amateur".

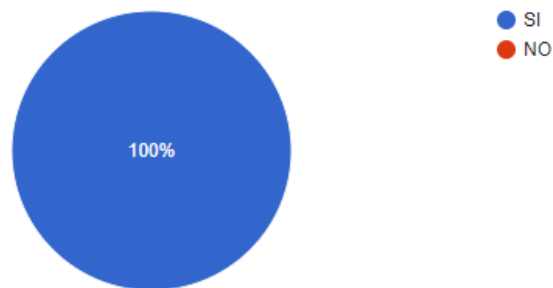
Ilustración 11

Pregunta 8

Además de transmisiones deportivas a través de diversas plataformas; la narración en vivo surge como un factor diferencial en eventos de este tipo. ¿Cree usted que la narración puede jugar un papel importante, a la hora de darle un ritmo diferente a las transmisiones y a los eventos?

 Copy chart

35 responses



Fuente: Elaboración propia

El 100% de las personas afirma la importancia del papel que juega la narración a la hora de brindar experiencias diferentes en las transmisiones y eventos deportivos.

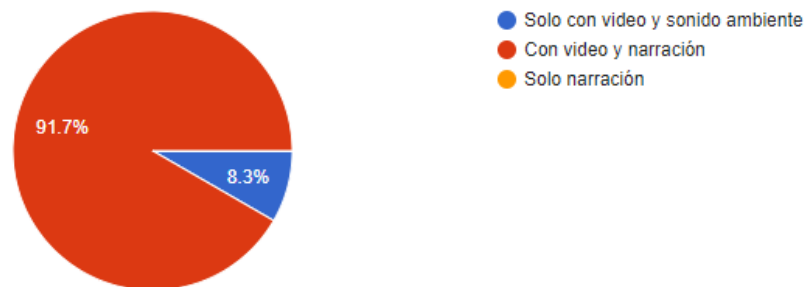
Ilustración 12

Pregunta 9

¿De qué manera disfruta más de una transmisión deportiva?

 [Copy chart](#)

36 responses



Fuente: Elaboración propia

En total, 91.7% de los encuestados disfruta de las transmisiones deportivas con video y narración. Por su parte, el 8.3% las prefiere solo con video y sonido ambiente.

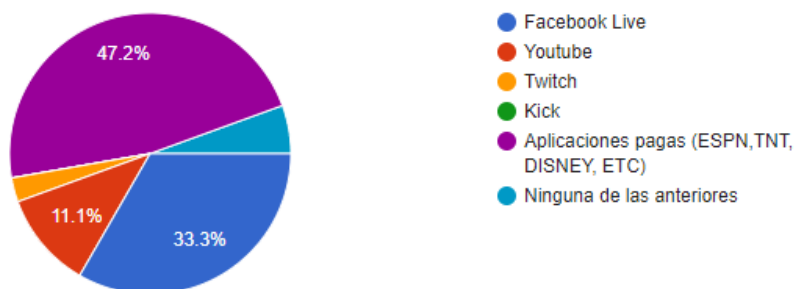
Ilustración 13

Pregunta 10

¿A través de cuál plataforma suele seguir las transmisiones deportivas?

 Copy chart

36 responses



Fuente: Elaboración propia

47.2% de las personas siguen transmisiones deportivas a través de plataformas pagas (ESPN, TNT, Disney, etc), por su parte, el 33.3% prefieren el Facebook Live; un 11.1% suele hacerlo por medio de YouTube; mientras que solo el 2.8% lo hace por Twitch.

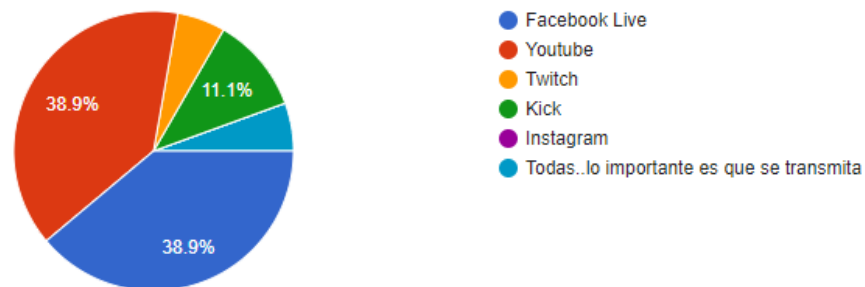
Ilustración 14

Pregunta 11

¿Cuál plataforma considera más apropiada, para transmitir deporte "amateur"?

 Copy chart

18 responses



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las plataformas, la mayoría de encuestados consideran YouTube y Facebook Live las más apropiadas para transmitir deporte “amateur”, con un 38.9 % respectivamente. El 11.1% se inclina por Kick y el 5.6% restante, prefiere a través de Twitch.

Cabe resaltar, que un 5.6% de encuestados sugirieron que todas las plataformas son apropiadas, destacando que “lo importante es que se transmita”.

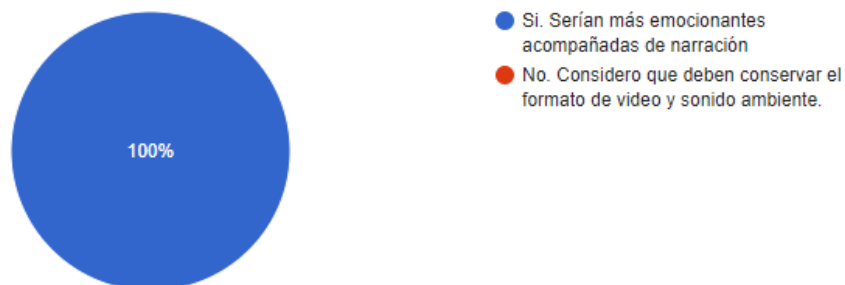
Ilustración 15

Pregunta 12

¿Cree que las transmisiones deportivas en categorías "amateur", deben ser en su mayoría, acompañadas por narración o conservar el formato de video y sonido ambiente?

 Copy chart

17 responses



Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados. Consideran que las transmisiones deportivas deben estar acompañadas de narración.

Análisis de la Competencia:

A través de una investigación (benchmarking) realizada por las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube), logramos identificar que en Antioquia existen diferentes plataformas y páginas dedicadas a generar contenido deportivo, a través de transmisiones en vivo con sonido ambiente y recopilación de videos. Teniendo al fútbol y futsal, como principales protagonistas.

A continuación, se comparten los principales participantes y competidores potenciales de este mercado.

Ilustración 16
Total Sport Colombia



Fuente: imagen suministrada por la empresa Total Sport Colombia

Cuenta con una amplia experiencia en la industria en el manejo de eventos deportivos y estadísticas de torneos,

Su plataforma combina tecnología avanzada y conocimiento deportivo para brindar una visión completa de cada uno de los eventos y estadísticas de los torneos.

Ofrece los siguientes productos y servicios:

- Manejo de estadísticas de torneos.
- Eventos deportivos.
- Trasmisiones deportivas.
- Realización de torneos de fútbol.

Con un equipo altamente capacitado logra garantizar la precisión y la eficiencia en todo momento. Desde la planificación hasta la ejecución, logran ofrecer una experiencia inolvidable a los aficionados al deporte.

Las transmisiones deportivas las realizan frecuentemente a través de su página de Facebook, en la que cuentan con 1847 seguidores y un promedio de 1000 reproducciones por transmisión. En Instagram cuentan con 900 seguidores y es común ver contenido con estadísticas de los torneos y jugadas destacadas de los diferentes partidos.

Ilustración 17

Relámpago Soccer



Fuente: imagen suministrada por la empresa Relámpago Soccer

Su forma de cautivar a la audiencia los ha llevado a obtener un reconocimiento dentro del futsal de barrio y ahora, en algunos torneos profesionales.

Con 231 mil followers en Instagram, es común encontrar en su feed, resúmenes de los partidos de cada uno de los torneos y barrios que visitan. Allí se incluyen, videos de jugadas y jugadores destacados

Su fiel seguimiento a este tipo de torneos, los ha llevado a posicionarse en el ámbito deportivo del área metropolitana de Medellín, llevando su producto a varios municipios de Antioquia y algunos sectores del país. También están próximos a celebrar la 7ma edición de su propio torneo. En YouTube cuentan con 2.53K de suscriptores, mientras en Facebook los acompañan 638 mil seguidores.

Ofrece los siguientes productos y servicios:

- Realización de torneos.
- Grabación de videos.
- Recopilación de videos.

Ilustración 18
VideoSportsCo



Fuente: imagen suministrada por la empresa Video Sports Co

Con una amplia trayectoria en el gremio, VideoSportsCo ha logrado obtener una estabilidad en el deporte antioqueño y colombiano. Con su trabajo, llevan a todos los rincones del país la emoción del deporte.

Actualmente en Instagram, cuentan con 13.2 mil seguidores y es común encontrar contenido relacionado al fútbol, futsal, basketball y padel; correspondientes a los eventos que cubren y transmiten; además de programas deportivos que han ido emergiendo en el último año, sin olvidar los videos personalizados que hacen con diversos deportistas de manera individual. En Facebook, 4832 seguidores disfrutan de las transmisiones en vivo, que se hacen a través de Facebook Live. Mientras que, en su canal de YouTube, sus suscriptores llegan a 2.45 K, allí encontramos transmisiones en vivo de los diferentes torneos, además de videos personalizados.

Ofrece los siguientes productos y servicios:

- Creación audiovisual.
- Cubrimiento de eventos.
- Manejo de redes sociales.
- Transmisiones en vivo.
- Recopilación y personalización de videos.
- Fotografía.

Es importante resaltar que cada uno de los mencionados, aportan de manera más que positiva para el crecimiento y constante evolución de las transmisiones en el deporte amateur. Sin embargo, poseen un factor común, y es el de no contar con narración.

De esta manera se deduce que, Desde el tablón presenta una gran oportunidad para emerger en este mercado y aportar una experiencia diferente en las transmisiones de deporte amateur.

Plataforma Estratégica

Concepto del Negocio – Función Empresarial

Desde el tablón es un emprendimiento antioqueño, donde se ofrece servicios de narración en vivo, en eventos deportivos. Además, la generación de contenido a través de diferentes formatos como texto, video, fotografía y la adaptación de transmisiones deportivas a través de diferentes plataformas.

Esta agencia de comunicaciones enfocada en deportes, brinda una experiencia diferente, con una imagen y sonido de excelente calidad, los cuales ofrecen comodidad al público al momento de unirse a las transmisiones deportivas en cada uno de los medios dispuestos por Desde el tablón. Además, la generación de contenido en diferentes formatos, permite a la comunidad deportiva y público general acceder constantemente a información y conocer más de nuestro trabajo, el cual está enfocado en la innovación, creatividad y pasión. Cabe resaltar, que la implementación de la narración en las transmisiones deportivas y brindar el servicio en eventos en vivo, es el punto fuerte de Desde el tablón.

Por lo anterior, es fundamental desarrollar la presencia digital del emprendimiento tanto en redes sociales como en sitio web, pues esto permite la creación de comunidad y, por ende, el de contenido informativo, educativo y de entretenimiento, el cual conlleve al posicionamiento y al reconocimiento local de la identidad e imagen corporativa.

Objetivos de la Empresa / Proyecto

Objetivo General

Desarrollar y promover la visibilidad del deporte amateur en Caldas, Antioquia, a través de servicios integrales de narración, transmisión y generación de contenido multimedia que conecten a los atletas con su comunidad y fortalezcan el interés en el deporte local.

Objetivos Específicos

- Producir y transmitir eventos deportivos en vivo, utilizando plataformas digitales que permitan un mayor alcance y participación de la comunidad, incluyendo a quienes no pueden asistir en persona.
- Colaborar con instituciones deportivas, patrocinadores y medios locales para fortalecer la red de apoyo al deporte amateur y asegurar la sostenibilidad de los eventos.
- Implementar un sistema de evaluación que permita recoger feedback de los eventos y contenidos producidos, facilitando mejoras continuas en los servicios ofrecidos.

Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar)

Mantener:

- Relaciones con Clubes Locales.
- Calidad en la Producción.
- Fidelización de Clientes.
- Redes Sociales Activas.
- Eventos Anuales.
- Capacitación Continua.
- Reputación de Marca.
- Colaboraciones Estables.

Explorar:

- Nuevos Servicios.
- Expansión Geográfica.
- Nuevas Plataformas.
- Colaboraciones
- Eventos Interactivos.
- Contenido Multimedia.
- Mercados Internacionales.
- Educación y Talleres.

Corregir:

- Análisis de Feedback.
- Optimización de Estrategias de Marketing.
- Capacitación del Personal.
- Revisión de Proveedores.
- Tiempos de Entrega
- Costos de Operación.
- Actualización de Equipos.
- Protocolos de Calidad.

Afrontar:

- Competencia Creciente
- Desafíos Tecnológicos.
- Tendencias en Consumo.
- Financiación.
- Retos de Visibilidad.
- Sostenibilidad.
- Crisis de Comunicación.
- Cambio en Normativas.

Misión

Desde el Tablón se promueve el deporte amateur en la región de Antioquia, a través de la creación de contenido atractivo que conecte a los atletas con su comunidad, resaltando su talento. La agencia de comunicaciones deportivas genera narraciones cautivadoras, transmisiones de alta calidad y contenidos innovadores, ofreciendo soluciones integrales para clubes, ligas, eventos y marcas que busquen destacarse en el ámbito deportivo.

Visión

Ser una agencia de comunicaciones emprendedora, líder y referente en comunicaciones deportivas en el municipio de Caldas, Antioquia; apoyando a los eventos locales y fomentando el desarrollo del deporte en todas sus formas con proyección regional, nacional e internacional.

Estrategia de Mercadeo

Concepto del Producto o Servicio

Desde el tablón es una agencia de comunicaciones de Caldas, Antioquia que busca transmitir, acompañar y generar una mirada diferente en el deporte amateur. Con un contenido de calidad e innovador, los servicios que ofrecerá Desde el tablón pertenecen al sector de las comunicaciones y el deporte.

Su principal función será brindarle al cliente la experiencia de disfrutar contenido innovador, de excelente calidad y con la inclusión de narración en vivo, lo cual generará una atmosfera diferente. Además de la emoción que aporta la narración a los eventos y trasmisiones; la creación de contenido en diferentes formatos fortalecerá, expandirá y hará conocer más el deporte amateur, aportando beneficios a la comunidad deportiva.

Los servicios que se introducirán en el mercado serán:

Narración en vivo

- Narración profesional para eventos deportivos.

Producción de transmisiones deportivas

- Cobertura de eventos deportivos para plataformas digitales y radio.
- Creación de contenido pre y post-evento (análisis, resúmenes, entrevistas).
- Streaming en vivo de alta calidad

Gestión de contenido multimedia

- Fotografía y cobertura multimedia de eventos en video y texto.

Además, nuestra filosofía empresarial está fundamentada en cinco aspectos importantes:

1. Pasión por el deporte

Creemos que el deporte es una herramienta transformadora que inspira, une y motiva. Nos dedicamos a transmitir esa pasión en cada uno de nuestros proyectos.

2. Innovación constante

Aprovechamos las últimas tecnologías y tendencias para ofrecer experiencias deportivas inolvidables, tanto para los espectadores como para nuestros clientes.

3. Compromiso con la calidad

Trabajamos con los más altos estándares de producción y comunicación, asegurando excelencia en cada detalle.

4. Trabajo en equipo

Colaboramos con profesionales del deporte, la tecnología y los medios para crear soluciones integrales que superen las expectativas de nuestros clientes.

5. Inclusión y diversidad

Nos enfocamos en representar la riqueza del deporte, destacando historias y talentos de todas las culturas, géneros y disciplinas.

Mezcla de Marketing

Estrategia de Producto:

- Desarrollar una marca con un nombre y logo que represente la pasión por los deportes y la innovación en las transmisiones. La marca debe ser fácilmente reconocible y asociada a la calidad en las transmisiones deportivas locales.
- Ofrecer un servicio de alta calidad en la transmisión de eventos deportivos locales con narración en vivo. La propuesta de valor debe centrarse en la accesibilidad y el servicio personalizado.
- Enfocarse en la visibilidad local, establecer alianzas con equipos deportivos locales, organizaciones y entidades gubernamentales.
- Expandir los servicios a más municipios del área metropolitana de Medellín y asociarse con marcas deportivas locales o patrocinadores.
- Consolidar el liderazgo en la región con una oferta diversificada, como streaming de competiciones nacionales e internacionales, y servicios premium de suscripción para eventos exclusivos.

- Renovar la oferta o la diversificación de servicios (por ejemplo, contenidos exclusivos, cobertura de deportes menos populares).
- Asignar presupuesto inicial para la compra de equipos de transmisión de calidad, publicidad, y marketing en redes sociales. En la fase de crecimiento, aumentar la inversión en infraestructura tecnológica y personal especializado.
- Transmitir en vivo desde las plataformas más populares como Facebook, YouTube, etc.
- Ofrecer paquetes personalizados para empresas o patrocinadores locales que deseen asociarse con el deporte y la comunidad.

Estrategia de Distribución:

- Utilizar plataformas digitales de transmisión en vivo, como Facebook Live, YouTube, y/o un sitio web propio. Así se llega directamente al público local y regional.
- Realizar transmisiones en vivo desde lugares clave como estadios, canchas municipales y principales escenarios deportivos.
- Crear alianzas con equipos deportivos locales y entidades municipales para asegurar la exclusividad en las transmisiones.
- Posicionar los servicios de transmisión para escuelas y universidades locales que busquen cobertura en eventos deportivos.

- Expandir a diversos mercados internacionales, aprovechando la accesibilidad a través de plataformas como Twitch, Kick y/o YouTube, alcanzando a la audiencia global de habla hispana.
- Implementar estrategias de ventas mediante visitas directas a instituciones deportivas locales y ofrecer paquetes de transmisión de eventos.
- Desarrollar programas de fidelización para equipos deportivos, torneos o instituciones que requieran transmisiones periódicas.
- Promocionar transmisiones gratuitas para eventos importantes al principio para ganar seguidores y luego comenzar a ofrecer contenido premium o suscripción.

Estrategia de Precios:

- Realizar un estudio de mercado para conocer los precios que cobran otras agencias de transmisiones deportivas en la región. Asegurarse de ser competitivo pero accesible, considerando la economía local.
- Definir el volumen mínimo de ventas (eventos transmitidos) necesario para cubrir costos fijos y variables. Esto se puede calcular basándose en el costo promedio de producción de cada transmisión y los ingresos proyectados por evento.
- Ofrecer diferentes métodos de pago (tarjetas, transferencias, pagos online) y condiciones como pagos fraccionados para facilitar la adquisición de servicios.

- Contratar seguros que cubran daños en equipos técnicos durante las transmisiones, así como seguros de responsabilidad civil para eventos en vivo.
- Asegurarse de cumplir con la normativa tributaria de Colombia para servicios de transmisión en vivo, incluyendo IVA y otros impuestos locales.
- Incluir costos adicionales en caso de transmitir eventos fuera del municipio o región. Si se trabaja con equipos internacionales o se contratan servicios de pago a proveedores extranjeros, considerar el riesgo cambiario.
- Ofrecer precios diferenciados por el tipo de evento (eventos locales, nacionales e internacionales).
- Mantener una política flexible de precios en función de la demanda. Si surgen competidores o presión por precios bajos, ofrecer descuentos por volumen o precios promocionales en eventos de gran convocatoria.

Estrategia de Promoción:

- Realizar promociones de lanzamiento, como "transmisión gratis de tu primer evento" o descuentos por suscripción a largo plazo.
- Ofrecer descuentos por volumen para clientes que necesiten transmitir múltiples eventos.
- Implementar un programa de fidelización con beneficios exclusivos para patrocinadores, equipos deportivos, competencias o instituciones que contraten frecuentemente los servicios de transmisión.

- Ofrecer contenido adicional exclusivo para quienes adquieran paquetes premium (como entrevistas con jugadores, cobertura detrás de cámaras).
- Destinar una parte del presupuesto a campañas digitales (Google Ads, Instagram y Facebook) y alianzas con influencers o artistas locales que promuevan la marca.

Estrategia de Comunicación:

- Focalizarse en canales digitales como redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube) y WhatsApp Business para promocionar los eventos.
- Realizar colaboraciones con medios locales de radio y televisión para aumentar la visibilidad.
- Considerar publicidad en medios locales, tanto impresos como radiales, para llegar a audiencias fuera de las plataformas digitales.
- Crear campañas de contenido que resalten los momentos más emocionantes de las transmisiones anteriores, creando expectativa para los próximos eventos.
- Aprovechar el storytelling para humanizar la marca y conectar con la audiencia local.
- Crear contenido atractivo como mini-documentales de eventos deportivos.
- Enviar newsletters mensuales a contactos en el sector deportivo.

Estrategia de Servicio:

- Implementar canales de atención al cliente a través de chat en vivo en las transmisiones y en redes sociales.
- Plataforma online para resolver dudas y programar servicios.
- Atención personalizada a través de WhatsApp Business.
- Diferenciarse por rapidez y calidad en la entrega de contenidos.
- Ofrecer soporte técnico durante y después de las transmisiones.
- Proporcionar servicios de resolución de problemas en tiempo real.
- Aceptar pagos a través de diferentes métodos (transferencias bancarias, tarjetas de crédito/débito, PayPal, etc.).
- Analizar cómo manejan las políticas de servicio otros competidores y buscar diferenciarse por una atención al cliente más cercana y personalizada.

Estrategia de Comunicación Externa

“Desde el tablón” construirá relaciones de confianza a largo plazo, logrando una atención al cliente, más cercana, personalizada y que permitan ofrecer una experiencia única en tiempo real para cada uno de ellos. Además, se busca ser un socio estratégico para los equipos, instituciones, competencias y marcas deportivas.

Actuando de manera transparente y confiable, se tendrá una comunicación abierta, clara y continua con los clientes, facilitando la entrega de información sobre los servicios, precios, entre otras cosas. Todo esto, priorizando el objetivo de hacer sentir a los clientes; que están recibiendo más que una transmisión. Sino también, un servicio que les aporta información, emoción y fortalece su vínculo con la comunidad deportiva.

A través de transmisiones gratuitas de algunos partidos, de la participación y promoción en eventos deportivos locales, la agencia se dará a conocer como una nueva alternativa en la comunicación y transmisión de deportes.

Más allá de las transmisiones deportivas acompañadas con narración, ofreceremos experiencias interactivas a través de la generación de contenido adicional como la fotografía y el texto (entrevistas, información general de eventos, etc.)

Buscando una eficaz gestión de relaciones con los clientes, se implementará un sistema para administrar la información de cada uno de ellos, lo que facilita el seguimiento de sus preferencias, necesidades y solicitudes, mejorando la fidelización; además permite garantizar que cualquier inquietud sea resuelta de manera eficiente, antes, durante y después de los eventos.

A nuestros clientes, llegaremos en primera instancia con una activa participación en los eventos deportivos locales, ofreciendo transmisiones en vivo y además promoviendo la marca con diversas activaciones (stickers, volantes, cuñas, voz a voz, etc.). Con la ventaja de la tecnología actual, utilizaremos estrategias de marketing digital en redes sociales con publicidad en cada una de ellas, y marketing de influencia con figuras locales deportivas para llegar a diferentes públicos, tanto jóvenes como adultos.

Desarrollaremos ofertas por tiempo limitado, como transmisiones gratuitas, descuentos para nuevos clientes y también para quienes contraten por largo plazo. Crearemos estrategias para gratificar a los clientes recurrentes con descuentos, contenido exclusivo o acceso prioritario a transmisiones especiales.

Los clientes podrán comunicarse a través de sus medios oficiales: WhatsApp Bussines, correo electrónico y redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube)

Sin olvidar los eventos presenciales, los cuales permiten una conversación más fluida y fortalecer las relaciones interpersonales.

Imagen Corporativa

Ilustración 19

Logo de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 20

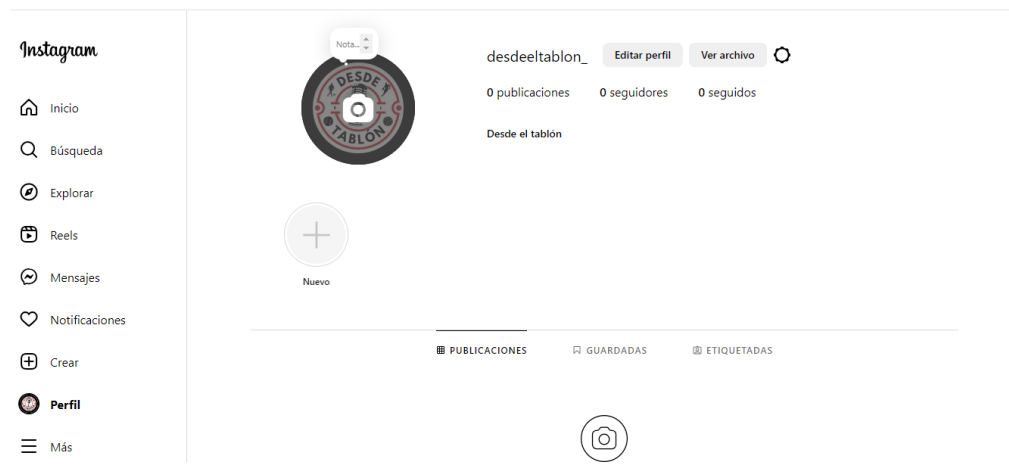
Logo de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 21

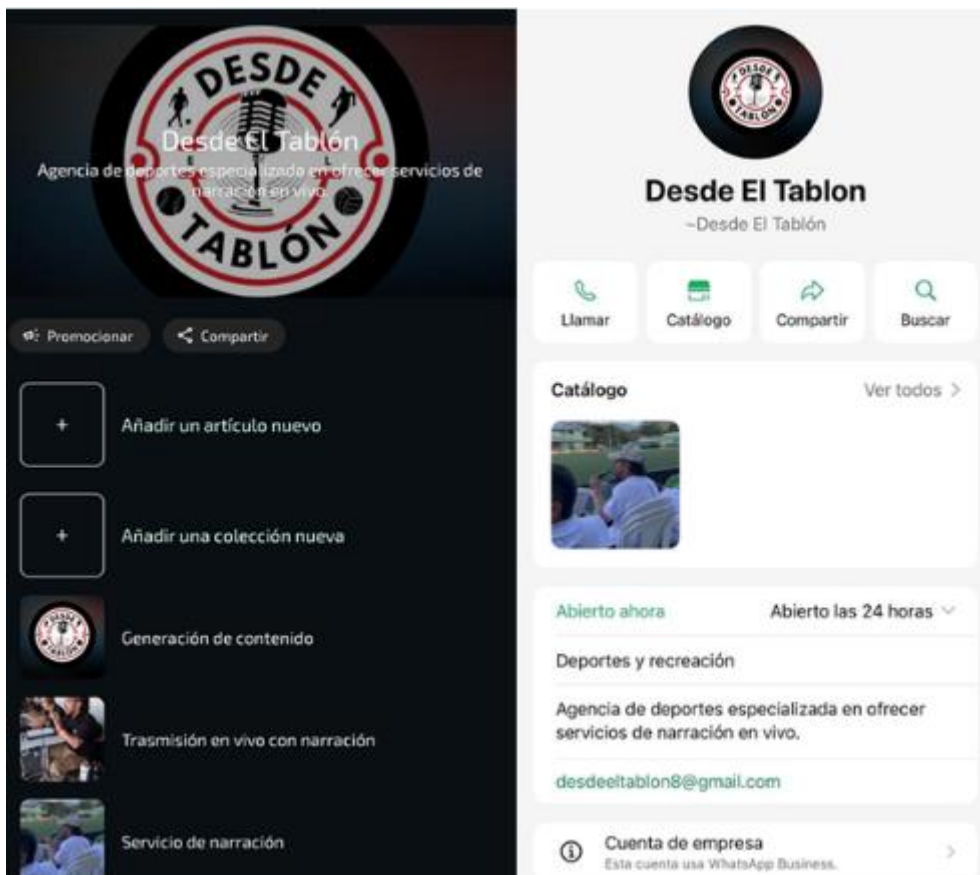
Perfil de Instagram de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 22

Perfil de WhatsApp Business de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 23

Página de Facebook de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

La página web de Desde el Tablón, contará con botones como: “sobre mí”, “servicios”, “colaboraciones”, “blog”; los cuales tendrán información de interés y todo lo relacionado con Desde el tablón. Además, a través de la opción “contacto” encontrará enlaces directos a las redes sociales de Facebook, Instagram, YouTube y chat de WhatsApp Business.

Ilustración 24

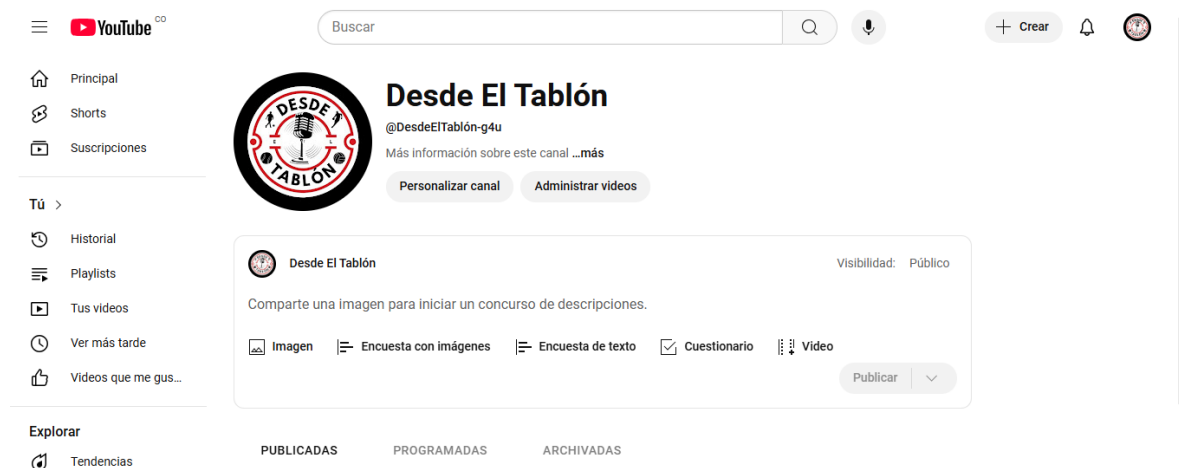
Boceto de Página Web de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 25

Canal de YouTube de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

En las redes sociales, se publica contenido relacionado con narraciones en vivo, de los diferentes eventos; las correspondientes transmisiones que se realicen, además de contenido multimedia: información de interés al público, novedades, resúmenes, entrevistas, datos curiosos, implementación de nuevos productos y servicios, etc.

Será importante tener en cuenta la segmentación, es decir, destinar cierto contenido para las historias y otro para el perfil.

En cuanto a las historias de Facebook e Instagram es importante publicar contenido que genere engagement, cercanía, identificación e interacción con los diversos públicos, por esto, es sumamente importante hacer uso de las herramientas que cada red social ofrece. Tu turno, preguntas, música, encuesta, cuestionario, calificador, gif, hashtag, cuenta regresiva y demás, son instrumentos digitales que acercan a la marca con los clientes. Además de todo lo correspondiente a nuestros servicios.

Con respecto a WhatsApp Business, es una red provechosa para darle un buen manejo a la difusión y oferta de productos y servicios a partir de contenido visual o audiovisual. Sin olvidar la posibilidad de una comunicación más cercana con el cliente. Por último, las publicaciones tienen un orden visual con el objetivo de mantener la identidad corporativa, además de un lenguaje cercano, respetuoso y cálido.

Análisis Técnico - Operativo

Ficha Técnica del Producto o Servicio

Narración en vivo:

- Narración profesional para eventos deportivos.

Producción de transmisiones deportivas:

- Streaming en vivo de alta calidad.
- Cobertura de eventos deportivos para plataformas digitales y radio.
- Creación de contenido pre y post-evento (análisis, resúmenes, entrevistas).

Gestión de contenido multimedia:

- Producción de videos promocionales deportivos.
- Fotografía y cobertura multimedia de eventos deportivos
- Animaciones gráficas, estadísticas en tiempo real y diseño audiovisual.

Finalmente, todo el contenido relacionado con nuestros servicios estará acompañado del logotipo y las redes sociales de Desde el tablón.

Estado de Desarrollo e Innovación

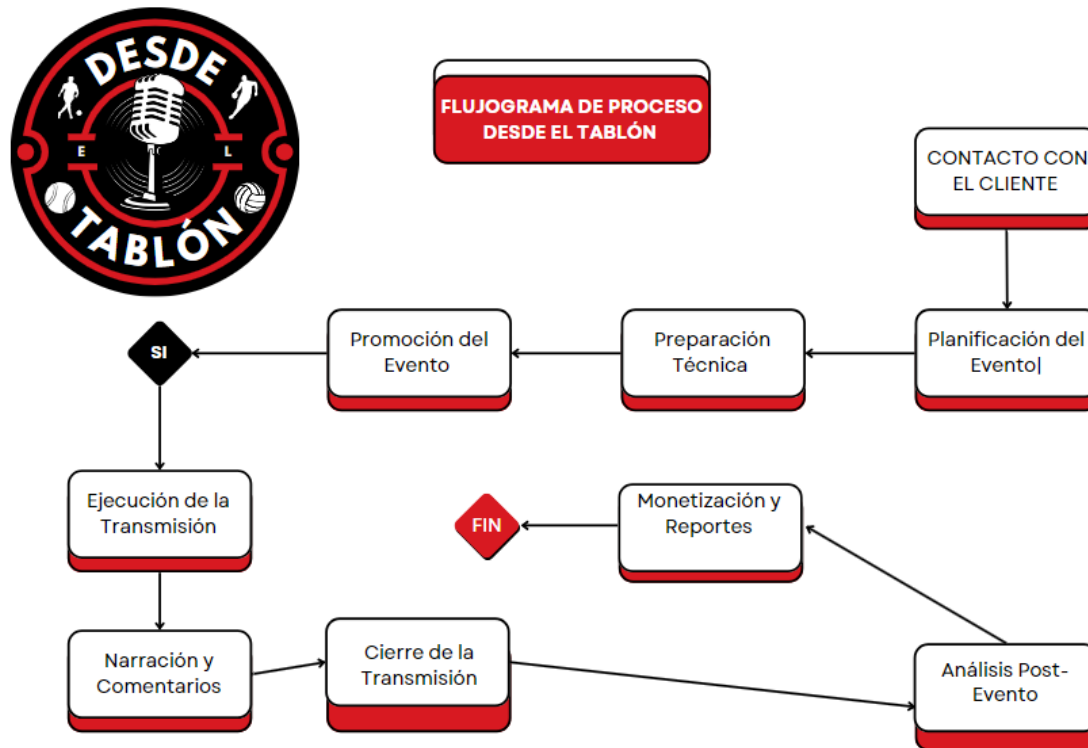
Desde el tablón innova en el sector deportivo y de comunicaciones del municipio de Caldas, Antioquia; a través de la creatividad y calidad de sus servicios. En especial, con la implementación de la narración en vivo y trasmisiones deportivas de diferentes deportes (categoría amateur) se le brinda al municipio una experiencia novedosa.

Con una excelente comunicación estratégica a través de sus canales digitales, busca fortalecer la relación con los diversos públicos y ofrecerles contenido único y de valor; haciendo de Desde del tablón una marca profesional en cada uno de sus procesos comunicativos.

Descripción del Proceso

Ilustración 26

Flujograma de Procesos de Desde el Tablón



Fuente: Elaboración propia.

Necesidades y Requerimientos

Materias Primas e Insumos

Se manejará inventario mínimo de materias primas e insumos con duración aproximada de 30 días, teniendo en cuenta el respectivo reabastecimiento de insumos/materiales y mantenimiento de los equipos, el cual sería entre 2 y 3 veces por año.

Tecnología Requerida

Para la elaboración y producción de una transmisión deportiva con narración en vivo, es fundamental contar con la siguiente tecnología:

- 1 Consola pro dj 2 canales pro dj \$150.000
- 2 Micrófono Shure \$300.000
- 2 Diademas \$10.000
- 1 Computador 4GB de RAM \$3.000.000
- Parlantes de retorno \$400.000
- Cable para micrófono \$60.000
- 1 Computador de escritorio \$584.000
- 1 Mesa portátil \$140.000
- 1 Modem de internet inalámbrico \$260.000
- 1 Cámara (Canon 4000D) \$1.989.000
- 1 Programa de transmisiones en vivo (OBS) (No tiene costo)
- 1 Celular de alta gama y última tecnología \$2.000.000
- Trípode \$60.000

A esta maquinaria se le debe realizar mantenimiento preventivo, entre 2 y 3 veces al año, o cuándo estas lo requieran. De esta manera, evitamos afectaciones en la productividad y rentabilidad de la organización. Tendremos en cuenta, que hay momentos que ocurren daños inesperados, los cuales no se puedan evitar con anticipación.

Aunque no se contará con un local físico; tendremos a disposición un espacio adecuado como sede, el cual estará adaptado para realizar cualquier actividad relacionada con nuestros servicios.

Para esto es importante contar con los equipos adecuados, que permitan desarrollar las diversas actividades, desde las diferentes áreas (dirección y producción) y así ofrecer los servicios requeridos de la mejor manera. Tanto desde nuestra sede, como de manera presencial.

estos son:

- 1 Consola pro dj 2 canales pro dj \$150.000
- 2 Micrófono Shure \$300.000
- 2 Diademas \$10.000
- 1 Computador 4GB de RAM \$3.000.000
- Parlantes de retorno \$400.000
- Cable para micrófono \$60.000
- 1 Computador de escritorio \$584.000
- 1 Mesa portátil \$140.000
- 1 Modem de internet inalámbrico \$260.000
- 1 Cámara (Canon 4000D) \$1.989.000
- 1 Programa de transmisiones en vivo (OBS) (No tiene costo)
- 1 Celular de alta gama y última tecnología \$2.000.000
- Trípode \$60.000

Es importante aclarar que ya se cuenta con la mayoría de estos equipos, los cuales son propiedad de la persona natural, sin embargo, con la puesta en marcha de la empresa, se comprarán otros equipos para llevar a cabo la función correspondiente de cada área.

Situación Tecnológica de la Empresa

De la tecnología mencionada en el ítem anterior, se cuenta con la mayoría de equipos e insumos, excepto la cámara. Con la puesta en marcha del proyecto se invertirá en lo requerido para brindar una óptima calidad en las transmisiones y generación de contenido.

Localización y Tamaño

En principio, es una organización constituida por una persona (a futuro se sumarán otros cargos). Aunque no se contará con un local físico; tendremos a disposición un espacio adecuado como sede, el cual estará adaptado para realizar cualquier actividad relacionada con nuestros servicios.

Cabe destacar que es de propiedad y no demandará gastos/costos por arrendamiento. Se encuentra en el barrio Cristo Rey del municipio de Caldas.

Es importante gestionar logísticamente dicho lugar; debido a que allí se llevarán a cabo algunas actividades productivas, por lo tanto, es vital realizar procesos de inventario y así asegurar el correcto abastecimiento, reabastecimiento de insumos para cumplir con la demanda de los servicios.

Definición de las Necesidades y Características de Personal Requerido

Inicialmente se podrán iniciar labores con una persona; sin embargo, a corto plazo, se requiere conformar un equipo de trabajo compuesto por 3 colaboradores (con posibilidad de sumar uno más). Entre estos, la persona natural y 2 personas externas (con posibilidad de sumar uno más).

La persona natural cumplirá diversos roles tales como:

- Director (Mateo)
- Narrador (Mateo)
- Comunicaciones (Mateo)
- Atención al cliente (Mateo)

En el futuro, habrá dos colaboradores que ejercerán los roles de comentarista y camarógrafo. Esto con el objetivo, de ofrecer la totalidad de los servicios una vez iniciada la actividad operativa.

Cabe recordar que se estará presto, para sumar un integrante más en caso tal sea necesario.

Presupuesto de Producción

Teniendo en cuenta los 3 tipos de servicios ofrecidos por Desde el tablón, se espera que:

Tabla 3
Servicios Vendidos por Año

Línea de productos	Productos vendidos por año
Narraciones en vivo	240
Trasmisiones deportivas con narración	120
Generación de contenido multimedia	108
Total	468

Fuente: Elaboración propia.

Por lo anterior, se deduce que, el costo variable de las materias primas, los insumos, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación necesarios para la realización de estos productos cada año, es el siguiente:

Tabla 4
Costos Variables para la Producción Anual

Línea de servicios	Servicios vendidos por año	Costo variable
Narraciones en vivo	240	\$36.000.000
Trasmisiones deportivas con narración	120	\$30.000.000
Generación de contenido multimedia	108	\$8.640.000
Total	468	\$74.640.000

Fuente: Elaboración propia.

Plan de Producción

Mensualmente se espera producir la siguiente cantidad de productos y servicios:

Tabla 5
Plan de Producción Mensual

Producto o servicio	Cantidad diaria	Cantidad mensual
Narración de partidos	3	20
Trasmisiones deportivas con narración	2	10
Generación de contenido multimedia	2	9
Total	7	39

Fuente: Elaboración propia.

Se mantendrá un nivel de inventario mínimo de materias primas e insumos para 30 días, haciendo el respectivo reabastecimiento.

Las materias e insumos son los siguientes: *Cable para micrófono, cables HDMI, cables 2*1 / 3*1, adaptadores de toma corriente, adaptadores de cables, diademas de respaldo, micrófono Shure de respaldo, modem de internet, cables de luz, pilas, baterías y fuentes de energía, entre otros.*

Maquinaria:

- 1 Consola pro dj 2 canales pro dj \$150.000
- 2 Micrófono Shure \$300.000
- 2 Diademas \$10.000
- 1 Computador 4GB de RAM \$3.000.000
- Parlantes de retorno \$400.000
- Cable para micrófono \$60.000

- 1 Computador de escritorio \$584.000
- 1 Mesa portátil \$140.000
- 1 Modem de internet inalámbrico \$260.000
- 1 Cámara (Canon 4000D) \$1.989.000
- 1 Programa de transmisiones en vivo (OBS) (No tiene costo)
- 1 Celular de alta gama y última tecnología \$2.000.000
- Trípode \$60.000

Cabe destacar que, la parte humana será de vital importancia para el ofrecimiento de estos servicios.

Análisis de Costos de Producción

Gastos fijos mensuales

- Servicios públicos: \$150.000
- Planes móviles (SIM internet portátil): \$ 120.000

Gastos fijos semestrales

- Licencias programas: \$220.000

Gastos fijos anuales

- Cámara de comercio / Registro Mercantil: \$548.720
- Capacitaciones y certificaciones varias: \$1.000.000

Total gastos fijos: \$2.038.720

Por último, los costos de cada producto se reflejan en la siguiente tabla, los cuales incluyen la materia prima, insumos, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Tabla 6
Costo por Unidad de Producto

Línea de servicios	Costo por unidad de producto
Narración de partidos	\$150.000
Trasmisiones deportivas con narración	\$250.000
Generación de contenido multimedia	\$80.000

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se evidencia que los costos variables para los servicios de narración de partidos y trasmisiones deportivas con narración, son los más altos, debido a que requieren mayor cantidad de materia prima, insumos, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Plan de Compras

Para la compra de materia prima e insumos se cuenta con aliados muy importantes, como lo son los proveedores de la marca Pro DJ, Shure, Omega, HP, Mublex Colombia, TP-Link y Tigo.

Además, la adquisición de otros insumos se realizará en algunos establecimientos del municipio de Caldas, como del área metropolitana de Medellín; los cuales cumplan con los tiempos de entrega, calidad y disponibilidad del material requerido, ya sean implementos para actividades específicas o productos personalizados (tarjetas de presentación, stickers, indumentaria, etc.)

Desde el tablón proyecta mantener inventario de cada insumo, con el fin de conocer el estado, verificar cantidad y suplir a tiempo cualquier reposición, para cumplir con una óptima entrega de cada uno de los servicios ofrecidos.

Identificación de Proveedores

Los proveedores nombrados en el ítem anterior cuentan con una gran capacidad de atención de pedidos, debido a que estas marcas poseen cubrimiento a nivel nacional, razón por la cual, conservan un alto flujo de producción y, por ende, un equipo de trabajo que cumple con las expectativas, necesidades y condiciones.

Desde el tablón elige estos proveedores por su responsabilidad social, ambiental y económica en cada uno de sus procesos organizacionales. Además, son empresas con alto posicionamiento y reconocimiento gracias a la calidad de sus productos y profesionalismo en lo que al servicio al cliente se refiere.

El pago a los proveedores se hace en modalidad contra entrega, sin embargo, con el crecimiento de la organización, se establecerán diferentes acuerdos de pago.

Control de Calidad

Desde el tablón maneja un control de calidad, el cual se rige mediante un protocolo de estricto seguimiento y cumplimiento, esto con el objetivo de brindar la mejor experiencia al momento de narrar en eventos, transmitir en vivo o generar contenido.

Por ejemplo, el cómo se deben manipular y preparar los equipos para cualquier evento o transmisión (modular micrófonos, estabilizar y enfocar cámaras, probar sonido, etc.), además del lenguaje y enfoque del contenido a generar. Para esto, se llevan a cabo capacitaciones en las que se difunda la información necesaria de cada uno de los procesos en la organización para que el equipo de trabajo tenga un conocimiento estándar y exista cooperación en los diversos procedimientos.

Con esto, se busca implementar un sistema de control correctivo de acuerdo a cada servicio, teniendo en cuenta aquellos aspectos que permitan el oportuno cumplimiento de los estándares de calidad y así tomar las medidas de corrección pertinentes.

Cronograma de Ensayos, Prototipos y Presupuestos

Ilustración 27

Prototipo de Transmisión en Vivo Desde el Tablón



Fuente: elaboración propia.

Ilustración 28

Equipos para Narración en Vivo y Transmisión Deportiva



Fuente: elaboración propia.

Análisis Administrativo y Organizacional

Grupo Emprendedor

En principio estará compuesto por una persona. Sin embargo, tenemos en cuenta la incorporación en el corto plazo, de los cargos anteriormente mencionados.

Mateo Vanegas Martínez, 29 años. Técnico Laboral en Logística Empresarial del Instituto Técnico La Salle desde el 7 de diciembre de 2022. Futuro Comunicador-Periodista de Unilasallista. Con experiencia de 7 años en el gremio de atención al cliente. En el ámbito deportivo, cuenta con 2 años de experiencia como narrador (también comentarista, planta baja y voz comercial) tanto en transmisiones de fútbol profesional masculino y femenino; como deporte amateur (voleibol y múltiples torneos de fútbol) incluyendo participaciones en emisoras nacionales, como Múnera Eastman Radio.

Los otros dos colaboradores que hagan parte del equipo de trabajo de la organización, deberán ser ágiles, creativos, propositivos; con excelente servicio al cliente y actitud. No es necesaria una experiencia laboral extensa, pero sí se tendrá en cuenta la pasión y la disposición.

Tabla 7
Perfil del Cargo Director

Nombre del cargo:	Director
Área:	Comunicaciones
Jefe inmediato:	Director
Objetivo del cargo (función principal):	Coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas con la comunicación de la agencia, asegurando que las estrategias de marketing, relaciones públicas y contenido estén alineadas con los objetivos de los clientes (equipos, marcas, atletas, etc.).

Funciones y responsabilidades del cargo	
1.	Desarrollar y ejecutar planes de comunicación efectivos que ayuden a posicionar a los clientes de la agencia de manera óptima en los medios de comunicación deportivos, redes sociales, y otros canales.
2.	Liderar un equipo de expertos en comunicaciones, redactores, diseñadores, especialistas en redes sociales, etc., asegurando que todos trabajen de manera eficiente y creativa en la creación de contenido.
3.	Mantener y gestionar relaciones con medios de comunicación, periodistas y otros actores clave del mundo deportivo para garantizar una buena cobertura y visibilidad de los clientes de la agencia.
4.	Supervisar la creación de contenidos (noticias, artículos, videos, comunicados, etc.), además de dirigir cada una de las transmisiones y narraciones en vivo.

Requerimientos del cargo	
Educación:	Técnico, tecnólogo o profesional.

Formación:	Comunicación, comunicación-periodismo, comunicación organizacional, comunicación audiovisual, comunicación social.
Conocimientos:	Manejo de eventos en vivo y transmisiones. Periodismo deportivo. Radio. Televisión. Redes sociales. Plataformas. Edición y diseño. Comunicación organizacional. Publicidad y mercadeo. Fotografía y video.
Experiencia:	Mínimo 6 meses en cargos similares.
Salario:	\$1.500.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8

Perfil del Cargo Narrador

Nombre del cargo:	Narrador
Área:	Comunicaciones
Jefe inmediato:	Director
Objetivo del cargo (función principal):	Narración de eventos deportivos, ya sea en vivo o a través de transmisiones vía streaming, cumpliendo con la cobertura de la agencia.

Funciones y responsabilidades del cargo	
1.	Aportar información detallada, emoción y contexto a las transmisiones para mantener a la audiencia interesada.
2.	Hacer comentarios inteligentes y analíticos durante el evento para brindar a la audiencia una comprensión más profunda de lo que está sucediendo.
3.	Mantener un diálogo activo con la audiencia, respondiendo preguntas o compartiendo opiniones a través de las plataformas de comunicación.

4.	Supervisar la creación de contenidos (noticias, artículos, videos, comunicados, etc.), además de dirigir cada una de las transmisiones y narraciones en vivo.
----	---

Requerimientos del cargo	
Educación:	Técnico, tecnólogo o profesional.
Formación:	Comunicación, comunicación-periodismo, comunicación organizacional, comunicación audiovisual, comunicación social.
Conocimientos:	Manejo de eventos en vivo y trasmisiones. Periodismo deportivo. Radio y televisión. Redes sociales, plataformas..
Experiencia:	Mínimo 6 meses en cargos similares.
Salario:	\$1.500.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9
Perfil del Cargo Comentarista

Nombre del cargo:	Comentarista
Área:	Comunicaciones
Jefe inmediato:	Director
Objetivo del cargo (función principal):	Mejorar la experiencia del espectador, no solo proporcionando información sobre lo que está sucediendo, sino también interpretando la acción y generando una conexión emocional con la audiencia.

Funciones y responsabilidades del cargo	
1.	Describir cada jugada, movimiento y evento importante durante el partido de manera clara y precisa. Esto incluye detalles técnicos (como pases, goles, faltas, etc.) y las emociones involucradas en cada momento.
2.	Desglosar las decisiones tácticas, las alineaciones, las jugadas clave y los factores que influyen en el desarrollo del juego.
3.	Hacer comentarios sobre el rendimiento de los jugadores, el estado físico de los equipos, su historial y cómo sus fortalezas o debilidades afectan el desarrollo del juego.
4.	Supervisar la creación de contenidos (noticias, artículos, videos, comunicados, etc.), además de dirigir cada una de las transmisiones y narraciones en vivo.

Requerimientos del cargo	
Educación:	Técnico, tecnólogo o profesional.
Formación:	Comunicación, comunicación-periodismo, comunicación organizacional, comunicación audiovisual, comunicación social.

Conocimientos:	Manejo de eventos en vivo y transmisiones. Periodismo deportivo. Radio. Televisión. Redes sociales. Plataformas. Edición y diseño. Comunicación organizacional. Publicidad y mercadeo. Fotografía y video.
Experiencia:	Mínimo 6 meses en cargos similares.
Salario:	\$1.500.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10

Perfil del Cargo Camarógrafo

Nombre del cargo:	Camarógrafo
Área:	Comunicaciones
Jefe inmediato:	Director
Objetivo del cargo (función principal):	Capturar las imágenes necesarias para contar la historia del evento deportivo de manera clara, emocionante y profesional. Esto implica seguir la acción en tiempo real, anticiparse a los momentos clave y trabajar en coordinación con el equipo de producción para garantizar una transmisión fluida y de alta calidad.

Funciones y responsabilidades del cargo	
1.	Seguir la acción de manera fluida y ajustarse a los cambios rápidos en el campo o escenario.
2.	Comunicarse efectivamente con el director y el equipo de producción.
3.	Ajustar rápidamente el enfoque, zoom y movimiento de la cámara según las necesidades de la transmisión.

4.	Verificar que el equipo funcione correctamente y solucionar problemas técnicos menores.
5.	Enfocarse en los momentos clave del evento, como goles, jugadas decisivas, celebraciones o reacciones de los jugadores y el público
6.	Mantener un encuadre preciso y estable durante las tomas.

Requerimientos del cargo	
Educación:	Técnico, tecnólogo o profesional.
Formación:	Comunicación audiovisual. Periodismo. Comunicación organizacional. Comunicación social.
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo avanzado de cámaras de video, lentes, trípodes y equipos de estabilización. - Comprensión de conceptos como encuadre, composición, iluminación y movimiento de cámara. - Entendimiento de las necesidades visuales de la audiencia. - Capacidad para encontrar ángulos y planos innovadores.
Experiencia:	Mínimo 6 meses en cargos similares.
Salario:	\$1.500.000

Fuente: elaboración propia.

Estructura Organizacional

Al ser un emprendimiento que inicia de manera individual, las decisiones son tomadas por la persona natural de manera clara y puntual. Sin embargo, consideramos la importancia de contar con más personas en un futuro, debido a la importancia que esto conlleva; también, con la intención de en los próximos años, brindar oportunidades a nuevas promesas.

Es importante resaltar que las otras personas, que hagan parte del equipo de trabajo de la organización, deberán ser ágiles, creativos, propositivos; con excelente servicio al cliente y actitud. Tendrán derecho a brindar propuestas, soluciones, y en ciertos casos a tomar decisiones en conjunto, buscando siempre el beneficio grupal, resaltando siempre la tolerancia y la empatía en la toma de decisiones.

Gastos de Administración y Nómina

A los 2 colaboradores se les realiza el pago de su sueldo de acuerdo a lo establecido por la ley colombiana, a través del modelo de pago mensual.

Tabla 11
Nómina Desde el Tablón

Cargo	Horas trabajadas	Sueldo mensual
Comentarista	Tiempo completo	\$1.500.000
Camarógrafo	Tiempo completo	\$1.500.000
Total		\$3.000.000

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, el director- narrador ejercer un rol administrativo y de producción dentro de la organización, es por esta razón, que al ser comunicador-periodista, recibirá mensualmente un sueldo de \$1.500.000.

Organismos de Apoyo

Pro DJ: marca especializada en venta de consolas.

Shure: se encarga de todo el tema de micrófonos y respectivos accesorios. Especialistas en sonido.

Omega: proveedor de diademas.

HP: organización referente para la adquisición de los computadores.

Mublex Colombia: empresa especializada en mesas plegables y productos de este estilo.

TP Link: proveedor global de dispositivos WI FI y accesorios de redes.

Tigo: suministra los planes móviles para el router inalámbrico.

Por último, la compra de otros insumos se llevará a cabo en algunos establecimientos del municipio de Caldas, como del área metropolitana de Medellín; los cuales son implementos para actividades específicas o productos personalizados (tarjetas de presentación, stickers, indumentaria, etc.)

Constitución Empresa

Según el Código de Comercio colombiano, expedido por el Decreto 410 de 1971, el modelo de persona natural tiene varias ventajas como constitución rápida y sencilla, no necesita mayor inversión, no está obligada a llevar y mostrar documentos contables, pueden ser vendidas fácilmente, y la responsabilidad y administración corresponde a la misma persona.

Los requisitos para figurar como persona natural son:

- Disponibilidad del nombre de la organización.
- Matricular un establecimiento de comercio con el nombre que lo identifica, evitando así que otro establecimiento sea matriculado con el mismo nombre.
- Verificar el código CIIU
- Diligenciar formulario de matrícula.
- Fotocopia de la cédula al 150%
- Fotocopia del RUT.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)

Comunicación Organizacional

Desde el tablón, al ser una agencia dirigida por un comunicador-periodista, reconoce la gran importancia de la comunicación organizacional como una herramienta fundamental en las relaciones laborales, pues la correcta difusión de la misma ayuda a obtener resultados satisfactorios en los diversos procesos que se lleven a cabo en cada una de las áreas.

Además, a partir de la comunicación organizacional se identifican los requerimientos y logros de la empresa y de sus colaboradores, es decir, permite el conocimiento de los recursos humanos, la evolución de la organización y la productividad obtenida a partir de los procesos realizados por el equipo de trabajo.

Las empresas necesitan mantenerse actualizadas, estar al tanto de las nuevas tendencias e innovar en productos y servicios, lo cual permite su permanencia en el mundo de los negocios y estar dentro de las empresas altamente efectivas. Para eso es necesario que se comprometan a nivel corporativo a darle el valor que realmente se le debe dar a los procesos vitales de comunicación interna y que le permitan alcanzar los objetivos institucionales y ser competitivas en relación a las demás organizaciones. (Times, 2016)

Con respecto a lo anterior, gran parte del éxito de una organización depende de la correcta gestión de las comunicaciones, es por esta razón, que sin importar el tamaño de la empresa o la cantidad de colaboradores que la compongan, la comunicación organizacional es primordial para alcanzar altas metas.

Por otro lado, establecer una buena comunicación externa también cumple un papel fundamental, pues de esta manera la organización proyecta una imagen positiva ante este público.

Finalmente, para ser una organización que sobresale en los negocios, es necesario darle prioridad a la información y a la comunicación, ya que estas contribuyen a mejorar el clima laboral y, por ende, a elevar la productividad y competitividad de la organización.

Impacto del Proyecto

Impacto Económico

Desde el tablón contribuye al crecimiento económico del mercado local en el municipio de Caldas, Antioquia a través de su actividad productiva basada en productos y servicios creativos, innovadores y de calidad, los cuales son consumidos por los mismos habitantes del municipio.

La agencia puede asociarse con negocios locales para patrocinios, publicidad o servicios complementarios, lo que beneficiará a la economía del municipio.

A largo plazo, se espera expandir los servicios a otros municipios o regiones, generando un impacto económico aún mayor, diversificando la economía local, y reduciendo la dependencia de sectores tradicionales.

Impacto Social

Para Andrés Briceño (investigador social de la Universidad Sergio Arboleda) la adaptabilidad del fútbol (al necesitarse solamente un balón para jugarlo) le da capacidad de llegar a todas las regiones, y así puede cumplir esa función sociológica de generar transformación de realidades y dinamización social a partir de la práctica deportiva. (Briceño, 2024)

El deporte es una herramienta transformadora que inspira, une y motiva, por lo tanto, el impacto social será positivo, ya que la cobertura de eventos deportivos locales fortalece el sentido de pertenencia y orgullo comunitario, puesto que los aficionados pueden sentirse más conectados con sus equipos y atletas locales. Además, estos eventos deportivos amateur suelen ser puntos de encuentro para familias y amigos, promoviendo la cohesión social y generando espacios de convivencia.

La agencia puede generar empleos para narradores, técnicos, camarógrafos y otros profesionales, contribuyendo al desarrollo económico de la comunidad.

Finalmente, al transmitir eventos en plataformas accesibles, Desde el tablón puede llegar a audiencias que no tienen acceso a eventos deportivos profesionales, democratizando el consumo de contenido deportivo.

Impacto Ambiental

Desde el tablón, será una organización con una sólida responsabilidad ambiental adoptando y llevando a cabo prácticas sostenibles, como el uso de energías renovables, la reducción de residuos y la optimización de recursos digitales; teniendo en cuenta que no solo beneficia al medio ambiente, sino también mejora la imagen corporativa y puede generar ahorros a largo plazo.

Además, se difundirá cualquier tipo de información, en la medida de lo posible, a través de medios digitales; esto con el objetivo de evitar el consumo masivo de papel. También, se contarán con proveedores y distribuidores de productos funcionales y sostenibles ambiental, social y económicamente. Sin olvidar el trabajo en conjunto, con las empresas locales de recolección de reciclaje para el correcto uso de los residuos, en cada uno de los eventos en vivo.

Para terminar, nuestra sede estará ambientada orgánicamente con presencia de flora y luz solar en la mayor parte del día, lo cual generará un espacio de tranquilidad y conexión con la naturaleza.

Registros, Licencias y Leyes Regulatorias

Legislación Vigente

La actividad económica de Desde el tablón, es controlada y vigilada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el cual, por medio de la **Ley 1341 de 2009** “determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.” (Colombia, 2009)

Además, el Congreso de Colombia a través de la **Ley 1978 de 2019**, decreta que dicha ley “tiene por objeto alinear los incentivos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica, simplificar y modernizar el marco institucional del sector, focalizar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital y potenciar la vinculación del sector privado en el desarrollo de los proyectos asociados, así como aumentar la eficiencia en el pago de las contraprestaciones y cargas económicas de los agentes del sector.” (Colombia, Ley 1978 de 2019, 2019)

Gastos de Constitución

Dentro de los gastos de constitución, se tienen los siguientes:

- Registro Mercantil: \$548.720.
- Registro en la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC): No tiene ningún costo.
- Certificado de matrícula mercantil: \$3.600.
- Certificado de existencia y representación legal, inscripción de documentos: \$7.200.
- NIT: No tiene costo, pero requiere previo registro en la DIAN.
- RUT (Registro Único Tributario): No tiene ningún costo. El trámite es totalmente gratuito.
- Matrícula: Tiene un valor de \$231.000
- Formulario del registro único empresarial y social (RUES): tiene un costo de \$8.100 para el año 2025.
- Acta de constitución: \$53.000.
- Solicitud de libros de actas \$18.000

Normas Políticas de Distribución de Utilidades

Al ser una persona natural, no habría repartición como tal; sin embargo, se tendrá en cuenta y se cumplirá con lo establecido para cada cargo, correspondiendo con el salario y la modalidad, que en este caso será mensual.

Análisis Financiero

Para conocer la posible rentabilidad del modelo de negocio y los demás parámetros que influyen en los diversos resultados económicos de la organización, es necesario llevar a cabo un análisis financiero que arroje las cifras más reales posibles. A continuación, se presentan algunos de los resultados obtenidos mediante este estudio:

Estados Financieros

Estado de Resultados

Tabla 12

Estado de Resultados

Estado de resultados	AÑO 1	Analisis Vertical	AÑO 2	Analisis Vertical	AÑO 3	Analisis Vertical	Analisis Horizontal Año 1 - Año 2	Analisis Horizontal Año 2 - Año 3
+ VENTAS	56.330.776,86		61.963.854,54		68.160.240,00		0,10	0,10
- COSTO DE VENTAS	1.632.000,00	3%	1.716.864,00	3%	1.770.086,78	3%	0,05	0,03
= UTILIDAD BRUTA	54.698.776,86	97%	60.246.990,54	107%	66.390.153,21	118%	0,10	0,10
- GASTOS ADMINISTRATIVOS	24.439.538,04	43%	51.420.788,04	91%	53.014.832,47	94%	1,10	0,03
- GASTOS DE VENTA	2.548.297,05	5%	2.680.808,49	5%	2.763.913,56	5%	0,05	0,03
- DEPRECIACIÓN	1.701.070,00	3%	3.402.140,00	6%	5.103.210,00	9%	1,00	0,50
= UTILIDAD OPERACIONAL	26.009.871,77	46%	2.743.254,01	5%	5.508.197,19	10%	-	0,89
- GASTOS FINANCIEROS	1.535.307,25	3%	591.061,79	1%	-	0%	-	0,62
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	24.474.564,52	43%	2.152.192,22	4%	5.508.197,19	10%	-	0,91
- IMPUESTO 35%	8.566.097,58	15%	753.267,28	1%	1.927.869,02	3%	-	0,91
= UTILIDAD NETA	15.908.466,94	28%	1.398.924,95	2%	3.580.328,17	6%	-	0,91

Fuente: Elaboración propia.

Balance General

Tabla 13

Balance General

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Año 1	Año 2	Año 3	Analisis vertical Año1	Analisis vertical Año2	Analisis vertical Año3	Analisis Horizontal Año 1 - Año 2	Analisis Horizontal Año 2 - Año 3
ACTIVOS	30.211.007,25	6.985.356,13	15.315.676,22					
BANCOS	22.171.257	605.709,49	10.611.407,19	-6%	-49%	-33%	-97%	1652%
INVERSIÓN	787.820	828.787	854.479	61%	124%	18%	5%	3%
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	8.953.000,00	8.953.000,00	8.953.000,00	628%	0%	0%	0%	0%
DEPRECIACIÓN	- 1.701.070,00	- 3.402.140,00	- 5.103.210,00	96%	8%	22%	100%	50%
PASIVOS	13.514.720,31	753.267,28	1.927.869,02					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	4.948.622,73	-	-	37%	0%	0%	-100%	0%
IMPUESTO	8.566.097,58	753.267,28	1.927.869,02	173%	0%	0%	-91%	156%
PATRIMONIO	16.696.286,94	6.232.088,85	13.387.807,20					
CAPITAL	787.820,00	4.833.163,91	9.807.479,03	5%	78%	73%	513%	103%
UTILIDAD	15.908.467	1.398.924,95	3.580.328,17	2019%	29%	37%	-91%	156%
PASIVOS + PATRIMONIO	30.211.007,25	6.985.356,13	15.315.676,22					
		0,00						

Fuente: Elaboración propia.

Flujo de Caja

Tabla 14
Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA													
meses	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos		4.200.000	4.284.000	4.369.680	4.457.074	4.546.215	4.637.139	4.729.882	4.824.480	4.920.969	5.019.389	5.119.777	5.222.172
Ventas		4.200.000	4.284.000	4.369.680	4.457.074	4.546.215	4.637.139	4.729.882	4.824.480	4.920.969	5.019.389	5.119.777	5.222.172
Costos y gastos		2.362.628	2.366.428	2.370.304	2.374.258	2.378.290	2.382.404	2.386.599	2.390.878	2.395.243	2.399.696	2.404.237	2.408.869
Inversión Inicial	9.740.820,00												
Costos		136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00	136.000,00
Gastos		2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628	2.036.628
Gasto variables		190.000	193.800	197.676	201.630	205.662	209.775	213.971	218.250	222.615	227.088	231.609	236.241
FCE	- 9.740.820,00	1.837.372	1.917.572	1.999.376	2.082.816	2.167.925	2.254.736	2.343.283	2.433.601	2.525.726	2.619.693	2.715.539	2.813.303
SALDO INICIAL	8.953.000,00	8.953.000,00	8.650.723,02	8.343.065,52	8.029.931,71	7.711.224,11	7.386.843,53	7.056.688,96	6.720.657,65	6.378.644,98	6.030.544,48	5.676.247,80	5.315.644,63
CUOTA	0	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767	461640,3767
INTERES	0	159363,4	153982,8698	148506,5662	142932,7844	137259,7892	131485,8148	125609,0636	119627,7062	113539,8807	107343,6918	101037,2108	94618,47449
AMORTIZACIÓN	0	302276,9767	307857,5069	313133,8105	318707,5923	324380,5874	330154,5819	336031,3131	342012,6705	348100,496	354296,6848	360603,1658	367021,9022
SALDO FINAL	8.953.000,00	8.650.723,02	8.343.065,52	8.029.931,71	7.711.224,11	7.386.843,53	7.056.688,96	6.720.657,65	6.378.644,98	6.030.544,48	5.676.247,80	5.315.644,63	4.948.622,73
FCL	- 787.820,00	1.375.731	1.455.931	1.537.735	1.621.176	1.706.284	1.793.095	1.881.643	1.971.961	2.064.086	2.158.053	2.253.899	2.351.662

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15
Presupuesto Ingresos

Ingresos mensuales	4.200.000
Total de costos	2.362.628
Utilidad bruta	1.837.372

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16
Gastos Administrativos

GASTOS DE PERSONAL		
NOMINA	1.423.500	
AUX TRANSPORTE	200.000	
SALUD	177.938	
PENSION	227.760	
ARL	7.431	Mensual
	2.036.628	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17
Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Registro Mercantil	548.720,00	Anual
Matrícula	231.000,00	Anual
RUES	8.100,00	Anual
Internet	71.100,00	Mensual
Plan de datos	64.900,00	Mensual
	923.820,00	

Fuente: Elaboración propia

Sistema de Financiamiento

Tabla 18

Equipos

EQUIPOS	
Consola pro dj 2 canales pro dj	150.000,00
Microfono Shure	300.000,00
Diademas	10.000,00
Computador portatil	3.000.000,00
Parlantes de retorno	400.000,00
Cable para micrófono	60.000,00
Computador de escritorio	584.000,00
Mesa portátil	140.000,00
Modem de internet inalambrico	260.000,00
Camara canon 4000D	1.989.000,00
Celular alta gama	2.000.000,00
Tripode	60.000,00
	8.953.000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Capital de Trabajo y Total de la Inversión

CAPITAL	787.820,00
INVERSIÓN	9.740.820,00
Financiación	8.953.000,00
Tasa de interes	1,78%
Cuota	461.640
Tasa de oportunidad	5%

Fuente: Elaboración propia.

Se necesita un crédito con terceros equivalente a \$8.953.000. El cual será por dos años, con una tasa de interés del 1.78%.

Evaluación del Proyecto

Punto de Equilibrio

Tabla 20

Punto de Equilibrio

Gastos administrativos	2.036.628
Gastos de ventas	190.000
Precio	300.000
Punto equilibrio	7,42
MAQUINARIA Y EQUIPO	8.953.000,00
VALOR RESIDUAL	447.650,00
DEPRECIACIÓN	141.755,83

Fuente: Elaboración propia.

TIR y VPN

Tabla 21

TIR y VPN

TIR	180%
VNA	\$ 15.922.481,96
VPN	\$ 6.969.481,96
RBC	0,78

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es del 180%, es decir, la rentabilidad que ofrece la inversión del negocio es muy positiva. Además, el Valor Presente Neto (VPN) de la inversión también es positiva y equivalente a \$6.969.481,96; por lo cual sí es conveniente realizar la inversión.

Conclusiones

El enfoque en el deporte amateur representa una gran oportunidad, ya que, aunque este sector ha logrado mantenerse a flote gracias a la autogestión, aún enfrenta limitaciones en cuanto a visibilidad y comunicación. La falta de narración y contenido profesional en las transmisiones de estos eventos crea una brecha que Desde el tablón busca cubrir, lo que la convierte en una propuesta valiosa.

Al ofrecer narración en vivo y generaciones de contenido en diversos formatos (texto, video, fotografía), la agencia no solo cubre una necesidad básica, sino que también proporciona una experiencia más profesional y atractiva para los aficionados y participantes. Este valor agregado puede generar una mayor fidelidad de la comunidad deportiva y ampliar el alcance de los torneos locales.

La propuesta de Desde el Tablón se destaca por su enfoque innovador y su capacidad para mejorar la experiencia del deporte amateur, tanto para los atletas como para los aficionados. Con un enfoque en calidad, emoción y visibilidad, la agencia tiene un alto potencial de convertirse en un referente en el mercado de transmisiones deportivas.

Desde el tablón tiene una propuesta sólida y bien enfocada que no solo responde a una necesidad específica del mercado, sino que también contribuye al fortalecimiento de la comunidad deportiva amateur. Con una estrategia adecuada de marketing, alianzas y adaptación a las tendencias tecnológicas, la agencia podría ser clave en la transformación de la forma en que se consumen los deportes a nivel local.

La empresa tiene el potencial de formar alianzas estratégicas con organizadores de torneos, clubes deportivos y patrocinadores privados, lo que puede facilitar el crecimiento sostenido del negocio. Además, al trabajar con comunidades locales y fomentar el engagement con los aficionados, Desde el tablón puede posicionarse como un actor clave en la promoción del deporte amateur.

A través del análisis financiero, es posible determinar que la empresa mantiene flujos de caja positivos al igual que las demás variables, por lo que se considera la viabilidad del proyecto.

Con nuestra agencia, fortaleceremos la comunicación hacia la comunidad deportiva que integra cada uno de los torneos disputados y ayudaremos a la visibilidad de las diferentes competencias, implementando las narraciones a las transmisiones deportivas de cada uno de los compromisos solicitados.

El análisis financiero, indica que la rentabilidad que ofrece el negocio es muy positiva a través del porcentaje de la Tasa Interna de Retorno (TIR). Además, por medio del Valor Presente Neto (VPN), se determina que es conveniente realizar la inversión, ya que arroja un resultado positivo.

Referencias

Angela Mc Bride (2024). The Influence of Social Media on Sports.

<https://www.galwaydaily.com/more/the-influence-of-social-media-on-sports/>

Ángela Zamorano (2024). ¿Cuáles son los cinco deportes más practicados en Colombia?

Hay clases gratuitas.

<https://www.antena2.com/otros-deportes/cuales-son-los-cinco-deportes-mas-practicados-en-colombia-hay-clases-gratuitas>

Asuntos legales (2023). Cómo aplican los derechos deportivos y por qué son importantes en transmisiones.

<https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/la-importancia-de-los-derechos-deportivos-y-como-aplican-3730135>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). Análisis de exportaciones en el sector de contenidos deportivos.

www.ccb.org.co

Congreso de Colombia (2009). Ley 1341 de 2009.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913#:~:text=MINISTERIO%20DE%20TECNOLOG%C3%8DAS%20DE%20LA%20INFORMACI%C3%93N%20Y%20LAS%20COMUNICACIONES>

Congreso de Colombia (2019). Ley 1978 de 2019.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210>

EUDE Digital (2024). ¿Qué es un cluster y qué tipos hay?

<https://www.eudedigital.com/que-es-un-cluster-y-que-tipos-hay/>

LALIGA Business School (2025). Redes sociales y deporte: cómo usarlas.

<https://business-school.laliga.com/noticias/redes-sociales-y-deporte-como-usarlas#:~:text=Las%20redes%20sociales%20han%20transformado,y%20compro metida%20alrededor%20del%20deporte.>

La República (2022). HBO MAX, Win Sports y Star+ entre las opciones para ver deportes vía streaming.

<https://www.larepublica.co/internet-economy/hbo-max-win-sports-y-star-entre-las-opciones-para-ver-deportes-via-streaming-3454927>

La República (2024). El uso de la Inteligencia Artificial en transmisiones deportivas es cada vez más común.

<https://www.larepublica.co/ocio/el-uso-de-la-inteligencia-artificial-en-transmisiones-deportivas-es-cada-vez-mas-comun-3913977>

Nielsen (2022). La afición al deporte aumenta impulsada por las nuevas plataformas digitales, según un informe mundial.

<https://www.nielsen.com/es/news-center/2022/sports-fandom-is-increasing-powered-by-new-digital-platforms-global-report-finds/>

Nielsen L. T (2022). LaLiga Tech & Nielsen: 360° Fan Engagement.

<https://www.sportspro.com/special-reports/from-the-source-laliga-tech-nielsen-360-fan-engagement/>

Nielsen. (2021). Informe sobre el consumo de medios en Colombia.

<https://www.nielsen.com/es/?s=Informe+sobre+el+consumo+de+medios+en+Colombia>

OBS Business School (2023). Sport-Tech, una mirada al impacto de la industria.

<https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-sport-tech-una-mirada-al-impacto-de-la-industria>

PwC. (2020). Entretenimiento y Medios 2020-2024: Perspectivas de la industria en América Latina.

<https://www.pwc.com>

Ruiz Healy Times (2016). La importancia de la Comunicación Organizacional en las empresas.

<https://ruizhealytimes.com/sin-categoria/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional-en-las-empresas/>

Tendencia Digital (2024). Las plataformas digitales donde los colombianos más disfrutaban de la pasión del fútbol.

<https://www.tendenciadigital.com.co/2024/06/05/las-plataformas-digitales-donde-los-colombianos-mas-disfrutaban-de-la-pasion-del-futbol/>

UNIR (2024). Redes sociales y deporte: ¿cómo sacarles el máximo partido?

<https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/redes-sociales-deporte/>