

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

VERSIÓN MUJER

Autor/es:

Estrada, William José

Barrios Fernández, Carol Luz

Granero, Juan José

Carrera:

Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento

Tutor:

Berstein, Brenda Sabina – García Liste, Facundo Hernan

Año: 2020

UADE



Universidad Argentina de la Empresa
Facultad de Comunicación

VM | VERSIÓN MUJER

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

Alumnos:

Barrios Fernández, Carol Luz
Granero, Juan José
Estrada, William José

Docentes:

Berstein, Brenda Sabina
García Liste, Facundo Hernán

Agradecimientos

Primeramente a **Dios**, por su guía y fortaleza.

A nuestros **padres, familiares y amigos** por el apoyo incondicional que hizo mucha falta.

A nuestros profesores por su paciencia y dedicación. Gracias **Brenda**, gracias **Facundo**.

A quienes colaboraron siempre:
Sr. Maximiliano Marasso
Director de "Diario La Futbolista"

Sra. Paola Soto
Secretaría de la Comisión
de Desarrollo de la AFA.

Carol Barrios,
Juan Granero y
William Estrada

Gracias

A todos

VM | **VERSIÓN MUJER**



UADE
UNA GRAN UNIVERSIDAD



VM
VERSIÓN MUJER

ÍNDICE

ÍNDICE	3
RESUMEN EJECUTIVO	7
1.- DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	9
¿QUIÉNES SOMOS?	9
NUEVA VERSIÓN PRODUCCIONES	9
PROYECTO FUNDACIONAL: VERSIÓN MUJER	9
NUESTROS PRODUCTOS	10
PORTAL WEB	10
APP	10
REVISTA DIGITAL	11
POTENCIALES CLIENTES	11
PROPUESTA DE VALOR	12
SATISFACCIÓN DE NECESIDADES	12
PRODUCIR LOS RESULTADOS QUE SE ESPERAN	12
ÁMBITO GEOGRÁFICO	13
CREACIÓN DE VALOR	13
2.- ANÁLISIS DEL MERCADO	14
RIVALIDAD Y COMPETENCIA EN EL MERCADO	14
COMPETIDORES INDIRECTOS	14
COMPETIDORES DIRECTOS	14
GRADO DE RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	15
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	15
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	15
AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	15
ENTORNO ACTUAL Y PROYECTADO	16
FACTORES POLÍTICOS	16

FACTORES ECONÓMICOS	16
FACTORES SOCIALES	17
FACTORES CULTURALES	17
FACTORES TECNOLÓGICOS	18
FACTORES LEGALES	18
TAMAÑO DE MERCADO POTENCIAL	19
TAMAÑO DE PÚBLICO OBJETIVO	19
TAMAÑO DE LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES	20
Fútbol	20
Básquet	20
Hockey	20
Voley	20
Tenis	20
Handball	21
PARTICULARIDADES DEL MERCADO	21
3.- PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING	22
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	22
CONDICIONAMIENTOS DEL CONSUMIDOR	22
FOCALIZACIÓN	23
AUSPICIANTES	23
TAMAÑO DE LOS SEGMENTOS ELEGIDOS Y TASA DE CRECIMIENTO.	24
1.- EL MÉTODO DE SUMATORIA DE COMPETIDORES	24
TRÁFICO WEB	24
Estadísticas de visitantes:	25
2.- DATOS RECOGIDOS DE NUESTRA PÁGINA WEB	25
ELECCIÓN DE LOS RECURSOS	26
OBJETIVOS COMERCIALES PREVISTOS	26
CORTO MEDIANO Y LARGO PLAZO	26

VARIABLES DE MERCADO Y COBERTURA DE DISTRIBUCIÓN	27
EL PRODUCTO	27
PROPUESTA DE VALOR	27
VM-WEB	28
PRESENTACIÓN	28
ESTRUCTURA: 6 SECCIONES	28
VM -APP	29
APP MÓVIL: 4 SECCIONES	29
VM-DIGITAL	29
REVISTA DIGITAL: 6 SECCIONES	29
EXHIBICIÓN DE PROTOTIPOS SOBRE LOS PRODUCTOS OFERTADOS	31
EL PRECIO	31
ESPACIO PUBLICITARIO	32
BANNER PUBLICITARIO:	32
SPONSOREO	33
COMUNICACIÓN	33
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD	33
SOCIAL COMMERCE	34
DISTRIBUCIÓN	34
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	34
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	34
Canales	35
4.- PLAN DE OPERACIONES	36
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL PLAN DE OPERACIONES	36
1.- PLANIFICACIÓN	36
2.- OBTENCIÓN DE DATOS - PRODUCCIÓN	36
3.- POSTPRODUCCIÓN	36
4.- DISTRIBUCIÓN/EXHIBICIÓN	36

5.- RETROALIMENTACIÓN	36
FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA	37
VARIABLE POLÍTICA, SOCIAL Y ECONÓMICA	37
COMPETIDORES	37
CLIENTES	37
ACTIVIDADES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS DE LA CADENA DE VALOR	38
PLAN DE OPERACIONES PARA PUESTA EN MARCHA	38
PUESTA EN MARCHA - ESQUEMA DE INICIACIÓN	38
PUESTA EN MARCHA - LÍNEA TEMPORAL DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DE INICIACIÓN	39
OPERACIONES DE MARKETING	39
RECURSOS MATERIALES DE INICIACIÓN	40
RECURSOS HUMANOS DE INICIACIÓN	40
5.- PLAN DE RECURSOS HUMANOS	41
RECURSOS DE PERSONAL	41
NECESIDAD DE PERSONAL DIRECTIVO	41
ÁREA COMERCIAL Y PERIODÍSTICA	41
MARKETING, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DIGITAL	41
PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, DISEÑO GRÁFICO Y REDACCIÓN	41
ESQUEMA DE DIVISIÓN DEL TRABAJO (FASE 1)	42
CAPACITACIONES	43
FUENTE DE RECLUTAMIENTO	43
ORGANIGRAMA DE RECURSOS HUMANOS	43
6.- PLAN ECONÓMICO y FINANCIERO	44
FUNDAMENTO DEL PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	44
VISIÓN DEL PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	44
Fuentes	45
Anexo	46

RESUMEN EJECUTIVO

Nueva Versión Producciones, será una empresa dedicada a la creación de contenidos innovadores para segmentos específicos del mercado. Desde este concepto de negocio, la observación del mercado y una investigación exhaustiva, decidimos fundar nuestra productora con un proyecto muy ambicioso, que llamamos Versión Mujer.

El deporte es parte inherente a la idiosincrasia cultural argentina, si bien siempre estuvo más vinculado a lo masculino, desde mediados del siglo pasado y principalmente desde principio de este siglo, el crecimiento de la mujer en todas las índoles de la sociedad ha sido vertiginoso y el deporte no es la excepción a esta realidad.

A modo de ejemplo, en nuestro país se estima que más de un millón de mujeres juegan al fútbol, en el mundo más de treinta millones; el hockey femenino argentino con las leonas marcó un antes y un después del deporte argentino a nivel mundial; En voley las chicas son líderes del deporte; Tenemos competición de básquetbol femenino a nivel nacional; Estamos posicionados con el handball como una de las mejores selecciones del continente; y así podríamos mencionar cientos de casos de éxito del deporte femenino en los últimos tiempos.

Este crecimiento a pasos agigantados del deporte femenino, genera un mercado nuevo, que tiene la necesidad de consumir información sobre estas actividades deportivas practicadas por las mujeres.

Nuestra propuesta de valor se basa en diseñar un portal web, que engloba contenido noticioso, multimedia y de entretenimiento. Orientado al deporte femenino en todas sus categorías (Amateur y profesional) con enfoque dentro de la República Argentina y reseñas de los principales eventos internacionales. El acceso a este contenido será gratuito pero también contaremos con una versión premium. La versión premium tendrá contenido exclusivo y nuevo cada semana. Esta plataforma será reforzada con la Aplicación móvil donde se podrá, no solo tener una versión más simplificada sino también una interfaz amigable para disfrutar de todo el contenido multimedia.

Por un lado llegaremos a un mercado de plataformas o mercados multilaterales, porque serviremos a dos o más segmentos de clientes y ambos son necesarios para hacer funcionar el modelo.

Seguidores: apuntamos a un mercado de diferentes nichos dentro del deporte femenino, buscamos nos sigan adeptos a diferentes actividades deportivas que practican las mujeres, como fútbol, handball, tenis, basquetbol y hockey entre otros.

Auspiciantes: buscaremos empresas que tengan dentro de su target objetivo, un perfil similar al de nuestros seguidores. Motivo por el cual puedan usar nuestros medios para realizar publicidad de sus productos y llegar a este público objetivo para seguir posicionando su marca.

Las fuentes de ingresos del negocio, son:

- Ventas de banner publicitarios de 800x120 Píxeles y de 800 x 300 Píxeles.
- Sponsoreo, colocación de logo en la parte inferior del portal que lleven directo a la web de clientes.
- Contenido Premium solo para suscriptores con un costo de \$100 + iva por mes.
- Publicidad google adds.

Financieramente estamos frente a un proyecto viable ya sea que se realice con capital propio o de terceros.

La inversión inicial del proyecto es de \$717.434,65, el flujo de fondo del primer año es negativo al igual que la mayoría de los proyectos dado la fuerte inversión que hay que hacer hasta que el proyecto se asienta económica y financieramente. Pero ya para el segundo año proyectamos un flujo de fondo muy positivo.

Utilizando el método WACC calculamos una tasa de oportunidad o de descuento 19.60% y la tasa interna de rentabilidad nos da 81% cerrando un proyecto financieramente y económicamente rentable y viable.



1.- DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

¿QUIÉNES SOMOS?

NUEVA VERSIÓN PRODUCCIONES

Nuestro objetivo, es crear una productora de contenidos multimedia. La misión como empresa es generar productos novedosos, innovadores para segmentos específicos del mercado.

En base a la observación y posteriormente a una investigación exhaustiva, decidimos fundar nuestra productora con un proyecto muy ambicioso con el cual buscaremos posicionarnos en el mercado como gestores de medios.

PROYECTO FUNDACIONAL: VERSIÓN MUJER

VM será una plataforma informativa orientada a cubrir exclusivamente el deporte femenino amateur y profesional a nivel nacional pero con cobertura del acontecer deportivo femenino internacional.

Según nuestra investigación previa, todos los deportes van creciendo entre las mujeres argentinas, cada año son más los adeptos a estos¹ y las empresas van en busca de este segmento del mercado como público objetivo.

Versión Mujer se propone ser el canal de comunicación entre ellos.



¹ (Según el estudio de [The Rise of Women's Sports](#), Es el mercado que más crece. El 84 por ciento de los fanáticos están interesados en el deporte femenino.)

Proyectaremos desde nuestra plataforma, eventos que no están disponibles en los grandes medios orientados al deporte en general. Presentaremos contenido periodístico, audiovisual y fotográfico, variado y de calidad.

La finalidad es lograr un nivel de tráfico web, que nos va a permitir generar ingresos por 4 medios: Google Ads, ventas de banners publicitarios, sponsoreo y suscripción a material premium.

NUESTROS PRODUCTOS



PORTAL WEB

Contará con información relevante sobre los partidos disputados, fechas y calendario deportivo.

Aunque el proyecto abarca exclusivamente el deporte femenino nacional, dentro del portal se tocarán temas sobre el deporte femenino a nivel internacional.

La escritura periodística será sintética, basándose en manuales de estilo para medios digitales. Por otro lado nos apoyaremos en imágenes audiovisuales como fotografías, videos cortos con entrevistas a las protagonistas, resúmenes de lo acontecido cada semana, etc.

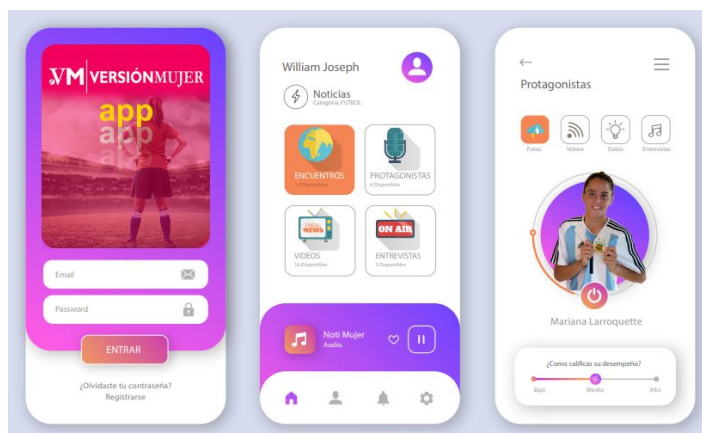
Página web. (Disponible en línea: www.versionmujer.com.ar)



APP

La aplicación de VM, será un mecanismo de recolección de datos mediante un registro de usuarios para acceder.

Dentro de la App, se podrá ver todo el contenido del portal, en una versión más



amigable y de fácil usabilidad. Donde además podrán participar por entradas a encuentros deportivos y premios adicionales de nuestros patrocinadores.

Aplicación móvil. (Disponible en Marketplace: App Store y Google Play).



REVISTA DIGITAL

Suplemento digital de contenido exclusivo para suscriptores a nuestro plan premium.

Todas las semanas se publicarán contenidos con entrevistas a grandes estrellas del deporte femenino nacional e internacional, fotografías de alta calidad, videos y escritura adaptada a las nuevas generaciones, que permitirá una lectura rápida pero rica en contenido.

Se podrá acceder a este contenido premium por medio de una suscripción mensual con un costo muy accesible de tan solo \$100 + iva.

El objetivo es llegar a la mayor cantidad posible de personas, dentro de nuestro público objetivo.

Revista digital. (Disponible en Línea: www.versionmujer.com.ar/vmdigital)



POTENCIALES CLIENTES

Va dirigido a un público, que tiene necesidad de información y contenidos de las actividades deportivas que practican las mujeres. Es un público joven, millennial y centennial, tecnológicos, usuarios de las redes sociales y de todos los nuevos medios que van saliendo.

Versión Mujer cubre dos necesidades, apunta a un doble mercado. Por un lado a un público con la necesidad de información de las actividades deportivas de sus clubes y sus deportistas favoritos. Por lo cual buscamos difundir e informar de las actividades deportivas femeninas. Y por otro lado al estar creciendo un nuevo segmento de mercado, este medio es un canal para que las empresas puedan llegar a él, mediante los espacios publicitarios que ofrecemos.

PROPUESTA DE VALOR

Nuestra propuesta de valor se basa en diseñar un portal web, que engloba contenido noticioso, multimedia y de entretenimiento. Orientado al deporte femenino en todas sus categorías (Amateur y profesional) con enfoque dentro de la República Argentina y reseñas de los principales eventos internacionales. El acceso a este contenido será gratuito pero también contaremos con una versión premium. La versión premium tendrá contenido exclusivo y nuevo cada semana. Y se podrá acceder a este contenido premium por medio de una suscripción mensual con un costo de \$100 + iva.

Esta plataforma será reforzada con la Aplicación móvil donde se podrá, no solo tener una versión más simplificada sino también una interfaz amigable para disfrutar de todo el contenido multimedia. Nuestra Propuesta de Valor para los anunciantes, será cederles espacio en nuestros medios multimedia para que puedan mostrar sus productos y servicios a un público que consume deporte y que se centra en el contenido deportivo femenino.

Por ende, nuestros anunciantes tendrán un perfil orientado a productos y servicios que se relacionan directa o indirectamente con nuestros usuarios. Rubros como indumentaria deportiva, implementos deportivos, asociaciones deportivas y comercios cercanos a instalaciones deportivas serían los que priorizaremos para los espacios de banners comerciales. Los anunciantes de Google Ads serán determinados mediante el análisis del algoritmo de Google para el contenido.

SATISFACCIÓN DE NECESIDADES

El principal aliviador de frustraciones en nuestra propuesta de valor es evitar la pérdida de tiempo en la búsqueda de información exclusivamente sobre el deporte femenino. Creando un catálogo bien estructurado de contenido audiovisual y noticioso sobre cada deporte, su historia, principales referentes y la cobertura del mismo a nivel nacional e internacional.

- *-Secciones individuales por disciplina*
- *-Contenido actual*
- *-Galería fotográfica con imágenes propias*
- *-Cobertura amplia de los principales eventos deportivos.*

PRODUCIR LOS RESULTADOS QUE SE ESPERAN

Mediante el diseño amigable, de fácil ubicación de los contenidos, calidad de imagen, calidad de sonido y disponibilidad de la información. Que la experiencia dentro de la plataforma web y la interfaz móvil superen las expectativas de los usuarios.

- *-Diseño moderno y amigable*
- *-Contenido bien estructurado*

- *-Interfaz de carga rápida, fácil acceso y disponibilidad del contenido.*
- *-Gran cantidad y variedad de noticias y contenido multimedia sobre cada disciplina.*

ÁMBITO GEOGRÁFICO

El emprendimiento se instalará en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Desde aquí se generarán contenidos de alta calidad periodística, con información sobre los diferentes campeonatos a nivel nacional, gráficos, videos, transmisiones en vivo o indirecto, entrevistas grabadas, etc.

El avance de la tecnología nos permite llegar a un espacio infinito de oportunidades, estar ubicados geográficamente en un lugar, no nos prohíbe llegar a todo el país. Los tres medios que proponemos explotar, los podemos hacer llegar sin ningún problema a todo el país.

Por lo cual nuestros objetivos es llegar inicialmente a todo el país.

CREACIÓN DE VALOR

Novedad: Nuestro servicio y productos son novedosos en cuanto a su contenido, no existe al momento un medio, menos aún un multimedio que incluya todos los deportes que practican las mujeres.

Diseño: Trabajaremos para destacarnos en tener un diseño moderno y a la altura de las plataformas más importantes.

Accesibilidad: Brindaremos acceso a toda la información del deporte femenino, a un público que antes no lo tenía. Estamos innovando en cuanto a contenido, apoyando una tendencia, nacional e internacional.

Usabilidad: Buscaremos que las arquitecturas, tanto de nuestro portal web con de la app, sean fáciles de usar, que la información que busca nuestro usuario pueda encontrarla de forma ágil.

2.- ANÁLISIS DEL MERCADO

RIVALIDAD Y COMPETENCIA EN EL MERCADO

En Argentina existen importantes actores dentro de la industria del deporte que ofrecen gran variedad de contenido y tienen una dinámica bastante atractiva dentro del mercado de los portales web informativos. Si bien muchos de ellos pisan fuerte dentro del terreno de los deportes más populares y consiguen publicaciones exclusivas debido a su cercanía o porque son extensiones de grandes periódicos, canales de televisión o revistas con un posicionamiento importante, nuestro portal estará dirigido a un nicho más específico y con poca presencia dentro de estos grandes medios y nos permiten mostrar un contenido distinto para este público.

COMPETIDORES INDIRECTOS

tycsports.com TyC Sports (anteriormente abreviatura de Torneos y Competencias Sports) es un portal del canal de televisión por suscripción deportivo argentino, el cual brinda la emisión de eventos deportivos destacados a nivel nacional e internacional. Posee un portal variado en contenido tanto multimedia como informativo. Publica actualizaciones diarias sobre los principales eventos deportivos y noticias relacionadas.

ole.com.ar Este portal presenta gran contenido general de los principales deportes, así como también un amplio contenido individual del fútbol como principal estructura de contenidos ya que es el deporte con más popularidad en el país. Presenta un panel principal con acceso a cada equipo de primera división nacional. Su contenido se basa en material multimedia con excelente calidad de imágenes originales y contenido noticioso de cada uno de los equipos.

espn.com Portal del canal de televisión por suscripción latinoamericano de origen estadounidense especializado en deportes, operado por Disney Media Networks Latin America. El portal de ESPN muestra contenido multimedia en casi toda su distribución y se apoya en este para reforzar su modelo de ingreso.

COMPETIDORES DIRECTOS

espn.com.ar/tv/programas/espnwoman ESPN Woman consta de dos medios dedicados a las actividades deportivas femeninas. Por un lado cuentan con un programa de tv por cable dentro de su señal, donde cuentan en formato documental, la historia de mujeres deportistas a nivel nacional e internacional.

Por otro lado en el portal web, promocionan el programa de tv y repiten los contenidos.

deportv.gov.ar/Deportv/ es la primera señal pública dedicada íntegramente al deporte, producida y emitida en alta definición (HD), comenzó a transmitir su

programación a partir del jueves 21 de febrero de 2013.² Se dedica a difundir actividades deportivas en general (mujeres y hombres) tanto en la señal de tv como en el portal web.

Después encontramos pequeños medios de carácter independiente, que se dedican a actividades específicas, como pueden ser el fútbol y el portal www.diariolafutbolista.com.ar

Las Confederaciones también publican todo el tiempo información de las actividades semanales. Estos pequeños pueden competir directamente pero también pueden servir como alianzas estratégicas, ya que Versión Mujer no se dedica a un solo deporte, sino a todos los más importantes. Por lo cual estos pequeños medios pueden servir como fuentes de información secundarias.

GRADO DE RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Como detallamos anteriormente, la mayoría compiten directamente entre ellos, por el público que sigue los principales deportes y principalmente masculinos. Nosotros apuntamos a difundir y mostrar el deporte femenino.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Los clientes en este caso pueden optar por nuestros canales u otros específicos por actividad. Nosotros nos diferenciamos por tener todo en un solo lugar.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores principales que necesitamos, trabajan en el mercado casi como una competencia perfecta. Ya que están equilibrados los precios, son varias las empresas que brindan servicios de internet, así como también de hosting para web. A su vez, el Estado en este momento está regulando el aumento de los precios desmedidos en esta clase de servicios ya que son considerados esenciales hoy por la pandemia, pero en la pos pandemia no cambiará, ya que cada vez más personas usarán internet para trabajar desde sus casas.

AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Dado el crecimiento que tienen los deportes que practican las mujeres a nivel profesional y amateur, cada año se sumarán más medios interesados en hacerse de este nuevo público. Seguramente van a ir saliendo nuevos productos, tanto en televisión, radio, web, aplicaciones, etc. Pero creemos que ser parte de los medios

²[DeporTV - ¿Quiénes somos?](#)

pioneros es ir un paso adelantado, nos da tiempo para armarnos y armar un trabajo de excelente calidad y en poco tiempo expandirnos a diferentes nuevos medios.

ENTORNO ACTUAL Y PROYECTADO

FACTORES POLÍTICOS

Argentina en este momento cuenta con un gobierno de tipo democrático, para el cual adopta un modelo representativo, republicano y federal, que asumió en el mes de diciembre del año pasado (2019). A pesar de una herencia económicamente complicada, de un panorama económico mundial bastante complejo en medio de una recesión producto de la pandemia del Covid-19, los negocios online se han potenciado por ser la principal herramienta de comercio electrónico en tiempos de confinamiento.

Las decisiones políticas sobre el tipo de cambio y la estabilidad del dólar juegan un papel fundamental a la hora de percibir financiamiento publicitario con proveedores internacionales como es el caso de Google Ads. Así mismo el mantenimiento de la plataforma se hace con proveedores que tienen sus servidores en el extranjero y cuyos precios por prestación de servicios están vinculados directamente al tipo de cambio.

FACTORES ECONÓMICOS

El primero de septiembre de este año (2020), el país logró el canje del 99% de la deuda externa. Esto es positivo para la reactivación de la economía así como también el re-posicionamiento y confianza del mercado internacional. Aún así, el país sufre un 35% de pobreza (y en crecimiento) y una inflación anual por encima del 40%.³

Frente a este contexto, el ejecutivo nacional planteó un paquete de 60 medidas que incluye estímulos al consumo, incentivos a la producción energética y a las exportaciones.⁴ Algunas medidas ya fueron implementadas y otras las irá desarrollando en el correr de los meses siguientes.

Argentina transita una de las peores crisis económicas de la historia, y es uno de los países con más presión impositiva del mundo (solo superado por las Islas Comoras (África).⁵ El ejecutivo no parece dar señales de reducción impositiva o reducción del costo fiscal. Por lo tanto, las predicciones para los campos de inversión no son positivas.⁶

³ [DW - Argentina: reestructuración de deuda, inicio de más desafíos](#)

⁴ [DW - Argentina: reestructuración de deuda, inicio de más desafíos](#)

⁵ [Argentina en el RANKING mundial de PRESIÓN IMPOSITIVA](#)

⁶ [Martín Guzmán: "¿Por qué tiene que bajar el gasto público? No es a lo que apuntamos"](#)

FACTORES SOCIALES

La sociedad ha vivido este año 2020 una gran cantidad de cambios a nivel social a raíz de la pandemia por el covid-19. La profundización de la crisis económica tiene un impacto negativo en la calidad de vida de las personas. A su vez, la interrupción de las actividades deportivas disminuye la obtención de fuentes para crear nuestro contenido.

La dimensión del tele-trabajo derivó en la primera legislación hacia esta práctica ⁷ Esta tendencia hacia la digitalización de las actividades puede acentuar aún más a las plataformas digitales como medio de consumo de entretenimiento e información.

La respuesta a esta crisis también ha sido la tecnología y los contenidos digitales multiplataformas en internet. Primero a modo de salvavidas, ahora como proyección de lo que será la industria a futuro. ⁸

FACTORES CULTURALES

Nuestro proyecto se basa en uno de los pilares más antiguos de la cultura argentina, el deporte. Argentina a lo largo de su historia no solo ha ido evolucionando a la par del deporte sino que es parte fundamental de su identidad nacional. El deporte se vive en todos los ámbitos y de forma muy marcada. La fanaticada del fútbol es una de las más importantes y al igual que el Rugby y el tenis ofrecen millonarios ingresos producto de las cuotas sociales, explotación de derechos en Tv, publicidad, venta de entradas, merchandising y contenidos varios.

Hace décadas el deporte entre las mujeres viene creciendo a pasos agigantados pero no ha sido fácil y a tenido que romper muchas barreras sociales, por ejemplo de género, ya que antes se consideraba que el deporte no era algo femenino. ⁹

Hoy por hoy no solo esta barrera social está prácticamente derribada, sino que el deporte es una cuestión de políticas de estado, donde se ha buscado por medio de diferentes leyes velar por el derecho de las mujeres a la oportunidad de poder participar en todos los clubes.

⁷ [As.com - Qué dice la nueva Ley de Teletrabajo: los principales puntos](#)

⁸ [La Nación - Coronavirus. ¿El entretenimiento y la cultura volverán alguna vez a la normalidad?](#)

⁹ [La Vanguardia - Historia del deporte femenino, una lucha por la igualdad](#)

FACTORES TECNOLÓGICOS

Según datos recogidos de INDEC, en el cuarto trimestre de 2019, se registró que el 60,9% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 82,9%, a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 84 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 80 de cada 100 utilizan internet. El Módulo de acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación (MAUTIC) se llevó a cabo en el marco de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) a solicitud de la Dirección de Informática, durante el cuarto trimestre de 2019, conjuntamente con las direcciones provinciales de estadística (DPE). El objetivo de este módulo es relevar las características de acceso a tecnologías en hogares y su uso por parte de la población de 4 años y más.¹⁰

Como nuestros productos son 100% digitales, tener una mayoría de la población con acceso a internet, una computadora o un celular, nos permite poder llegar a muchísimas personas.

Todo muestra un camino solo, la economía digital, vamos hacia una transformación única, que ya se venía anunciando pero con esta pandemia se aceleró. Versión Mujer va de la mano de esta tendencia, por lo cual apostamos a poder crecer en este nuevo entorno que nos toca vivir a partir de este año y en adelante.

FACTORES LEGALES

En Argentina, la libertad de expresión es un derecho tutelado por la Constitución en su artículo 14.¹¹ El Decreto 1279/9761 declaró al servicio de Internet comprendido en la garantía de libertad de expresión. Luego, en 2005 se sancionó la ley 26.032, que extendió la protección de la libertad de expresión a toda “búsqueda, recepción y difusión de información e ideas de toda índole, a través del servicio de Internet”.

Si bien la Constitución protege la libre expresión y publicación en internet, la mayoría de la transmisión uso o compartimiento de información relacionada al deporte se encuentran protegidas bajo derechos de uso, sobre todo los que engloban al fútbol y principales deportes de Argentina. Muchos de sus contenidos no pueden exhibirse sin tener derechos para tal. Esto significa una fuerte barrera a la hora de cubrir algún evento deportivo femenino de alto nivel, pero no evitaría que podamos redactar una reseña informativa sobre dicho evento y publicar contenido original bajo este esquema de protección a la libertad de expresión.

¹⁰ [Indec - Tecnología](#)

¹¹ [Infoleg - Constitución Argentina](#)

TAMAÑO DE MERCADO POTENCIAL

El tamaño del mercado se divide en tres:

- Nuestro público objetivo (que describiremos más adelante).
- La actividad en sí misma, que nuclea jugadoras, equipos técnicos, dirigentes, todas las personas vinculadas al mundo del deporte y que necesitan información.
- Y los anunciantes, quienes necesitan de este público para mostrar su marca.

TAMAÑO DE PÚBLICO OBJETIVO

Argentina tiene una población de más de 45 millones de habitantes, es un país tradicionalmente con cultura deportiva, donde el fútbol lidera en interés. Nuestro público principal rodea a las actividades mismas, al no haber muchos medios que difundan y transmitan partidos, existe la necesidad de información.

Si bien no hay un relevamiento concreto de cuantas mujeres e incluso hombres tienen interés en los deportes en Argentina. Sí hay datos a nivel internacional que marcan tendencias.

Según una investigación de la consultora española Nielsen, sobre quien se involucra con el deporte femenino (en ocho mercados estudiados: EE.UU, Reino Unido, España, Italia, Francia, Nueva Zelanda, Alemania y Australia) el 84% de los aficionados al deporte en general están interesados en el deporte femenino (afirmaron que tenían interés tanto en el deporte masculino como en el femenino, o simplemente en el femenino). De ellos, el 51% son hombres. Esto confirma que las mujeres están interesadas en ver deporte femenino y que los deportes femeninos representan una gran oportunidad para implicar a los espectadores masculinos.¹²

En relación al tamaño del público objetivo en el punto tres analizamos la competencia, la cantidad de tráfico web que tiene y llegamos inicialmente que más de dos millones de personas consumen medios digitales, solo de las principales empresas de deportes. A parte de estos grandes medios a cientos de pequeños medios que también generan tráfico web.

En nuestro caso una vez empezemos a funcionar, mediremos nuestros usuarios por medio de google analytic.

¹² [Nielsen.com - EL AUGE DEL DEPORTE FEMENINO](https://www.nielsen.com/argentina/insights/industry/EL-AUGE-DEL-DEPORTE-FEMENINO)

TAMAÑO DE LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES



Fútbol

Se estima que más de un millón de mujeres jugaron al fútbol en Argentina y más de 30 millones en todo el mundo.¹³



Básquet

El básquet femenino también ha tenido un crecimiento exponencial, al punto que desde el año 2014 es Federal y tiene el mismo sistema de disputa que el masculino, nuclea miles de jugadoras en todo el país.



Hockey

Las Leonas marcaron un antes y un después en este deporte, posicionando al deporte encima, con más trascendencia que el masculino. Existen 32 federaciones de clubes de hockey directamente asociadas a la Confederación Argentina de Hockey (CAH), que asocian a unos 93.600 jugadores y jugadoras federados en todo el país.³⁴



Voley

Es el deporte más practicado en los colegios y clubes de todo el país. Las jugadoras federadas duplican (20.520) el número de varones (10.146) que juegan en todo el país, según datos oficiales de la Feva".¹⁴



Tenis

Otro fenómeno que marcó un antes y después en este deporte, fue Gabriela Sabatini, quien inspiró a las siguientes generaciones a practicar este tan preciado deporte. Cuantitativamente: Al año 2018, la asociación contaba con 200 entidades afiliadas y más de 8000 jugadores federados (entre mujeres y hombres).¹⁵ Cualitativamente: ATT presentó en el año 2018, un programa de trabajo a realizarse entre los años 2019 y 2025, la idea fundamental es crear un semillero de jugadoras,

¹³ [El boom del fútbol femenino | En Argentina hay alrededor de un millón de mujeres que lo practican](#)

¹⁴ [Las jugadoras piden por la profesionalización del voley en Argentina](#)

¹⁵ [AAT – AAT](#)

que las niñas jueguen desde temprana edad para luego poder desarrollarse como profesionales.



Handball

Este deporte, al igual que el hockey es de los más igualitarios entre mujeres y hombres, ellos hablan en términos generales.

“El crecimiento de nuestro deporte es insoslayable y no se detiene. Somos más de 30 afiliadas, más de 10.000 jugadores participaron de los torneos regionales, Argentinos y Nacionales este año, contamos con más de 36.000 atletas federados en todo el país”.

Lic. Mario Moccia Presidente

PARTICULARIDADES DEL MERCADO

Una de las principales particularidades del proyecto es que apunta a un doble mercado: Por un lado nuestro **público objetivo** en busca de contenidos e información y por otro lado los **anunciantes** que tienen en común el mismo público objetivo.

3.- PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestro producto está dirigido a un consumidor de contenidos digitales, páginas web, redes sociales, personas muy conectadas con los nuevos canales de comunicación.

CONDICIONAMIENTOS DEL CONSUMIDOR

 DEMOGRAFÍA	 NIVEL SOCIOECONÓMICO	 SEXO	 CULTURALES	 AFINIDADES	 RESIDENCIA
+15-40 AÑOS +Dispositivos Móviles. +Acceso a internet.	+ABC 1, 2 y 3 +Clase alta media y baja.	+Femenino y Masculino.	+Practicaron deporte. +Cultura deportiva. +Afinidad con deporte femenino.	+Deporte +Deporte femenino +Deporte amateur	+Argentina +Proyección global

Por un lado llegaremos a un mercado de plataformas o mercados multilaterales, porque serviremos a dos segmento de clientes y ambos son necesarios para hacer funcionar el modelo. Buscamos tener una gran cantidad de seguidores, que es lo que les vamos a vender a los auspiciantes, las empresas pagarán para llegar a ellos. Y los sistemas ads también pagan por nuestro público cautivo.

FOCALIZACIÓN

FOCO 1

Ambos sexos +30

+ Vinculación emocional con al menos un deporte.

(Futbol, tenis, baloncesto, hockey, etc.)

+ Miran programas de deporte, salud y hogar.

(TV y Youtube).

+ Miran películas de aventura y drama.

(Netflix)

+ Interesados en la opinión pública de pares.

(Facebook)

+ Capacidad económica independiente

+ Consume Radio FM en jornada laboral.

+ Consumen información de TV y Portales Web

(Infobae, Olé, La Nación, Pagina 12)

+ Alta fidelidad a productos de entretenimiento clásicos

(TV, Cine,)

FOCO 2

Ambos sexos +15

+ Fans de al menos un (1) deporte

+ Consumidores de contenido deportivo de ampliación

(Youtube, TOPs, Tips, historias dramáticas, historia de un deporte, mejores goles, etc.)

+ Intensa actividad en redes sociales

(Instagram).

+ Interesados en la estética del deporte

(Camisetas, botines, ropa informal deportiva, etc).

+ Miran series

(Netflix)

+ Respetan la igualdad de oportunidades en el deporte

+ Interesados en Gaming

(Videojuegos)

+ Alta fidelidad a productos de entretenimiento modernos

(Netflix, Youtube, Apps)

AUSPICIANTES



Empresas que tengan dentro de su target objetivo, un perfil similar al de nuestros seguidores. Motivo por el cual puedan usar nuestros medios para realizar publicidad de sus productos y llegar a este público objetivo y posicionar su marca.

TAMAÑO DE LOS SEGMENTOS ELEGIDOS Y TASA DE CRECIMIENTO.

Al ser nuestro producto de contenido digital, disponible las 24hs todos los días de la semana, aspiramos conseguir durante el primer año de funcionamiento una tasa inicial de 10.000 visitantes por mes (Primera y segunda fase).

Para el segundo año aspiramos conseguir un tráfico de por lo menos 22.000 visitantes al mes.

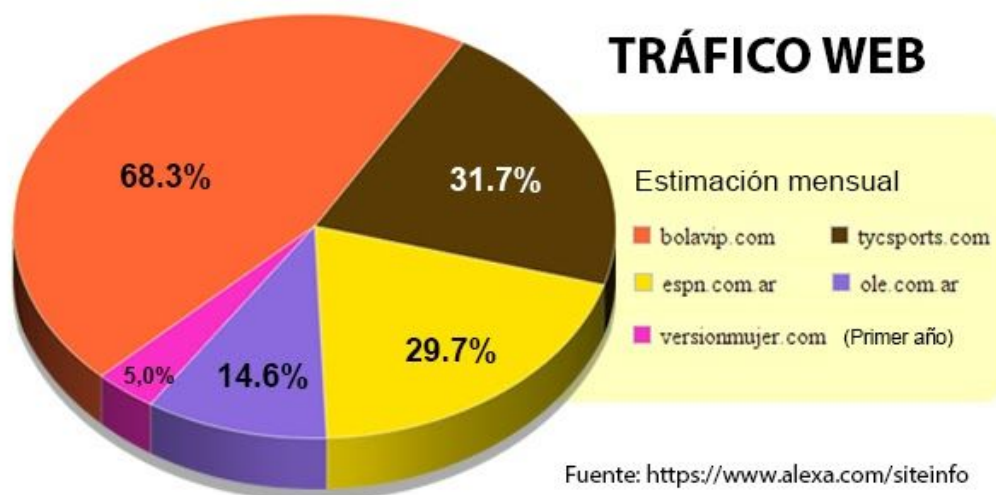
Esto tomando en cuenta que el universo de la World Wide Web (www) crece a cada segundo y también lo hace el número de dispositivos con la capacidad de conectarse a internet.¹⁶

Para determinar el tamaño estimado de nuestro segmento tomaremos como referencia dos métodos que se utilizan para este tipo de estimaciones.

1.- EL MÉTODO DE SUMATORIA DE COMPETIDORES

Nos permite promediar el porcentaje general de tráfico y número de visitantes que poseen los principales competidores de nuestro producto en Argentina.

TRÁFICO WEB



El tráfico web es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web.

¹⁶ La World Wide Web (WWW) o red informática mundial es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedia interconectados y accesibles a través de Internet.

*El porcentaje de VM (5,0%) es el estimado para el primer año y de cómo se reflejaría en relación con la competencia.

Estadísticas de visitantes:



De lo cual podemos estimar un mercado potencial de por lo menos 2.000.000 de usuarios que consumen contenido deportivo dentro de Argentina. Con un crecimiento estimado de 500.000 usuarios por año. Así mismo aspiramos a alcanzar un 5% de tráfico en nuestro portal con una proyección de un 6% para el año siguiente.

*El porcentaje de VM (0,5%) es el estimado para el primer año y de cómo se reflejaría en relación con la competencia.

2.- DATOS RECOGIDOS DE NUESTRA PÁGINA WEB

Mediante la incorporación de un código de seguimiento de Google Analytics en nuestro portal, nos permitirá conocer mejor el perfil de usuarios que puede estar interesándose en nosotros en alguna región en particular del país o en otros países, e ir ajustando nuestro contenido a cada segmento que notamos interés. También se puede hacer seguimiento por cada página del portal visitada y el nivel de rebote (Permanencia) en cada sección.

Esta herramienta nos muestra no solo los lugares desde donde visitan nuestro portal, sino también la cantidad de visitantes por edad y sexo. También se pueden acceder a otras variables para ir seleccionando y perfeccionando nuestro segmento de mercado.

ELECCIÓN DE LOS RECURSOS

Al ser nuestro proyecto un portal o una plataforma web, nuestro principal recurso será nuestro servidor, con capacidad para mantener un tráfico diario ilimitado y soporte online para atender la cantidad estimada de visitantes. Las principales características de nuestro plan de Hosting incluyen:

- 100 GB de almacenamiento SSD
- 30 Bases de datos
- Cuentas de correo ILIMITADAS
- Ancho de banda ILIMITADA (Tráfico)
- Parqueo de dominios ILIMITADO
- Soporte Profesional 24/7

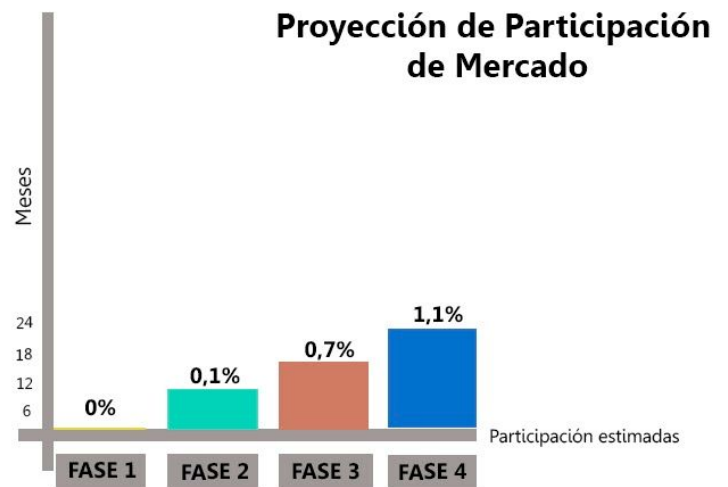
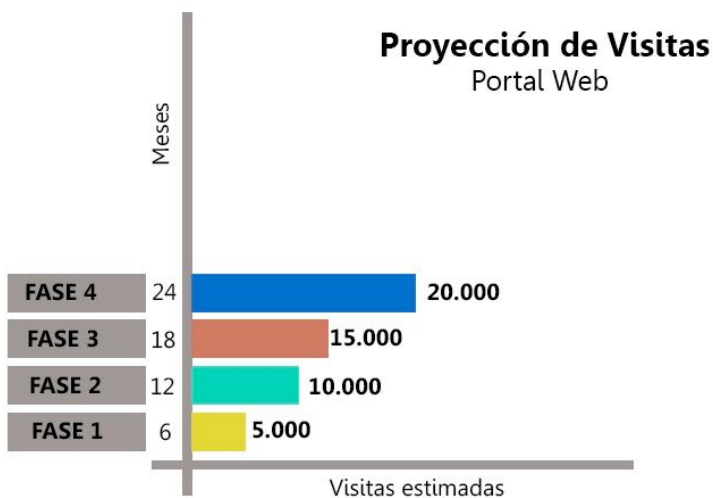
Así mismo activaremos un formulario de contacto para canalizar las interacciones de los usuarios y posibles anunciantes. La distribución de las tareas y el conocimiento técnico del equipo de trabajo proporciona una oportuna actualización del contenido así como una adecuada capacidad de respuesta ante cualquier imprevisto o requerimiento.

OBJETIVOS COMERCIALES PREVISTOS

CORTO MEDIANO Y LARGO PLAZO



VARIABLES DE MERCADO Y COBERTURA DE DISTRIBUCIÓN



EL PRODUCTO

Nuestro producto principal es un portal web, que engloba contenido noticioso, multimedia y de entretenimiento. Orientado al deporte femenino en todas sus categorías (Amateur y profesional) con enfoque dentro de la República Argentina y reseñas de los principales eventos internacionales. Esta plataforma será reforzada con la Aplicación móvil donde se podrá, no solo tener una versión más simplificada sino también una interfaz amigable para disfrutar de todo el contenido multimedia.

También ofreceremos una Revista Digital, donde los usuarios tendrán contenido exclusivo y coleccionable sobre eventos deportivos, entrevistas y reseñas históricas de cada deporte.

Nuestra Propuesta de Valor para los anunciantes será una plataforma informativa y de entretenimiento que permita mostrar sus productos y servicios a un público que consume contenido digital sobre el deporte en todas sus disciplinas.

El principal beneficio en nuestro producto es evitar la pérdida de tiempo en la búsqueda de información exclusivamente sobre el deporte femenino. Creando un catálogo bien estructurado de contenido audiovisual y noticioso sobre cada deporte, su historia, principales referentes y la cobertura del mismo a nivel nacional e internacional.

PROPUESTA DE VALOR

Versión Mujer es el producto principal de nuestro proyecto. Desde acá se concentra todo el contenido noticioso y audiovisual que posteriormente se adapta a la plataforma móvil (App).



VM-WEB

Nombre comercial: www.versionmujer.com.ar

Denominación Técnica: **Portal Web**

Portal Web de actualización diaria en la sección de Noticias, actualizaciones semanales en la sección de Galería, Protagonistas, Disciplinas y Competencias. Actualización solo cuando hay variación de contenido en la sección Contacto.

En cuanto a la escritura, según un estudio realizado por Jakob Nielsen¹⁷, los usuarios solo leen un 20% del contenido expuesto en la pantalla y la lectura se basa en un patrón denominado “F”, el cual se trata de una lectura escáner, donde el lector solo presta atención en palabras claves. Por esta razón nuestra escritura periodística será sintética, basándose en manuales de estilo para medios digitales.

PRESENTACIÓN

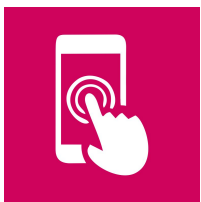
Versión Web, ajustable a formato móvil. (*Responsive¹⁸)

ESTRUCTURA: 6 SECCIONES

- **Noticias:** Contenido informativo sobre la actualidad deportiva.
- **Galería:** Archivo fotográfico de eventos, encuentros y fondos de escritorio.
- **Protagonistas:** Descripción de las principales protagonistas de los encuentros recientes. Score deportivo, desempeño general, etc.
- **Disciplinas:** Cada deporte en detalle.
- **Competencias:** Principales torneos y competencias en las distintas disciplinas de acuerdo al calendario deportivo.
- **Contacto:** Descripción de quiénes somos y un formulario donde pueden entrar en contacto con nosotros.

¹⁷ Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del Español Urgente. Mario Tascón. (2012).

¹⁸ * Una Web Responsive es aquella que es capaz de adaptarse a cualquier dispositivo donde se visualice.



VM -APP

Nombre comercial: VM-App

Denominación Técnica: Aplicación Móvil

Estará disponible en Marketplace: App Store y Google Play.

APP MÓVIL: 4 SECCIONES

- **Portada:** Donde se realiza el acceso con usuario y contraseña o en su defecto se realiza el registro de usuario.
- **Home:** Donde se muestra el nombre y foto del usuario registrado y las secciones donde puede navegar. Noticias, Contacto, Galería, Protagonistas, Disciplinas y Competencias. Desde esta sección también se puede acceder a VM-Audio. (Tips pregrabados)
- **Usuario:** Desde acá se pueden administrar los datos del usuario (foto, nombre, e-mail, contraseñas, etc).
- **Configuración:** Desde aquí se puede acceder a los ajustes de la aplicación (Tamaño de texto, color, privacidad, etc).



VM-DIGITAL

Nombre comercial: VM-Digital

Denominación Técnica: Revista Digital

Estará disponible en www.versionmujer.com.ar/vmdigital.

Revista de publicación semanal. Contiene 10 páginas en formato interactivo y también se puede descargar una versión en PDF para lectura fácil.

REVISTA DIGITAL: 6 SECCIONES

Página 1: Portada, Información de Edición e índice.

Páginas 2, 3 y 4: Noti-Mujer: Resumen de todo lo acontecido recientemente en el ámbito deportivo femenino, desde un punto de vista más íntimo e informal.

Páginas: 5 y 6: Protagonistas. En esta sección colocaremos fotos y una entrevista a un personaje o atleta femenina destacada.

Páginas 7 y 8: En-Resumen: En esta sección daremos un recuento personal sobre las actuaciones de cada jugadora y como ha sido su desempeño personal

Página 9: Nuestros Lectores: En esta sección colocaremos mensajes y comentarios de nuestros suscriptores y responderemos algunas preguntas comunes.

Página 10: Contraportada y Sponsors.

EXHIBICIÓN DE PROTOTIPOS SOBRE LOS PRODUCTOS OFERTADOS

ESTRUCTURA GENERAL



EL PRECIO

Nuestro producto principal **VM-WEB** es de acceso gratis, disponible en línea todo su contenido.

Nuestra **Aplicación móvil VM-APP** es de descarga gratuita desde iOS y Android.

Nuestra revista digital VM-Digital forma parte del contenido **Premium** de nuestra plataforma y tiene un costo de suscripción mensual de \$100 + iva. Puede ser descargada desde nuestro portal web o desde la aplicación móvil para todos nuestros usuarios que hayan adquirido la suscripción desde su panel de usuario.

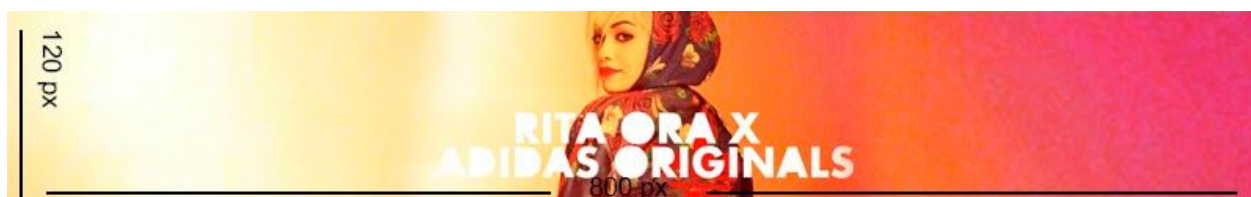
ESPACIO PUBLICITARIO

BANNER PUBLICITARIO:

- Banner superior en el portal web de Versión Mujer. Cuyas medidas serán de 800 x 300 Píxeles. En los primeros 6 meses en este espacio se publicará información propia de la plataforma.



- Un banner inferior de 800x120 Píxeles. En los primeros 6 meses en este espacio se publicará información propia de la plataforma.



A partir de la segunda fase los costos de cada banner serán de \$10.000 por mes el Superior y \$4000 por mes el inferior. (Estos valores se podrán ir ajustando de acuerdo a la cantidad de tráfico y visitantes alcanzados.

SPONSOREO

Colocación de logo en la parte inferior del portal que lleven directo a la web de clientes que aportan una suma mensual en efectivo.

En la primera y segunda fase cada sponsor aportaría \$2500 mensuales por la colocación del logo que dirija al clic directo a su sitio web.

En la tercera y cuarta fase el costo mensual por sponsoreo será de \$3500, pudiendo ajustarse de acuerdo al número de tráfico y visitas conseguidas.



COMUNICACIÓN

INVERSIÓN EN PUBLICIDAD

El primer mes de lanzamiento, tenemos prevista una inversión de \$30.000 pesos. Del segundo al sexto mes, el gasto de inversión es de \$20.000 pesos mensuales. Para las fases posteriores, la inversión en publicidad será de \$10.000 pesos al mes.

Serán distribuidos en la página de resultados (SERP) junto con los resultados de búsquedas naturales u orgánicas. Así como también en zonas de páginas web, en forma de banners, que pueden ser imágenes, vídeos o texto. Esto se conoce por los creadores de páginas web como Google AdSense.

Los mensajes estarán orientados a promocionar palabras claves como: Deporte femenino, tenis femenino, fútbol femenino, noticias deportivas, clubes femeninos, etc. Que aparecerán como primera opción en el buscador de Google.

Los banners publicitarios mostrarán tomas de cada disciplina deportiva con un texto corto que lleve a la acción de dar clic. (*"Todas las noticias sobre el deporte femenino Aquí"*) (*"VM-Web El deporte en Femenino" CLIC AQUÍ*).

La creación de las campañas publicitarias en esta plataforma (Google Ads, serán creadas, gestionadas y monitoreadas por nuestro equipo de Marketing y Publicidad).



SOCIAL COMMERCE

Las redes sociales son un excelente canal de venta y una muy buena opción para conseguir viralidad y una alta cobertura. Por esa razón Versión Mujer también contará con un perfil en Instagram y Facebook, con el cual promocionar contenido y publicar importantes post deportivos para ganar seguidores que serían direccionados al portal web en busca de ampliar las noticias presentadas.

DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

La distribución de nuestros medios se hará por medio de internet. Nuestro objetivo es llegar y que nos sigan en todo el país.

Ahora bien internet nos permite llegar a todo el mundo, lo cual nos abre una infinidad de posibilidades. Por ejemplo hay argentinas y argentinos en todo el mundo, que pueden ingresar a nuestro portal para informarse y disfrutar de nuestros contenidos. También ciudadanos de cualquier parte del mundo, interesados en saber sobre el deporte femenino argentino puede llegar por medio del buscador de google a nuestro portal.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Nuestros medios serán distribuidos por medio de internet y servidores para alojamiento web y la app.

Como ya detallamos anteriormente en Argentina el 82.9% de la población tiene acceso a internet, por lo cual nos abre un panorama muy amplio y nos permite llegar a muchas personas con nuestros productos.

Canales

- Página web. (Disponible en línea: www.versionmujer.com.ar)
- Aplicación móvil. (Disponible en Marketplace: App Store y Google Play)
- Revista digital. (Disponible en Línea: www.versionmujer.com.ar/vmdigital)

Agregadores: Buscamos posicionarnos en el mercado por medio de publicidad en Google Ads. Publicidad paga para llegar a más personas y potenciales suscriptores.

Utilizaremos la indexación de nuestro portal en los principales buscadores para que podamos aparecer en las búsquedas relacionadas con el deporte femenino de forma orgánica (Mediante la dispersión de los DNS a través del tiempo) Y también invertiremos en promoción de las principales palabras claves en Google Ads para que nuestro portal aparezca en las primeras opciones de búsqueda.

4.- PLAN DE OPERACIONES

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL PLAN DE OPERACIONES

1.- PLANIFICACIÓN

El proceso de planificación e identificación consta de obtener una fuente de recursos para la posterior producción del contenido. Se trata de confeccionar una pre-sala para el proceso técnico de creación. Esto abarca tareas de: estudios de mercado, tendencias, booking de eventos deportivos, contacto con clubes, deportistas, organizadores.

2.- OBTENCIÓN DE DATOS - PRODUCCIÓN

Basados en las fuentes de recursos anteriormente obtenidas inicia el proceso de recopilación. Es la ejecución de las entrevistas pautadas, día de cobertura de eventos, redacción de notas, noticias, ejecución videograbaciones, etc. También se fijan las fechas y horarios de publicación.

3.- POSTPRODUCCIÓN

Consta de realizar el proceso de selección y adaptación final de los materiales creados en la etapa anterior. Este segmento abarca tareas de edición, revisión de redacciones, selección de fotografías, creación de gráficos, creación de piezas para redes.

4.- DISTRIBUCIÓN/EXHIBICIÓN

El producto o productos finales son exhibidos en todas nuestras plataformas, según los horarios y días acordados en la primera etapa.

5.- RETROALIMENTACIÓN

La última etapa del ciclo productivo es realizar una breve recopilación de los recursos obtenidos. Esto consta de contactos nuevos, la posibilidad de nuevos eventos, seguimiento ante las noticias actualizables y análisis de respuesta de la audiencia ante el contenido publicado

FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA

VARIABLE POLÍTICA, SOCIAL Y ECONÓMICA

Las condiciones de la economía mundial moderna son dinámicas, pero específicamente en Argentina las “reglas del juego” cambian constantemente, principalmente en su marco legal e impositivo. Actualmente (2020), en el mercado nacional hay un alto nivel de desconfianza hacia la factibilidad de las inversiones, transacciones y fijación de precios. Esto se debe, principalmente, al constante cambio de medidas cambiarias¹⁹ y a la creciente pérdida de valor de la moneda local²⁰. Por lo tanto, es necesario tomar medidas estrictas de monitoreo y control ante las variables políticas e impositivas, que son las que repercuten en las decisiones del mercado.

COMPETIDORES

La competencia es una fuerza que nos ejerce a ofrecer productos periodísticos de mejor calidad. Entendemos que el producto Versión Mujer es una propuesta innovadora, ya que es un medio totalmente compuesto por información del deporte femenino. Pero, también podemos notar un crecimiento de contenido de este tipo en los medios principales, entendiendo a los crecientes movimientos feministas como un nicho de mercado. Un ejemplo referencial de la competencia es GolFEM de TNT Sports, emitido por primera vez en Septiembre del 2019 y auto-considerado el primer resumen de fútbol femenino²¹. Aún así, en tiempos actuales, aunque se nota una tendencia hacia agrandar el contenido de información femenino los medios deportivos no aportan un gran apoyo a esta práctica.

CLIENTES

Los clientes, como corazón de negocio, son aquellos que garantizan la supervivencia del proyecto. Para mantener este segmento, es necesario contar con un eficiente uso de los estudios de mercado, relaciones públicas y marketing. El conocimiento y creación de necesidades y deseos hacia nuestro público objetivo garantizarán un crecimiento de audiencia, que deriva en una atracción a inversores en publicidad y alianzas estratégicas con terceras marcas.

¹⁹ Infobae - Mercados de Argentina profundizan pérdidas por desconfianza tras medidas cambiarias

²⁰ Infobae - La Argentina registró nuevamente en septiembre la segunda inflación más alta de América latina

²¹Clarín - Llega TNT Gol Fem, el primer resumen de fútbol femenino

ACTIVIDADES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS DE LA CADENA DE VALOR

La Cadena de Valor (CDV) es una herramienta que permite describir el funcionamiento productivo de una empresa. Está compuesta por actividades primarias y actividades secundarias o de soporte.

Actividades primarias: Son aquellas directamente relacionadas con la producción.

Actividades secundarias o de soporte: Son aquellas que agregan valor al producto, pero no están relacionadas directamente con la cadena de producción, sino que sirven de apoyo a las actividades primarias.



PLAN DE OPERACIONES PARA PUESTA EN MARCHA

PUESTA EN MARCHA - ESQUEMA DE INICIACIÓN

PROCESOS	OPERACIONES	DURACIÓN (DÍAS)	RECURSOS CLAVE NECESARIOS	RESULTADO
INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	-DESARROLLO APP -ARQUITECTURA PORTAL	45	-SERVIDOR WEB -ORDENADORES -SOFTWARE -PROGRAMADOR	FUNCIONAMIENTO DE LOS CANALES PRINCIPALES DE EXHIBICIÓN, VENTA Y COMUNICACIÓN
LEGALES / IMPOSITIVOS	-ALTA IMPOSITIVA -REGISTRO DE MARCA -CONTRATO DE ALQUILER	30	-CONTADOR/A -FIRMA DE SOCIOS -DEPÓSITOS OBLIGATORIOS EN BANCO NACIONAL	ESTRUCTURA LEGAL E IMPOSITIVA COMPETENTE
PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA	-RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN -PRODUCCIÓN -EXHIBICIÓN	15	-MICROFÓNO Y CÁMARA -ORDENADORES -CONEXIÓN A INTERNET	-EXHIBICIÓN DE CONTENIDO EN LOS CANALES
MARKETING	-SEGMENTACIÓN -ANÁLISIS DE MERCADO -FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS -EJECUCIÓN -MONITOREO	30	-ORDENADORES -OPORTUNIDAD DE NEGOCIO -INFRAESTRUCTURA DIGITAL (WEB, APP, RRSS)	-DIVULGACIÓN DE LA MARCA -AUMENTO DEL TRÁFICO

PUESTA EN MARCHA - LÍNEA TEMPORAL DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DE INICIACIÓN

PROCESOS	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7
INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	-ARQUITECTURA DEL PORTAL	-ARQUITECTURA DEL PORTAL	-ARQUITECTURA DEL PORTAL -DESARROLLO APP	-ARQUITECTURA DEL PORTAL -DESARROLLO APP	-ARQUITECTURA DEL PORTAL -DESARROLLO APP	-ARQUITECTURA DEL PORTAL -DESARROLLO APP	
LEGALES / IMPOSITIVOS	-REGISTRO DE MARCA	-ALTA IMPOSITIVA	-CONTRATO DE ALQUILER	-EVALUACIÓN DE COMPETENCIA LEGAL E IMPOSITIVA			
PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA			-RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN Y BOOKING	-ORGANIZACIÓN	PRODUCCIÓN	POSPRODUCCIÓN	PUBLICACIÓN
MARKETING		-FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	-FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS -PRODUCCIÓN DE CONTENIDO PUBLICITARIO	-PRODUCCIÓN DE CONTENIDO PUBLICITARIO	-EJECUCIÓN	-MONITOREO	-EVALUACIÓN

OPERACIONES DE MARKETING

El Plan de Operaciones de **MARKETING** se destaca como esquema, considerando a esta actividad secundaria como un **proceso productivo de asociación estrecha con la actividad primaria**, y de carácter técnico. La modificación del producto altera en su totalidad la operación de marketing, y viceversa.

ENTRADAS	PROCESOS	SALIDAS
<ul style="list-style-type: none"> -Nueva idea comercial. -Análisis de público objetivo y de producto. -Cartera de productos disponibles. -Análisis de factores externos -Búsqueda de necesidades existentes de la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de valor. Búsqueda de diferenciación ante la competencia -Creación de nuevas necesidades y deseos. Creación de prototipos de nuevos productos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Campañas publicitarias. -Nuevos productos al mercado -Nuevo valor agregado a los productos existentes -Aumento del tráfico digital -

RECURSOS MATERIALES DE INICIACIÓN

EQUIPAMIENTO	CANTIDAD	PRECIO (UNITARIO)	PRECIO (TOTAL)	FUNCIÓN
PC	3	\$ 110.000,00	\$ 330.000,00	Edición, producción investigación y redacción
Cámara fotográfica profesional	2	\$ 56.000,00	\$ 112.000,00	Videograbación y fotografía
-Micrófono unidireccional con protector contra aire.	2	\$ 3.300,00	\$ 6.600,00	Fonograbación
-Trípode profesional	2	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	Incremento de calidad de fotografía y video.
-Luz continua Triopo TTV-204	2	\$ 6.649,00	\$ 13.298,00	Incremento de calidad de fotografía y video.
-Pendrive	5	\$ 491,00	\$ 2.455,00	Almacenamiento y movilidad de datos.
-Tarjeta Micro SD	5	\$ 1.020,00	\$ 5.100,00	Almacenamiento de datos de cámaras.
-Batería para cámara	2	\$ 3.900,00	\$ 7.800,00	Suplemento adicional de energía.
			TOTAL	
				\$ 481.253,00

RECURSOS HUMANOS DE INICIACIÓN

EQUIPAMIENTO	CANTIDAD DE PERSONAS	AREA(S)	HORAS POR SEMANA	FUNCIÓN
Infraestructura digital	1	DESARROLLO DIGITAL	30	Arquitectura del portal web, Desarrollo de APP
Legales	1	COMERCIAL	15	Competencia de la estructura legal e impositiva
Producción periodística	2	PRODUCCIÓN	20	Creación de contenido
		COMERCIAL	20	Recopilación y Booking
Marketing	2	PRODUCCIÓN	20	Desarrollo de contenido publicitario
		MARKETING	15	Desarrollo de campaña de marketing

5.- PLAN DE RECURSOS HUMANOS

RECURSOS DE PERSONAL

NECESIDAD DE PERSONAL DIRECTIVO

Versión Mujer iniciará funciones con personal directivo esencial. Estos estarán compuestos por sus miembros fundadores que cumplirán el rol de dirección en las principales áreas de la estructura operativa.

ÁREA COMERCIAL Y PERIODÍSTICA

Carol Luz Barrios Fernández es Periodista Deportiva, emprendedora desde su inicio laboral y próxima a recibirse de Lic. En Gestión de Medios y Entretenimientos. Es fundadora del primer modelo del medio periodístico Versión Mujer

MARKETING, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DIGITAL

William Estrada es Lic. en Marketing, con mucho talento para diferentes artes, y grandes habilidades digitales como desarrollo de páginas web y contenidos para diferentes plataformas. También está finalizando la carrera de Lic. En Gestión de Medios y Entretenimientos. Encarga a su vez la función de arquitectura del portal web y la app del proyecto. También aportará en base a su experiencia, generación de contenidos periodísticos.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, DISEÑO GRÁFICO Y REDACCIÓN

Juan José Granero es Técnico en Gestión de Medios y Entretenimiento cuenta con experiencia en diseño gráfico, audiovisual y producción de eventos. Cursando el último año de la carrera de Lic. En Gestión de Medios y Entretenimientos.

ESQUEMA DE DIVISIÓN DEL TRABAJO (FASE 1)

PUESTO DE TRABAJO	TAREAS	HABILIDADES TÉCNICAS	HABILIDADES DIRECTIVAS	SALARIO BRUTO
Comercial y Periodismo	Redacción y desarrollo de notas. Entrevistas y cobertura de noticias. Contacto y gestión de contratos con clientes.	Conocimiento en Software informáticos para la diagramación y redacción. Word, Excel, InDesing. Conocimientos técnicos en redacción de contenidos deportivos.	Trabajo en Equipo. Comunicación	\$ 44.985,55
Desarrollo digital. Marketing y Publicidad	Diseño y programación web. Diseño y programación móvil. Diseño de campañas publicitarias. Gestión de plan de Marketing.	Conocimiento en Software para diseño y programación. Dreamweaver, Photoshop, Illustrator, FinalCut. Conocimiento en software para edición y redacción. word, excel, inDesing.	Trabajo en equipo. Facilidad para sobrellevar el trabajo bajo presión.	\$ 44.985,55
Producción de contenido. Diseño Gráfico y Audiovisual	Redacción de noticias. Diseño y creación de imagen. Posproducción audiovisual	Conocimiento en software para edición y redacción. word, excel, inDesing. Conocimiento en Software para edición de imagen y diseño gráfico. Corel, Photoshop, Illustrator.	Trabajo en equipo. Facilidad para sobrellevar el trabajo bajo presión.	\$ 44.985,55

ESQUEMA DE DIVISIÓN DEL TRABAJO DE APOYO (FASE 2 Y 3)

PUESTO DE TRABAJO	TAREAS	HABILIDADES TÉCNICAS	REMUNERACIÓN
Apoyo Redacción	Ayudar en la redacción y creación de notas. Colaborar en la corrección y formato de las publicaciones.	Manejo de software para edición de textos. (Word, InDesing, etc). Capacidad comprobada en redacción de contenidos digitales.	PPS
Apoyo Diagramación y Fotografía	Colaborar en la programación de los contenidos digitales en el portal web y la App móvil. Editar las fotos y prepararlas en el formato utilizado para cada plataforma. Realizar tomas fotográficas necesarias para la creación de las notas.	Conocimiento de software para la edición de audio, video e imagen. (Photoshop, FinalCut, etc). Conocimiento técnico en software para diagramación web. (Dreamweaver, PHP, etc).	PPS
Apoyo Diseño Gráfico	Colaborar en el diseño de los banners para la web. Editar campañas publicitarias para su utilización web. (Banners, videos, etc).	Conocimiento en software para diseño gráfico. (Corel, Illustrator, photoshop, etc).	PPS

CAPACITACIONES

En la primera y segunda fase (1er año) de nuestro proyecto no hay contemplado un plan de capacitación, ya que las principales tareas operativas serán llevadas a cabo por los miembros fundadores con el conocimiento técnico para llevarlas a término. Posteriormente sí se incluirá un plan de capacitación en la tercera y cuarta fase (2do año), en la que incorporaremos dos o tres personas que apoyarán en las tareas principales como parte de apoyo al programa de prácticas profesionales que gestionaremos con algunas Universidades.

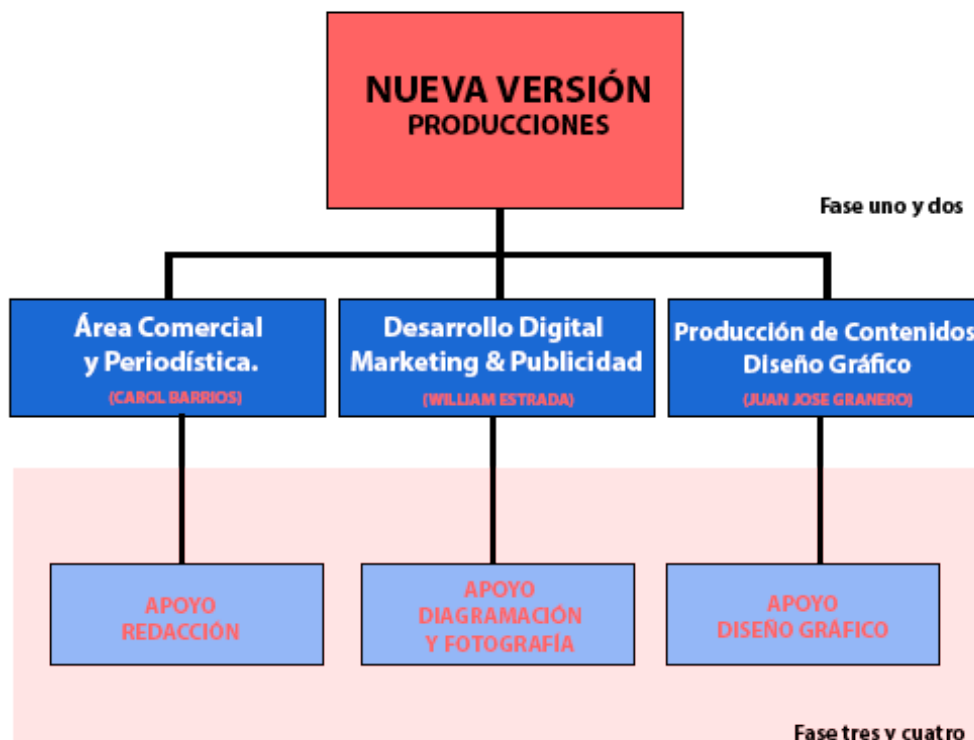
En este plan incluimos la parte de: Redacción de contenidos deportivos, diseño gráfico y edición de videos.

FUENTE DE RECLUTAMIENTO

Dada la naturaleza de nuestro proyecto y su alcance, planeamos gestionar con algunas universidades que incluyan dentro de su plan educativo al programa de Prácticas Profesionales supervisadas, con la finalidad de ahorrar en gastos por honorarios o de personal y que podamos contribuir con los participantes en ofrecerles el conocimiento y la práctica para llevar a cabo de manera eficiente estas actividades.

Se ofrecerá capacitación en el manejo de las principales herramientas y software informáticos para la realización de dichas tareas.

ORGANIGRAMA DE RECURSOS HUMANOS



6.- PLAN ECONÓMICO y FINANCIERO

Mediante el código QR que dejamos al pie de página, se puede ver el plan económico financiero completo, que incluye: inversión inicial, información general, ingresos y egresos, estado de resultados, cash flow y tasa de descuento, VAN y TIR, por medio del cual podemos ver las proyecciones y viabilidad del proyecto.

PROYECCIÓN



Fuentes

[The Rise of Women´s Sports](#)

-[DeporTV - ¿Quiénes somos?](#)

-[Martín Guzmán: "¿Por](#)

[qué tiene que bajar el gasto público? No es a lo que apuntamos"](#)

-[Argentina en el RANKING](#)

[mundial de PRESIÓN IMPOSITIVA](#)

-[DW - Argentina:](#)

[reestructuración de deuda, inicio de más desafíos](#)

-[DW - Argentina:](#)

[reestructuración de deuda, inicio de más desafíos](#)

-[As.com - Qué dice la nueva](#)

[Ley de Teletrabajo: los principales puntos](#)

-[La Nación - Coronavirus.](#)

[¿El entretenimiento y la cultura volverán alguna vez a la normalidad?](#)

-[La Vanguardia - Historia](#)

[del deporte femenino, una lucha por la igualdad](#)

-[Indec - Tecnología](#)

-[Infoleg - Constitución](#)

[Argentina](#)

- [Nielsen.com - EL AUGE DEL](#)

[DEPORTE FEMENINO](#)

-[El boom del fútbol femenino | En Argentina hay alrededor](#)

[de un millón de mujeres que lo practican](#)

-[Las jugadoras piden por la](#)

[profesionalización del voley en Argentina](#)

-[AAT – AAT](#)

-Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del Español Urgente. Mario Tascón. (2012).

-Clarín - Llega TNT Gol Fem, el primer resumen de fútbol femenino (2019)

Anexo

Para ver el **PITCH DECK**:

