

**MEDIO DIGITAL ESPECIALIZADO EN FÚTBOL**  
**SEMIPROFESIONAL**



---

Trabajo de Fin de Grado para la titulación de Periodismo.  
Curso 2021/2022

Cuarto de Periodismo  
Universidad de La Laguna

**Tutor:** Francisco José Pomares  
Rodríguez

**Autores:** Antonio David Flores González  
y Miguel Requena Herrera



## Índice

---

<b>Introducción</b>	Pág. 3
<b>Glosario términos</b>	Pág. 5
<b>Estado de la cuestión</b>	Pág. 10
<b>Propuesta de valor</b>	Pág. 12
• <b>Hecho diferencial y proceso para conocerlo</b>	Pág. 13
<b>Misión, fines y objetivos</b>	Pág. 15
<b>Información básica sobre el mercado</b>	Pág. 21
<b>Análisis de la competencia</b>	Pág. 23
<b>Lienzo de modelo de negocio</b>	Pág. 25
<b>Descripción pormenorizada del contenido de los bloques</b>	Pág. 26
• <b>Propuesta de valor</b>	Pág. 26
• <b>Segmentos de clientes</b>	Pág. 27
• <b>Canales de distribución</b>	Pág. 30
• <b>Relación con el cliente</b>	Pág. 34
• <b>Recursos clave</b>	Pág. 36
• <b>Actividades clave</b>	Pág. 42
- <b>Producto</b>	Pág. 42
- <b>Marketing</b>	Pág. 49
- <b>Gestión Comercial</b>	Pág. 51
- <b>TIC</b>	Pág. 53
- <b>Gestión Empresarial</b>	Pág. 54
<b>Socios estratégicos</b>	Pág. 55
<b>Flujo de ingresos</b>	Pág. 58
• <b>Explicación de los ingresos. Primer año - Tercer año</b>	Pág. 59
<b>Estructura de costos</b>	Pág. 67
• <b>Explicación de los gastos. Primer- Tercer año</b>	Pág. 69
<b>Anexo</b>	Pág. 75
<b>Conclusión</b>	Pág. 78
<b>Bibliografía</b>	Pág. 79



## Introducción

---

El fútbol semiprofesional ha sufrido un vuelco en España. Hasta este año, la tercera división española del deporte rey se la conocía como Segunda División B, dividida en hasta cinco grupos (3 con 20 equipos y 2 de 21) con 102 clubes participantes. Esta categoría se introdujo en la temporada 77/78 para dividir la Segunda División del fútbol español con la Tercera División. Esto se prolongó hasta el año 2021, año en el que se decidió crear dos nuevas categorías: 1ª RFEF y 2ª RFEF. Además de la 3ª RFEF, que se divide por comunidades autónomas.

Antiguamente, ganar la liga no te aseguraba el ascenso de categoría debido a la cantidad de equipos y grupos que había. Actualmente, tanto los campeones de Segunda, como los de Primera, ascienden de forma directa, por lo que son premiados justamente.

Con la apertura de estas dos nuevas categorías se observa una oportunidad de mercado a la hora de informar. La Real Federación Española de Fútbol busca profesionalizar lo máximo posible todo su fútbol y ya venden los derechos de imagen de los partidos a plataformas de *streaming* como *Footters*.

Hoy en día, no existe un medio que se haya especializado en estas categorías, puedes ver pequeñas noticias en webs locales o diarios como *Marca*, pero todo muy generalizado. Este proyecto busca recopilar toda esta información en un portal web de fácil acceso y una navegación igual de sencilla.

Esto no queda ahí, pues Bench Football busca dar oportunidades a jugadores sin equipo, semiprofesionales, que estén pasando por una lesión o que no tienen los medios para promocionarse de forma adecuada (agencia de representantes, mánager, etc.). Esto se logra por medio de perfiles web donde los propios futbolistas podrán subir su contenido, estadísticas, etc. Para evitar fraudes, los clubes tendrán la posibilidad de confirmar los datos que dan los deportistas. De esta forma serán premiados con descuentos en material deportivo de los anunciantes que se promocionan en la web.

Bench Football busca dar oportunidades a esas estrellas que se quedan por el camino debido a infortunios de la vida. Dar visibilidad a todos esos talentos, para que puedan ser contactados por equipos profesionales o semiprofesionales y lograr cumplir su sueño. Hay ejemplos como el de Enric Gallego que debutó en el fútbol profesional a los 30 años, convirtiéndose en el máximo goleador de la Liga SmartBank hasta enero de 2019. Ese mes, sería traspasado a la SD Huesca de la Liga Santander, máxima categoría del fútbol español. Hay más ejemplos como Cifuentes, que no debuta hasta los 40 años, o Jorge Molina, que no le llegó su oportunidad hasta los 29. Ahora con 40 años milita en el Granada CF.

La finalidad de este proyecto es dar la oportunidad a todo tipo de futbolistas mediante noticias y estadísticas que estos mismos generen. Recopilar toda esa información en un mismo sitio web de confianza y de fácil acceso. Ese lugar es Bench Football.



## Glosario de términos

---

<b><u>Término</u></b>	<b><u>Definición</u></b>
<b>Agenda Setting</b>	La teoría de la fijación de la agenda, también conocida como teoría de la Agenda Setting, postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué asuntos poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.
<b>Big Data</b>	Hace referencia a conjuntos de datos tan grandes y complejos que precisan de aplicaciones informáticas no tradicionales de procesamiento de datos para tratarlos adecuadamente.
<b>Campus de fútbol</b>	Un campus de fútbol o deportivo es una instalación deportiva que combina el ejercicio físico y la enseñanza a través de la práctica de un deporte concreto. Aunque puede realizarse en cualquier época del año, sobre todo en vacaciones escolares, es en verano cuando más se desarrollan.
<b>Costes fijos</b>	Son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios.
<b>Costes totales</b>	Es la suma de los costos fijos y los costos variables.

<b>Costes variables</b>	Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción, se trata tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.
<b>Crowdfunding</b>	Es un mecanismo colaborativo de financiación de proyectos desarrollado sobre la base de las nuevas tecnologías.
<b>Fan Zones</b>	Las Fan Zones permiten la participación de los fans no solo de una manera física, si no también emocionalmente a través de las redes sociales y, además, fomenta y activa la involucración del aficionado dentro de un evento, haciéndole partícipe.
<b>Footters</b>	Footters es una plataforma de <i>streaming</i> española dedicada al mundo del fútbol, ofreciendo transmisiones de eventos en vivo y bajo demanda.
<b>FutbolJobs</b>	Es la primera bolsa de empleo para gente de fútbol y tiene unos 6.000 inscritos. Los jugadores sin equipo y el entorno relacionado con el mundo del fútbol ya tienen un sitio más al que recurrir para encontrar acomodo.
<b>Google Ads</b>	Es un servicio y un programa de la empresa Google que se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes.
<b>Highlights</b>	Tiene equivalentes en español, como hito, lo más destacado, los mejores momentos,

	<p>lo esencial... Cada vez aparece con más frecuencia en los medios de habla hispana la voz inglesa highlight, que en su lengua de origen se refiere a 'lo más importante, interesante o sobresaliente de algo'.</p>
<b>Hosting</b>	<p>Es el servicio que provee a los usuarios de Internet un espacio de almacenamiento en línea, también conocido como webspace, que permite publicar todo el contenido relacionado con un sitio web.</p>
<b>IVoox</b>	<p>Es un kiosco para escuchar radios y podcasts, una plataforma donde poder reproducir, descargar y compartir audios de todo tipo de temáticas y géneros.</p>
<b>Merchandising</b>	<p>Es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Son actividades que estimulan la compra en el punto de venta.</p>
<b>MVP</b>	<p>La sigla MVP que significa most valuable player, es decir, el 'jugador más valioso', empezó a emplearse en la NBA para referirse al mejor jugador del año pero luego se ha extendido a otros deportes como el béisbol, el tenis o el fútbol, incluso cuando se trata de un partido.</p>
<b>PC Gaming</b>	<p>Un ordenador gaming es considerado básicamente una súper máquina que se especializa en la ejecución de juegos de alto nivel gráfico.</p>
<b>Primera, Segunda y Tercera RFEF</b>	<p>Primera RFEF (Tercera máxima categoría del fútbol español), Segunda RFEF (cuarta categoría del fútbol español) y Tercera</p>

	RFEF (quinta categoría del fútbol español).
<b>Podcast</b>	Un podcast es una serie episódica de archivos de audio que un usuario puede descargar a un dispositivo personal o bien escuchar en línea.
<b>PYME</b>	Empresa pequeña o mediana en cuanto a volumen de ingresos, valor del patrimonio y número de trabajadores.
<b>Reels</b>	Los <i>reels</i> de Instagram son vídeos verticales cortos a los que se les pueden añadir filtros o todo tipo de efectos y música.
<b>RRSS</b>	Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores y uno o más lazos o relaciones definidos entre ellos.
<b>Scouting</b>	El scouting es el proceso que permite analizar jugadores y determinar características para seleccionarlos para nuestro club. Analizar jugadores propios en partido o entrenamiento para extraer información de cualquiera de las estructuras del jugador y así mejorar o potenciar su rendimiento.
<b>SEM</b>	<i>Search Engine Marketing</i> , es decir, marketing en motores de búsqueda. Esto se refiere a la publicidad o enlaces patrocinados que se pueden hacer en los buscadores.
<b>SEO</b>	<i>Search Engine Optimization</i> , es decir, optimización en motores de búsqueda. Esto



	<p>alude al cómo armar tu contenido para que aparezca en los primeros resultados de los buscadores.</p>
<p><b>Streaming</b></p>	<p>Tecnología que permite ver y oír contenidos que se transmiten desde internet u otra red sin tener que descargar previamente los datos al dispositivo desde el que se visualiza y oye el archivo. Un <i>streamer</i>, por lo tanto, es una persona que hace emisiones en directo o en diferido.</p>
<p><b>Stories</b></p>	<p>Las <i>stories</i> o historias de Instagram son contenidos audiovisuales de esta plataforma que, a diferencia de las publicaciones normales, son volátiles, es decir, tienen una duración determinada y, tras ese período, desaparecen. En este caso, éstas podrán verse durante 24 horas desde su publicación.</p>



## Estado de la cuestión

---

Una de las principales dudas que hemos planteado es el por qué, hoy en día, este tipo de negocios son rentables. El sector de los medios de comunicación está cambiando, tanto su modelo de negocio como la forma que tienen las propias cabeceras de relacionarse con sus lectores. A pesar de que no optamos por un modelo de suscripción, las suscripciones digitales se erigen como una de las principales estrategias con las que generar ingresos y monetizar contenidos, donde el medio de comunicación logra fidelizar al consumidor para comprar el producto informativo. Sin embargo, para que nuestra marca vaya consiguiendo ingresos año por año, es necesario apostar por la publicidad, el *crowdfunding* y la organización de eventos presentados por nuestra empresa informativa. La publicidad es una de las fuentes de ingresos que más está sufriendo debido a la crisis del coronavirus. La caída en la inversión publicitaria es clara y una de las que más se está alargando en el tiempo. Pero si nos fijamos en esa opción de monetización saliendo por un momento de la circunstancia que estamos viviendo, vemos que se trata de una estrategia empleada en prácticamente todos los medios digitales.

Por otro lado, las donaciones o acciones de micromecenazgo son otra alternativa de generación de ingresos. Consiste en que personas, que así lo deseen, aporten una cantidad económica que sirva como financiación al periódico en cuestión. A través de campañas de *crowdfunding* los medios pueden recoger esas cantidades que los usuarios deciden pagar porque confían en el periodismo ese medio y quieren contribuir a su subsistencia. Esto se puede hacer, por ejemplo, para financiar el lanzamiento de un diario digital o para su mantenimiento habitual. Un claro ejemplo es el de el periódico holandés *De Correspondent*, que nació en 2013 tras haber conseguido en una sola semana más de un millón de euros a través de una campaña de *crowdfunding*.

La organización de eventos nos aportará, también, muchos ingresos económicos. Medios de comunicación deportivos como *Marca* o *Sport* han organizado numerosos eventos, cursos e incluso másteres para ser comunicador deportivo. En nuestro caso, empezaremos organizando campus de fútbol cada verano, para que niños y niñas puedan mejorar sus cualidades futbolísticas. Además, a esto hay que sumarle los anunciantes que contaremos para este evento deportivo, por lo que el flujo de ingresos será aún mayor.

Por otra parte, dentro de nuestro portal web contaremos con un apartado donde los futbolistas semiprofesionales pueden buscar equipos. Esto se convertirá en una ventaja competitiva, ya que muy pocos medios de comunicación cuentan con un apartado de estas características. Por ello, la objetividad de los datos y de nuestras informaciones será importante, para demostrar la seriedad y la profesionalidad de nuestra marca y así atraer a muchos futbolistas que quieran registrarse en nuestro apartado exclusivo.

La especialización es fundamental dentro de nuestro trabajo, por ello el equipo estará lleno de profesionales que sepan sobre la Primera, Segunda y Tercera RFEF. Poco a poco generaremos una enorme comunidad y lograremos obtener grandes beneficios económicos para que la empresa coja más repercusión dentro del mercado.



## Propuesta de valor

---



### ALEGRÍAS

Muchos futbolistas de Primera, Segunda y Tercera RFEF tendrán la oportunidad de buscar un equipo que se quiera hacer con sus servicios. Asimismo, los clubes de estas categorías podrán buscar el perfil de jugador que desean. Esto ayudará a ambas partes a realizar unas negociaciones contractuales y llegar a un posible acuerdo.



### TAREAS

En nuestro portal web, nos encargamos de dar información sobre cada uno de los futbolistas y equipos de Primera, Segunda y Tercera División RFEF, tanto estadísticas generales como *Big Data*. Además, los jugadores tendrán la posibilidad de crear un perfil en el portal web y compartir su rendimiento deportivo hasta la fecha. Así los clubes podrán mostrar su interés para contratarlo.



### FRUSTRACIONES

Actualmente, no existe una plataforma que se haya especializado en estas categorías. El fútbol modesto carece de medios de comunicación que ofrezcan contenido especializado de esta índole, más allá de algunos artículos o noticias aisladas en los medios tradicionales generalistas. Además, prácticamente la única fuente de información que tienen para saber las novedades son las redes sociales de periodistas especializados en las categorías mencionadas.



### PRODUCTOS Y SERVICIOS

Medio digital que aporta información sobre el fútbol semiprofesional: resultados, estadísticas, entrevistas, jugadores sin equipo, etc. El medio tendrá presencia en todas las redes sociales.



## CREADORES DE ALEGRÍAS

Este medio de comunicación podrá ser la oportunidad de muchos futbolistas de cumplir el sueño de ser profesionales, ya que se les ofrecerá una mayor visibilidad y con ello prestigio a la categoría. Además, los hinchas estarán informados en todo momento sobre las novedades de su equipo.



## ANALGÉSICOS

Este medio web permitirá solucionar la falta de noticias ligadas al fútbol semiprofesional. Facilitará el acceso de los aficionados a información relacionada con su categoría y su equipo. A su vez, se suma la posibilidad de que los futbolistas encuentren club tanto a nivel nacional, como internacional, ya que en esta web se podrá tener contacto directo con el jugador, siempre y cuando se esté registrado en la web y cumplan los plazos legales estipulados para contactar con un club, (seis meses antes de acabar contrato).

### Hecho diferencial y proceso para conocerlo

La diferencia de esta empresa es que se trata de un portal web especializado en fútbol semiprofesional. Se tratará de hacer una página polifacética, que no esté destinada al mero hecho de contar noticias de los clubes o jugadores sino que también buscará mantener contacto directo con los mismo y a su vez entre ellos. Tratamos de ser pioneros en un sector que acaba de nacer en España, actualmente estamos en el primer año de esta nueva categoría, por lo que nos encontramos con un yermo lleno de posibilidades.

El proceso por el cuál nace esta idea en un principio es la falta de equipos para jugadores con procesos lesivos de larga duración. Jugadores jóvenes, o no tan jóvenes, que tras sufrir una lesión de gravedad carecen de oportunidades a la hora de fichar por un nuevo equipo. Esta era la idea principal, posteriormente derivó en lo que es ahora. Un portal web destinado a la creación de noticias y contacto directo entre futbolistas y clubes, algo así como un LinkedIn para futbolistas. Donde, además de informarte de la categoría mediante el tablón diario, los futbolistas podrán exponer sus avances en procesos de recuperación, estadísticas personales, videos, fotos e incluso los clubes podrán hacer recomendaciones.

Las ventajas que sacarán los equipos a la hora de registrarse es la de conseguir descuentos en material deportivo mediante futuros patrocinios que pueda conseguir a través del portal web. De esta forma se conseguiría un *win-win* por ambas partes. Ya que los

equipos podrán fichar y obtener descuentos de una forma sencilla y los futbolistas podrán dar visibilidad a su trabajo.

Todo esto se tratará de conseguir mediante la web de *streaming, Footters*, encargada de retransmitir todo el fútbol semiprofesional español. Ellos tendrían la oportunidad de promocionarse en nuestro sitio web y así poder conseguir más suscriptores, de esta forma se lograría profesionalizar, en cierta medida, estas categorías.



## Misión, fines y objetivos

---

Bench Football es un medio digital especializado en el fútbol modesto, concretamente en Primera, Segunda y Tercera RFEF. En él se podrá encontrar contenido de todo tipo relacionado con las distintas categorías; análisis tácticos y sistemáticos de todos los equipos, *scouting* de los jugadores, reportajes específicos y puntuales, crónicas de los mejores partidos de estas categorías, ficha técnica de todos los jugadores, estadísticas de los equipos y jugadores, entrevista a jugadores profesionales, etc. Además, dentro del medio de comunicación aparecerá una sección de contacto exclusivo para los jugadores. En ella muchos futbolistas podrán ofrecerse a aquellos clubes que lo necesiten. Para ello, es necesario que se registren en el medio de comunicación y, una vez registrados de manera gratuita, podrán difundir su imagen futbolística mediante contenido multimedia (*highlights* del jugador en partidos o entrenamientos) o datos que suba el propio jugador.

La web se basará en un modelo multimedia que dará mucha importancia a los datos, es decir, se presentarán las noticias, crónicas o reportajes con mucho material audiovisual (gráficas, videos explicativos, crónicas estilo radio, etc.). Esto será esencial para enriquecer la información y, así, cubrir las necesidades del consumidor. Basándonos en esto, la misión de Bench Football no va a ser solo trasladar a la audiencia noticias especializadas sobre el fútbol modesto, también tendrá como finalidad lograr que los jugadores puedan encontrar equipo.

Esta misión específica hace que nuestro medio de comunicación se diferencie de las empresas informativas de este país, ya que no solo está especializado en un tema, sino que este es un ámbito que no tiene mucha repercusión en el panorama deportivo actual, lo que aporta un valor añadido a nuestra propuesta.

Para alcanzar esta misión, son necesarios una serie de fines principales, que serán la creación, difusión de Bench Football. Una vez formado nuestro producto informativo, nos centraremos en fidelizar a nuestros clientes y a aquellos jugadores que estén interesados en ofrecer su imagen futbolística. Por último, otro de los fines será el de dar continuidad a las ventajas del medio y mejorar aquellos puntos débiles que puedan afectar a nuestra

marca. Por lo tanto, la idea es perpetuar lo que va bien y mejorar las debilidades que se presenten.

Para alcanzar los fines mencionados y llegar a completar la misión, falta un último elemento del sistema, los objetivos. Serán de distinta índole y tipología: relacionados con el producto, la organización, el marketing, la comercialización y la economía de la empresa. Dichos objetivos se desarrollarán a corto (primer año), medio (segundo año) y largo plazo (tercer año):

### **Primer año**

Durante el primer año los objetivos serán de desarrollo y promoción de la web a pequeña escala. A continuación, se explicarán mejor los ámbitos que buscamos desarrollar.

- **Producto**
  - Crear el medio digital y su presencia en redes sociales como TikTok, Instagram y Twitter.
  - Contratar una empresa de diseño que nos ayude con la presencia en redes y la creación de contenido.
  - Compra de dominio web y el *hosting*
  - Crear un campus de fútbol para dar visibilidad a la web.
  - Compra de equipo técnico (ordenadores, suscripción a la nube, etc).
  
- **Organización**
  - Establecer un plan semanal de trabajo, tanto en publicaciones en la web como en redes sociales.
  - Cubrir la Tercera División Canaria al completo y los dos grupos de 1ª RFEF.
  - Monitorizar las impresiones de los usuarios con la página web.
  - Ver los gustos de los clientes y tratar de ofrecer contenido de su interés.
  - Crear un buzón de sugerencias que permita un contacto directo entre usuarios y desarrolladores.
  - Buscar asesoría fiscal ligada a la contratación de futbolistas y derechos de imagen.



- Marketing
  - Habilitar un teléfono y correo directo para anunciantes.
  - Usar estrategias de SEO y SEM. Utilizaremos tanto Google Adwords como Google Ads.
  - Contar con un *planning* de publicación en redes sociales que esté interconectado con las demás acciones de marketing.
  - Establecer convenios de promoción mutua con empresas relacionadas al fútbol modesto (por ejemplo, *Footters*) y empresas de ámbito nacional.
  - Crear eventos de promoción del medio de comunicación y de su apartado destinado a los futbolistas que buscan equipo.
  
- Comercial
  - Implicar a empresas regionales y nacionales, relacionadas con el sector del periodismo deportivo, para colaborar con el proyecto.
  - Contactar con ex futbolistas profesionales para que nos ayuden a dar mayor visibilidad a la página a través de sus redes sociales y streamers que den apoyo o tengan un gran conocimiento sobre estas ligas.
  
- Economía
  - Buscar anunciantes que quieran publicitarse en nuestro medio.
  - Buscar marcas que quieran vender sus productos directamente en la web.
  - Crear códigos de promoción de productos.
  - Establecer un apartado de donaciones y *crowdfunding*
  - Establecer un análisis de gastos e ingresos a tres años vista (presupuesto) para tener una idea aproximada de la situación financiera presente y futura de nuestra empresa.
  - Llevar a cabo un estudio de ingresos y gastos actualizado mensualmente.

## **Segundo año**

En este año, llevaremos a cabo una serie de objetivos de carácter táctico que seguirá siendo diferente

- Producto
  - Modificar y desarrollar mejoras que puedan surgir en el desarrollo web.
  - Tratar de conseguir un servidor web que nos permita almacenar toda la información.

- Monitorizar los grupos de 2ªRFEF y comenzar a sacar contenido de los mismos. Tanto de jugadores, como de resultados destacados de la jornada.
  - Desarrollo de motor de búsqueda para *scouters*.
  - Ampliar plantilla a nivel nacional y con ello lograr mayor información de lo que sucede en cada categoría.
  - Creación de un podcast con invitados y en el que se hable de lo más destacado de la jornada.
- Organización
    - Tratar de lograr nuevas ventajas competitivas para fidelizar al cliente y a su vez captar a nuevos socios.
    - Mantener el perfil del usuario que visite la página.
    - Valorar las peticiones recibidas a través de nuestras redes sociales o buzón de sugerencias y tratar utilizar las mejores para potenciar la experiencia.
    - En el caso de que surja competencia, analizar nuestras fortalezas y los desperfectos que podamos mejorar.
- Marketing
    - Mejorar la visibilidad online mediante campañas publicitarias.
    - Creación de eventos a pequeña escala (FanZone) en los partidos de la jornada.
    - Mejoras en el SEO y SEM.
    - Buscar nuevos métodos de promoción.
    - Crear sección de goles de la jornada en redes sociales y que los usuarios que nos sigan puedan compartirlos y votar. Lo mismo con la parada de la semana.
    - Habilitar un teléfono y correo directo para anunciantes.
- Comercial
    - Creación de sorteos en los que se puedan conseguir entradas gratuitas a los partidos.
    - Promoción de las categorías a nivel nacional mediante programas de radio interesados en el contenido deportivo.
    - Tratar de crear nuevas ofertas relacionadas con todo lo mencionado previamente. Por ejemplo: Un día del club en el que los precios en ciertos productos se rebaje un X%

- Economía
  - Tratar de buscar una rentabilidad máxima entre Ingresos - Costes Totales.
  - Realizar mejoras en equipo técnico y soporte (Cámaras para grabar videos, micros para el podcast, editores de audio y video, etc)
  - Partir de un presupuesto máximo establecido el año anterior.

### Tercer año

Los objetivos del tercer año serán estratégicos, ya que partirán de la trayectoria del medio durante los primeros dos años.

- Producto
  - Ampliar el espectro de actuación a toda la 3ªRFEF y Liga Iberdrola. Según avance esta parte, se trataría de absorber en un cuarto o quinto año, las categorías inferiores femeninas.
  - Posibles mejoras en el portal web.
  - Realizar una selección de las noticias más relevantes de cada categoría. Es decir, creación de una agenda *setting*.
- Organización
  - Mejor selección de contenido
  - Seguir mejorando e innovando para mantener la ventaja competitiva con respecto a nuestros competidores directos.
- Marketing
  - Posicionamiento en el mercado nacional.
  - Seguir mejorando el SEO y el SEM.
  - Continuar usando redes sociales como estrategia de Marketing y estar al tanto de todas las nuevas RRSS que puedan ir surgiendo.
  - Tratar de crear contenido premium en YouTube y iVoox.
- Comercial
  - Seguir implicando a empresas nacionales y regionales para darle promoción al medio.
  - Mejora de eventos como las *Fan Zones* y el campus de verano.
  - Establecer relaciones comerciales con proveedores informativos de cada región de España.

- Contactar con futbolistas que hayan podido dar el salto al deporte profesional mediante nuestra web y de esta manera que nos promocionen, ya sea en entrevista o mediante todas nuestras redes sociales.
  
- Economía
  - Mantener la posibilidad de donar dinero a la plataforma.
  - Creación de participaciones en la plataforma.
  - Mejora de patrocinios web con marcas de renombre (Joma, Errea, Mizuno, etc.).
  - Buscar alternativas a la publicidad.
  - Fomentar ofertas y sorteos para dar visibilidad a la marca.



## Información básica sobre el mercado

---

Bench Football busca ser referente e innovador en su propuesta a la hora de informar y crear contenidos en línea, aspirando a ser el mejor en su ámbito de trabajo. Consideramos que no se informa de este de una forma correcta y concreta a nivel nacional. Es cierto que existen algunas plataformas que dan noticias relacionadas con esta competición, pero suele limitarse a los resultados y, salvo periódicos locales o eventos concretos, no verás a diarios como *Marca* hablando de 1ª, 2ª y 3ª RFEF en portada.

Es cierto que existen muchos medios que hablan de fútbol, tanto nacional como internacional, por lo que podría llegar a nacer competencia si el proyecto va bien y esta será muy alta, por lo que nos estamos adentrando en un océano rojo. A pesar de esta sobresaturación de noticias futbolísticas vemos en el balompié semiprofesional una oportunidad de mercado, dado que muchos equipos históricos (Deportivo, Murcia, Racing, etc) y con alto poder adquisitivo y grandes masas sociales, se están situando en 1ª RFEF. Es aquí donde nace la oportunidad de que sea un océano azul.

Hay que ser conscientes de la situación. Es cierto que estamos en un océano azul, pero relajarnos puede convertirse en el principio del fin de este proyecto. Ya que los medios poderosos como *Marca*, *Mundo Deportivo* o *As* pueden ver que esto es rentable y tratar de sacar baza de esta situación. Por eso hay que darle prioridad a la innovación y fidelización del cliente.

Hay que tener claro cuál es el público objetivo al que se dirige nuestra web. Por lo que hay que clasificar y evaluar algunos aspectos que pueden ser claves para encontrar nuestro nicho de mercado. Para ello deberemos realizar algunos análisis.

- **Análisis demográfico:**

Tenemos que calcular cuál es el abanico de edad al que nos dirigimos con esta plataforma. Actualmente, hacemos estimaciones que nuestro principal público debe de estar entre los 18 y los 30 años. Que es el período de *prime* físico de un futbolista. Esta cifra de edad podría aumentar.

- **Análisis geográfico:**

La idea principal es dirigirse al territorio nacional, pero no se descarta la posibilidad de que se pueda acceder desde fuera de España para contactar con los futbolistas o leer información de la categoría. El primer año, por motivos de proximidad, se le dará prioridad a la 3ª RFEF del grupo canario y al grupo 1 y 2 de la 1ªRFEF que es la más profesionalizada de las 3 ligas.

- **Análisis psicográfico:**

Este medio pretende ser consumido por un amplio abanico de personas. Ojeadores, futbolistas, clubes, managers, aficionados al deporte, periodistas e incluso los propios deportistas que se registren en la web.

Para que esto sea posible se deberá tener en cuenta varios aspectos como el tamaño, el posible crecimiento y la accesibilidad al medio digital. Se deberá realizar un buen análisis que permita corroborar la viabilidad del medio.

Al principio será muy complicado abarcar una gran marea de público, dado que a pesar de que el proyecto es innovador, el público aún no conoce muy bien las categorías y se informan, sobre todo, por medios locales. Para ello, se tratará de sacar un podcast semanal y subir cortes de este a redes sociales, acercándonos de esta forma a la gente.

La accesibilidad a la plataforma es muy importante y por eso trataremos de hacerla lo más sencilla e intuitiva posible. Nuestra idea es una financiación en base a ventas online y publicidad, ligada a las visitas que pueda tener la plataforma, por lo que no cobramos por tener acceso a la misma. Permitiendo el acceso a todo el mundo. Matizamos que una cosa es acceder a información y otra a registro, ya que para poder registrarte deberás ser mayor de edad y presentar una foto de tu última ficha. Se podrá navegar por la web mediante cualquier dispositivo electrónico (móvil, ordenador o tablets).

Por último tendremos el crecimiento de la empresa. Este irá ligado con el número de lectores que tenga y el número de personas que se registre y/o efectúen compras en la plataforma. Cuanto mejores sean los descuentos y más futbolistas logren encontrar equipo, mayor número de consumidores tendremos y con ello más beneficios. Este punto dependerá de la actividad que tengan los *scouters* o clubes dentro de la plataforma y la cantidad de deportistas con los que contacten para su contratación.



## Análisis de la competencia

---

Hoy en día, no existe ningún digital con periodicidad diaria que se encargue de ofrecer al detalle información especializada de las categorías más modestas del fútbol español. Bien es cierto que hay otros medios deportivos como *Marca*, *As*, o *Mundo Deportivo* que dedican secciones, muy pequeñas, a los mejores equipos de estas categorías. El objetivo de Bench Football es ofrecer contenido de todos los equipos y jugadores, desde la especialización y la calidad informativa que defendemos. Además, el componente diferencial que nos da una ventaja competitiva en nuestro apartado destinado para que los jugadores se ofrezcan a clubes. En este sentido, podríamos decir que no hay una competencia ofrezca las características mencionadas. Sin embargo, sí hay medios de información que se dediquen a hablar de este tema, pero a través de otros formatos. Por ello, en lo que respecta a la temática, habrá competencia directa.

Estos son los que se convertirán en nuestros principales competidores dentro del mercado:

**-Footters:** Es un medio de comunicación que se centra en el *streaming* de encuentros disputados desde la Primera RFEF hasta la Tercera RFEF. Además de los partidos que se pueden ver a través del medio, los aficionados podrán seguir toda la información de sus clubes, con fichas de jugadores y técnicos, estadísticas, datos de las diferentes competiciones, así como descubrir multitud de otros equipos de cualquier categoría, cualquier edad y de cualquier parte del mundo. También cuentan con un modelo de suscripción para ver partidos a la carta. Sin duda alguna, *Footters* se convertirá en nuestra principal competencia. No obstante, no descartamos colaboraciones con esta compañía, ya que sería *Win to Win* para ambos.

**- Medios locales:** Los medios locales serán un arma de doble filo, dado que a pesar de que en ocasiones nos servirán para informarnos de la actualidad de algún equipo, son los que más contenido emitirán acerca de los clubes de pequeñas localidades. Esto se debe a que esos clubes modestos son el principal atractivo de su pueblo o ciudad, un ejemplo: CD Mensajero, SD Tenisca y Atlético El Paso. Estas tres entidades palmeras acaparan todos los focos en la isla, dado que el pueblo se suele volcar con ellos. Asimismo, este ejemplo lo podemos ver en ciudades como Santander, donde su equipo es un histórico del fútbol

español, pero debido a que milita en la 1ª RFEF no se habla de él a nivel nacional. La idea de Bench Football es recoger todas estas noticias en un mismo punto, para que los aficionados del deporte modesto no tengan que ir danzando de una plataforma web a otra.

**-FutbolJobs:** Como hemos comentado anteriormente, una de las ventajas competitivas que tendrá nuestro portal web es su apartado destinado hacia aquellos futbolistas que busquen equipo o que quieran mejorar su carrera profesional. En esta temática, una de las principales competencias es *FutbolJobs*. Es la primera bolsa de empleo para gente relacionada con el fútbol y tiene unos 6.000 inscritos. Aquí nuestro objetivo es superar la cifra tanto de jugadores registrados como activos que tiene esta página.





## Lienzo de modelo de negocio

### Alex Osterwalder

<p><b>SOCIOS ESTRATÉGICOS</b></p> <p>Futbolistas</p> <p>Asesores</p> <p>Liga RFEF</p> <p>Informático</p> <p>Patrocinadores</p> <p>Community Manager</p> <p>Colaborador</p> <p>Creadores de contenido especializados en el sector</p>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <p>Realización y publicación de contenidos sobre Primera, Segunda y Tercera RFEF, junto a las cuatro patas de la mesa: producto, marketing y gestión comercial, TIC y gestión empresarial</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Medio de comunicación especializado en el fútbol semiprofesional español. Información deportiva de manera periódica. Apartado exclusivo para aquellos futbolistas que quieran ofrecerse a equipos. Contenido analítico, innovador y de calidad.</p> <p>Posicionamiento mediante contenido especializado e innovador</p>	<p><b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b></p> <p>Interacción por redes sociales, canales de streaming, tienda y buzón de sugerencias. Además de sorteos y el campus de verano.</p>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <p>Personas entre 14 y 60 años. Aficionados o personas que les interesen estas categorías.</p> <p>Anunciantes relacionados con la temática</p> <p>Futbolistas (18-30 años), <i>scouters</i> y clubes.</p> <p>Marcas relacionadas con el deporte. (Casas de apuesta, suplementación deportiva, clínicas etc).</p>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Compra de mercancías, colaborador ocasional, compra de información, hosting, dominio, publicidad en medios, alquiler, asesoría, empresa de diseño web.</p>	<p><b>RECURSOS CLAVES</b></p> <p>Capital humano y recursos técnicos: Plantilla de Wordpress, equipamiento electrónico (ordenadores, tablets, móviles, micros, cámaras), programa de edición, dominio y hosting. Colaboradores, informáticos, periodistas especializados y editores de vídeo</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Portal web de noticias, perfiles de los futbolistas y redes sociales: Instagram, Twitter, Facebook, Telegram, Gmail</p> <p>Además de plataformas multimedia como: Tik Tok, Spotify Youtube y Twitch</p>	<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <p>Youtube, Twitch, iVoox, Crowdfunding, Tienda, Redes sociales, Anunciantes, Campus de fútbol y Donativos</p>



## Descripción pormenorizada del contenido de los bloques

---

### Propuesta de valor

Bench Football es un portal web que quiere ofrecer toda la información posible relacionado con el fútbol semiprofesional. La intención final es lograr conseguir que futbolistas de 1ª, 2ª y 3ª RFEF logren alcanzar el deporte de élite.

Esta idea nace ante la posibilidad de acaparar un hueco de mercado aún sin explotar, ya que no existe ningún medio de comunicación que cubra el fútbol semiprofesional en su totalidad. Existen periódicos locales que dan visibilidad a su equipo, pero ninguno que recabe toda la información en un mismo sitio web.

La prioridad es actualizar el fútbol semiprofesional y acercarlo a todo el mundo mediante una plataforma que recopila toda la información, a su vez esta plataforma servirá para poder contactar con los futbolistas de forma directa o incluso con sus representantes y de esta forma poder dar un salto en sus carreras. Asimismo, se buscaría apoyo de *streamers* y *youtubers* encargados de cubrir esta categoría como es el caso de Rafael Escrig o Axel Torres.

Por otra parte, tanto clubes como usuarios que visiten la web podrán beneficiarse de sus servicios con descuentos en la compra de material deportivo de las marcas que deseen publicitarse en la web. Asimismo, se tratarán de hacer noticias y reportajes de los clubes y futbolistas contando anécdotas y demás. Además, se hará un seguimiento exhaustivo de los playoff de ascenso y de descenso.

La intención principal es convertir la web en un trampolín para futbolistas que buscan una oportunidad en el fútbol profesional. Sería algo así como una red social para deportistas, managers y clubes. De esta forma, tendrían contacto directo entre ellos sin necesidad de mediadores. A su vez, el público externo, a lo ya mencionado, tendrá la oportunidad de seguir las categorías partido a partido.

## Segmentos de clientes

Dentro de este apartado, se realizará un extenso análisis de nuestros clientes potenciales. El segmento se dividirá en dos grupos: los consumidores y anunciantes.

- Consumidores

En la actualidad, las categorías más modestas del fútbol español (Primera, Segunda y Tercera RFEF), están logrando tener una mayor expansión dentro del panorama deportivo nacional. Esto se debe a la aparición de equipos históricos como Nástic de Tarragona, UD Logroñés, Recreativo de Huelva o Deportivo de La Coruña que arrastran consigo una gran masa social sedienta de información. Por todo ello, buscaremos crear una comunidad donde no importen las edades ni las clases sociales, el fútbol será para todos.

Además de los hinchas y aficionados, también contamos con los futbolistas como principales consumidores de nuestro producto y servicio. Con respecto a los jugadores que estén interesados en registrarse en nuestro portal web. El único requisito que exigimos es que milite en las categorías comprendidas entre Primera RFEF y Tercera RFEF. Además de que no cuentan con managers o agentes que le puedan ofrecer un buen contrato en un equipo p\*.

/.

...rofesional, por ello, nuestra intención principal es convertir la web en un trampolín para futbolistas que busquen una oportunidad y que logren dar el salto a su carrera deportiva.

Desgraciadamente, no hay ningún tipo de informe sobre el consumo de prensa destinada al fútbol modesto español. Pero sabemos que este apartado futbolístico ha crecido de manera exponencial, gracias a las interacciones en redes sociales de miles de aficionados y la inversión de estos clubes en la contratación de *communities managers*.

Por otra parte, en los futbolistas, hay muchos casos de jugadores que quieren mejorar y fichar por otro club para dar ese deseado salto a su carrera deportiva profesional. Casos como el de Borja Iglesias, delantero del Real Betis que estaba con 24 años jugando en la antigua 2ªB, actual Primera División RFEF, y con 25 años en la Liga SmartBank. Menos de un lustro después se proclamó campeón de la Copa del Rey, máximo goleador y MVP de la final. Sin duda, un claro ejemplo de que la edad en el fútbol es lo de menos. Por ello, a través de nuestro portal web, queremos crear historias similares a la del delantero bético.

Otro caso menos conocido es el de Alberto Rodríguez, futbolista canario que milita en el Lugo, de Segunda División. Ha tardado en debutar en el fútbol profesional a los 28 años, tras varias temporadas en equipos semiprofesionales de España. Un claro ejemplo de que todo llega, sobre todo tras estar sobresaliendo en equipos humildes, como el Arucas o la UD Tamaraceite, ambos conjuntos de Gran Canaria.

Muchos futbolistas que pertenecen a estas divisiones, notan como su carrera está estancada y busca mejorar su trayectoria profesional fichando por otro equipo. Bench Football quiere mantener informado a los aficionados e interesados por estas categorías, así como ayudar a futbolistas semiprofesionales para que puedan ser ya considerados como profesionales. Con todo ello, crearemos una enorme comunidad.

- Anunciantes

Los principales anunciantes están relacionados con el deporte de forma directa o indirecta. Es decir, marcas de ropa deportiva, casas de apuestas, clínicas médicas, etc.

#### Marcas deportivas

Los consumidores podrán acceder a primeras marcas de material deportivo mediante el uso de descuentos en la tienda online. Mediante estos códigos, la web obtendrá un porcentaje de beneficios. Se tratarán de obtener anunciantes tanto locales (tiendas de ropa de ciudades o pueblos), como internacionales (Nike, Joma, Umbro, etc).

- **Joma:** Marca española de material deportivo.
- **Rasan:** Marca española de material deportivo.
- **Umbro:** Marca inglesa de material deportivo.
- **Errea:** Marca italiana de material deportivo.
- **Macron:** Marca italiana de material deportivo-
- **TDC:** Tienda deportiva con residencia en las isla de Tenerife.
- **Deportes Base:** Tienda deportiva a nivel canario.
- **Decathlon:** Empresa internacional de material deportivo.

### Casas de apuestas

Las casas de apuestas están muy presentes en el fútbol hoy en día, siendo de las compañías que más dinero mueven en el deporte rey. Por tanto, Bench Football no será menos y se aprovechará de esta situación para poder sacar beneficios.

- **Bet365**
- **William Hill**
- **Codere**
- **Bwin**
- **888sport**
- **Sportium**

### Clínicas Médicas

Las consultas médicas están a la orden del día en el fútbol, la Mutua suele ser la encargada de cubrir los seguros de los jugadores. Esto podría ser una oportunidad para que tanto dentistas, como fisioterapeutas, como clínicas privadas podrían aprovechar para anunciarse

- **Hospiten**
- **Vitaldent**
- **Mutua Tinerfeña**

### Bebidas energéticas

Las bebidas energéticas son otro de los soportes del fútbol, ya que estas aprovechan los partidos para anunciar y mostrar los beneficios que tiene consumir su marca en el rendimiento deportivo.

- **Aquarius**
- **Powerade**
- **Gatorade**
- **Monster**
- **Red Bull**

### Suplementación deportiva

La alimentación es muy importante para el rendimiento al máximo nivel, por eso daremos la oportunidad de anunciarse a marcas de suplementación deportiva como pueden ser batidos de proteínas o nutricionistas que quieran mostrar su trabajo.

- **HSM:** Marca de suplementación deportiva
- **Herbalife:** Empresa de nutrición.
- **M.A. Prox:** Marca de suplementación deportiva.

### **Canales de distribución**

En España, más de 30 millones de usuarios están conectados a la esfera pública de internet. El INE explica que el 93, 7% de los españoles han utilizado internet en los últimos meses, siendo una práctica mayoritaria en los jóvenes de 16 a 24 años.

Por ello, nuestro medio de comunicación será digital, ya que lo vemos como la opción más rentable y factible. Los datos nos invitan a ello además de la conectividad y la globalización presentes en el mundo de internet. Dentro de este ciberespacio, lograremos encontrar a nuestros clientes potenciales y a nuestros anunciantes, todo ello con la misión de lograr una mayor expansión de la marca.

La interconectividad es un factor importante para cualquier medio de comunicación, no obstante, la sobreinformación nos obliga a crear una estrategia de Search Engine Marketing (SEM), que nos permitirá posicionarnos, de manera rápida, en un lugar favorable de Internet entre las búsquedas de nuestro público.

Nuestra relación con los clientes se desarrollará, en gran parte, dentro del entorno digital, ya que tendremos presencia en las plataformas digitales o redes sociales más populares de la actualidad. De esta manera, podremos interactuar y generar una retroalimentación con nuestros seguidores. En cada una de ellas facilitaremos un correo electrónico de la empresa para que se puedan poner en contacto con nosotros. [benchfootball.contacto@gmail.com](mailto:benchfootball.contacto@gmail.com).

Con respecto a las redes sociales, somos conscientes de su evolución y de lo importantes que es para un medio de comunicación usar este tipo de plataformas. Por todo ello, hemos decidido dar mucha importancia y destinar una gran parte de nuestro tiempo a trabajar en nuestras redes sociales, donde publicaremos de manera constante y diaria, atendiendo a todas las características narrativas de cada una de ellas. Nuestro objetivo final será crear

una comunidad en la que los usuarios puedan opinar e interactuar con nosotros o con los demás internautas. Además de crear una comunidad, queremos fidelizar a nuestros consumidores en cada una de las distintas plataformas sociales. Para esto, contamos con la ventaja de conocer el entorno y el ambiente del terreno, ya que ambos integrantes consumimos información futbolística de estas categorías, además de ver muchos encuentros y seguir a muchos futbolistas que militan en las divisiones mencionadas. Estas serán las redes sociales y plataformas móviles que usaremos:

- **Instagram:** Publicaciones con periodicidad constante, donde explotaremos cada uno de los recursos que hay en la aplicación. Aquí subiremos información y los resultados de los partidos de cada uno de los grupos de Primera, Segunda y Tercera RFEF. Además, en las historias de la red social, se subirán encuestas y dejaremos que la audiencia opine sobre asuntos de interés relacionados con la temática a tratar, para que se sientan involucrados en nuestro proyecto y nos ayuden a fidelizar la comunidad. En general, publicaremos fotos, vídeos y reels de cada novedad, todo ello acompañado de un texto introductorio en el que se recogerá la información más relevante. También, anunciaremos sorteos de equipamiento deportivo o camisetas firmadas por futbolistas que militan en estas categorías o superiores. Así lograremos más seguidores y estarán más activos en esta red social.
- **Twitter:** Esta plataforma será fundamental para nuestro medio de comunicación. Aquí emplearemos un estilo más periodístico que en otras plataformas, ya que informaremos sobre cada uno de los resultados, fichajes o análisis. Para ello, nos aprovecharemos de los recursos que dispone la app, como los hilos (para informaciones largas) o los contenidos multimediales, como las fotos o vídeos. Además, en cada uno de los tweets usaremos una cantidad adecuada de *hashtags* para lograr una mayor viralización. De esta forma, podremos generar un valor añadido y justificar la importancia de que nuestros clientes nos siguen en cada una de las redes sociales.
- **TikTok:** Es claramente la plataforma emergente y de mayor crecimiento desde el año 2020 y 2021. Su algoritmo es muy sencillo, ya que con subir publicaciones de manera periódica se conseguirá viralizar algunos videos o contenidos. Sin embargo, uno de los puntos débiles de TikTok es la monetización de los videos, no obstante se pueden conseguir muchos patrocinios gracias a esta aplicación. La duración de los videos oscila entre los 30 y 45 segundos. Subiremos breves informaciones y retos de ámbito futbolístico para que el público se entretenga y pueda opinar a través de

los comentarios. Además, publicaremos memes, tops semanales, noticias, micro reportajes y mucho más. Todo ello con la misión de entretener al espectador.

- **Facebook:** De todas las plataformas y redes sociales que tendremos, Facebook será la que menos uso tendrá. Su entorno está compuesto, en su mayoría, por un sector de personas de una edad avanzada (superior a 40 años). Aún así esta red social será fundamental para comenzar y compartir el contenido que vayamos subiendo a nuestro portal web. También enviaremos mensajes a futbolistas que necesiten equipo para que aprovechen las ventajas que disponemos en nuestra página web. Las publicaciones se basarán en fotos y vídeos acompañados por un breve texto informativo.
- **Twitch:** El enorme crecimiento que ha sufrido esta plataforma en los últimos 3 años es digno de estudio. Siendo la aplicación líder en creación de contenido *streaming*, Twitch ha conseguido llegar a millones de usuarios, alcanzado cifras iguales o superiores a las de Youtube. Nos subiremos a este barco para llegar a más personas, sobre todo al público más joven. En nuestro canal, realizaremos un directo semanal de dos horas cada martes, donde analizaremos toda la jornada deportiva de las categorías comprendidas entre la Primera y Tercera RFEF. Este tipo de programas se llevarán a cabo por la tarde, de 17:00 a 19:00 horas (horario canario). Además, haremos algunas entrevistas con jugadores que militan en las categorías mencionadas o con otros que busquen equipo. Por lo tanto, cubriremos una necesidad social y deportiva. A largo plazo, intentaremos obtener algunos derechos para retransmitir partidos, para ello, tenemos en mente llegar a un acuerdo contractual con la compañía *Footters*.
- **Youtube:** Los vídeos serán grabados y guardados en nuestro repositorio de la página web para que los consumidores del producto puedan acceder desde allí, todo ello con la misión de que todas las plataformas que vayamos a usar logren estar conectadas junto a nuestra marca. Además, gracias a nuestro canal de Twitch, recopilaremos fragmentos de los directos que sean de gran interés para, posteriormente, subirlos a Youtube. La duración de los vídeos será de, como máximo, diez minutos, donde habrá una buena edición previa para que el canal cuente con una enorme calidad audiovisual. En general, la mayoría del contenido creado en Twitch irá destinado a esta plataforma, donde lograremos una buena monetización de los videos y dispondremos, a largo plazo, de unos beneficios económicos.



Por otra parte, subiremos videos semanales como “Resumen de la jornada”, “Mejores jugadores de la jornada” y “Altos y bajos” (sección donde analizaremos las rachas positivas y negativas de cada uno de los conjuntos de Primera, Segunda y Tercera RFEF). Para ello, llegaremos a un acuerdo con la empresa *Footfers*, ya que son los que tienen los derechos televisivos de estas ligas. También, se subirán los reportajes, las entrevistas a jugadores y entrenadores.

- **Ivoox y Spotify:** Estas dos plataformas las utilizaremos con el objetivo de almacenar y presentar nuestro proyecto “El banquillo”, donde elaboramos un extenso análisis de la categoría, curiosidades y entrevistas con jugadores profesionales o semiprofesionales. Esto no supondrá ningún tipo de problema, además de que no requiere mucho tiempo de trabajo. Hoy en día, los podcasts están teniendo mucho éxito, logrando alcanzar a miles de oyentes a diario. Por ello, realizaremos un programa semanal que tendrá una duración de entre 30 minutos y 45 minutos.
- **Gmail:** Nuestra información de contacto tanto personal como de la empresa aparecerá en una sección de la página para que el cliente pueda enviarnos un mensaje a través de este canal. Nuestra cuenta de gmail también servirá como buzón de sugerencias. El equipo se compromete a responder todas las sugerencias, dudas, opiniones o reclamaciones para establecer un servicio de comunicación que garantice al público una retroalimentación y así ofrecer la sensación de conectividad y de cercanía.
- **Telegram:** Facilitaremos un grupo de telegram gratuito donde avisaremos cuando haremos directos en Twitch y cuando se subirá el próximo video a Youtube. Asimismo, anunciaremos con antelación la fecha de subida del próximo podcast. Además, dentro de nuestro canal de Telegram, los usuarios podrán opinar y debatir de tú a tú con nosotros. También podrán pasar memes o contenido humorístico para generar un ambiente agradable. Por otra parte, los clientes conocerán con mucha antelación los próximos descuentos en productos de la tienda.

Como hemos visto Bench Football tendrá presencia en la mayoría de redes sociales y plataformas de videos y *streaming*. Queremos tener una mayor captación de público objetivo y generar una gran comunidad de futboleros y futboleras. Además, los futbolistas semiprofesionales que quieran dar el salto a las categorías altas del fútbol español verán que el proyecto es serio y fiable, por lo que se animarán a ofertarse a través de nuestro

portal web. Poco a poco, ganaremos una enorme reputación y crearemos un buen entorno digital.

### **Relación con el cliente**

La empresa tendrá una relación directa con su público, por lo que llegará a tener un buzón de sugerencias y atención al cliente en caso de que fuese necesario. Se actuará en la dirección de fidelizar a los usuarios utilizando el boca a boca como principal método de propaganda.

Al tratarse de una empresa emergente el principio será complicado. La falta de medios especializados en el sector será nuestra mejor baza, ya que como se ha mencionado previamente, no existe ninguna plataforma que englobe la totalidad del fútbol semiprofesional y ante la modernización de este, se está creando un hueco de mercado del que queremos ser partícipes y dueños. El primer año, aprovecharemos para dar toda la promoción posible a la 1ª RFEF y 3ª RFEF, grupo canario.

Al comienzo, se podría realizar el trabajo desde las Islas Canarias, aprovechando el descuento de residente para viajar a la península y cubrir algunos partidos y reportajes. Pero a medida que fuese creciendo la web, se tendría que abandonar el nido para vivir en Madrid, Barcelona, Sevilla o Bilbao. Las comunidades autónomas de estas ciudades son las que tienen más equipos en el fútbol semiprofesional, por lo que se tendría un trato más rápido y directo con las entidades y usuarios.

La idea a largo plazo, sería tener al menos un corresponsal por comunidad autónoma. Este se encargaría de cubrir todos los resultados de los equipos de su zona. A medida que fuese creciendo la página, se trataría de contratar más personal, dado que la tercera división alberga muchos grupos y es demasiado trabajo para un solo periodista.

Una vez cubierto todo el fútbol semiprofesional, se abrirá una nueva ventana dirigida al fútbol femenino. Tanto de primera división como de segunda. Las féminas cada vez están cogiendo mayor auge en el sector y es una buena oportunidad para dar visibilidad a la web y mostrarla como una plataforma a favor de la igualdad de género.

Una vez cubierto todos estos elementos, se harían varios podcasts semanales. Uno dirigido a 1ª RFEF, otro dirigido a 2ª y 3ª RFEF y un último que hablara de fútbol femenino. De esta forma los usuarios podrán estar informados de todo lo que sucede a nivel nacional sin

moverse de casa. Tan solo cogiendo el móvil o el ordenador y poniéndose el programa. En estos episodios se hablará de los equipos que mejor rendimiento llevan, las jugadoras o jugadores más destacados, predicciones y sensaciones. Asimismo, se cubrirán los playoff en primer plano y se tratará de conseguir entrevistas con jugadores, directivos o entrenadores más destacados. Todo esto con la norma principal de Bench Football que es dar visibilidad al deporte modesto.

Los clientes se podrán beneficiar de reportajes sobre sus equipos, contando las pequeñas historias que alberga cada uno de ellos o con descuentos en la propia web. En la que venderemos *merchandising* de la plataforma o material deportivo. También, se realizarán campus de verano destinados a niños y a mejorar en aspectos técnicos y futbolísticos de estos. Trataremos de financiar este evento con patrocinadores y la ayuda de los ayuntamientos y las concejalías de deportes, de esta forma lograremos reducir los costes.

En cuanto a redes sociales se tendrá un trato cercano con los clientes mediante *quiz*, filtros y *stories*. Esto se recogerá en el *planning* semanal de contenidos. Asimismo, se intentará contestar a todos los mensajes privados que vayan dirigidos a dudas con la plataforma o a mejoras de la misma. La web está abierta a la innovación y que el usuario sea escuchado y forme parte de ella. La intención es crear una comunidad sana y evitar el sensacionalismo y el periodismo de bandera en las publicaciones. Tratando de ser lo más objetivos posible.

Los anunciantes tendrán la oportunidad de promocionar todo tipo de productos relacionados de forma directa o indirecta con el deporte. Como ya se ha mencionado, se busca una plataforma sana y que busque promover una vida saludable mediante el deporte, en este caso el fútbol. Por esta razón, abrimos las puertas a todo tipo de anunciantes, ya sean dietistas, tiendas de ropa, marcas deportivas, etc.

Para que todos estos propósitos sean posibles debemos llegar a un acuerdo con la web de *Footters*, que tendría la oportunidad de anunciarse de forma gratuita en la web a cambio de que nos permitiese utilizar contenido audiovisual de estos partidos. Ambas partes saldrían ganando, ellos tendrían promoción gratuita y nosotros contenido multimedia y mayor facilidad para acceder a los partidos y jugadores.

Por último, no podemos olvidar que esta web trata de sacar nuevos talentos al fútbol profesional. Por lo que esta colaboración de *Footters* sería importantísima para cumplir nuestras expectativas. En el caso de los jugadores que se registren en la página, esta se convertiría en una especie de muro de Facebook en el que pudiesen compartir sus mejores

jugadas, estadísticas y demás contenido relevante. Esto permitiría a los ojeadores tener un trato más directo con los futbolistas y poder encontrar futuras estrellas en la categoría.

## **Recursos clave**

### Capital humano

Esto es primordial a la hora de que el negocio funcione. Debe estar muy bien cuidado y tratado, ya que unos empleados contentos son más productivos. Estos serán la piedra angular de todo el proyecto y serán los encargados de que este funcione

Los miembros del plan estarán repartidos por toda España. Habrá al menos un responsable en cada comunidad autónoma en el momento que se abarque la 2ª o 3ª RFEF. En los inicios de Bench Football se necesitarán al menos a 6 personas encargadas de sacar el proyecto adelante. Dos de ellos serán Antonio Flores y Miguel Requena, que serán los directores del medio y redactores. A estos dos se les sumaría una empresa de software (Acid Tango) encargada del mantenimiento de la web y dos gestores comerciales que se ocuparan de dar visibilidad a la web y promocionar sus productos. Por último, estaría bien contar con la ayuda de algún corresponsal en la península y que este cubra algunos partidos.

El fútbol es el deporte rey en España y en el mundo, practicado por todos alguna vez en la vida. Por eso, en Bench Football buscamos a personas amantes del balompié. En el caso de Antonio Flores es conocedor de la Liga SmartBank, debido a que el club del que es hincha milita en esta desde el año 2014 y es fiel seguidor de cada partido, por lo que tiene un conocimiento general de la categoría. Por el contrario, Miguel Requena está más próximo a la Primera División, ya que es aficionado del FC Barcelona. A pesar de ello, es igual de válido, ya que muchos futbolistas dan el salto de forma directa de la 1ª RFEF a la Liga Santander. Ejemplos de ello son: Sergio Busquets, Fede Valverde, Enzo Zidane, etc.

A todo esto se suma que ambos tienen contactos en 1ª y 2ª RFEF debido a que tienen amistades dentro de las categorías. Futbolistas y directores deportivos entre estas amistades.

El reparto de tareas será clave en los inicios del proyecto, habrá que dejar claro a qué se va a dedicar cada uno de los miembros. Empecemos por Miguel Requena. En su caso, se encargará de redactar y ayudar al *Community Manager* a llevar las redes sociales. Asimismo, analizará los mejores partidos de cada jornada y las jugadas o futbolistas más destacados.

Por otro lado tenemos a Antonio Flores, el se encargará de contactar con las entrevistas para el canal, realizar una *agenda setting* con lo más importante de cada jornada y redactar junto a Miguel los reportajes o noticias que puedan ir saliendo semana a semana.

Como ya se mencionó, también se contactará con una empresa informática encargada de programar la web y tenerla a punto para que nada falle. Por otro lado, se intentará contactar con un corresponsal en la península que se encargue de cubrir posibles eventos y partidos que puedan ir surgiendo en caso de que ni Miguel ni Antonio puedan viajar al lugar.

Por último, los propios creadores de la página contactarán con compañeros suyos que ayuden a elaborar la gestión empresarial de la compañía; Alejandro Hammerhoj Polegre y Daniel Álvarez Medina. De esta manera nos ahorramos dinero y se evitarán posibles inconvenientes que puedan ir surgiendo a medida que avanza el proyecto. Esto se realiza para quitar carga de trabajo a los miembros de Bench Football. Para los próximos años, ya contrataremos a un gestor financiero.

### Recursos técnicos

Se destinará dinero a la compra de cámaras, ordenadores, programas de edición de video y de fotos, micrófonos, etc. Todo ello será necesario para poder grabar el contenido que iremos publicando en nuestras plataformas. No nos podemos olvidar de la compra del dominio web que sería benchfootball.com, lo compraremos en la página web <https://www.wordpress.com> y escogeremos el pago anual del dominio.

Bench Football será una plataforma 100% digital, por lo que en sus inicios se realizará teletrabajo para abaratar en costes. En el momento en el que la web despegue se trataría de buscar un local o estudio en Madrid o Barcelona. La elección de estas ciudades viene dada por la geolocalización de estas y la conectividad que tienen con las demás ciudades de España. Con respecto al diseño de la página, este debe ser intuitivo y de fácil accesibilidad, siendo a su vez llamativo y adaptable a las necesidades de los contenidos que se publicarán.

Para empezar, lo que haremos será seleccionar una plantilla de la plataforma que caze con la temática futbolera. Por suerte, *WordPress* dispone de numerosas plantillas que se adaptan al ámbito que quieras (deportes, cultura, economía, ciencias,...). Seleccionamos un

diseño sencillo pero a su vez elegante, ordenado y llamativo. Además dispondremos de una configuración SEO (*Search Engine Optimization*) que será bastante fácil de usar.

Este diseño se trata de *Real Soccer*, un tema de *WordPress* especialmente diseñado para sitios web de clubes deportivos y equipos de fútbol. Pero puede ser utilizado también para baloncesto, rugby, voleibol y béisbol. Viene con útiles funcionalidades como lista de jugadores, tabla de liga, perfil de jugador, agenda de partidos y horas, jugadores con más goles, reportaje de partido, etc.

*Real Soccer* viene con tres demos prediseñadas que se pueden instalar con un solo clic. Además, cuenta con un constructor de páginas e incluye, de manera gratuita, el popular plugin para la creación y gestión de banners de imágenes deslizantes *Master Slider*. Este tema es compatible con la extensión *JoomSport* una completa solución que incorpora a tu *WordPress* todas las funcionalidades necesarias para cualquier sitio web de clubes deportivos; clasificaciones de la liga, partidos, equipos deportivos con descripción, historial de partidos, estadísticas y fotos, jugadores con sus perfiles, fotos y logros personales, partidos con resultados y detalles, y finalmente todo ello clasificado por temporadas y ligas de forma estructurada.


El plan de diseño de la página comentado anteriormente sería el más adecuado para nuestro portal web. La accesibilidad de su interfaz y la sencillez se convierten en elementos importantes, sobre todo para el entorno digital y el ciberespacio. En general, el diseño es claro y limpio, por lo que cualquier usuario, tanto el hincha como el futbolista, podrá acceder fácilmente y sin ningún tipo de complicación. Además, en nuestra página web daremos bastante prioridad a los datos, gráficas e informaciones, pero también aprovecharemos las funciones del diseño web para añadir más contenido multimedia (imágenes, gráficas, videos, audios...).

Por otra parte, un punto positivo que hemos tenido en cuenta a la hora de seleccionar el tema de la página web es el colorido. El modelo tiene un color negro elegante en el encabezado más una combinación de rojo y blanco en toda la página. Estos elementos serán disruptivos y crearán una mayor captación al usuario que visite nuestro portal web. Además, todo esto va acorde con nuestros contenidos, pues dibuja un panorama muy sencillo y estético que es uno de los principales atributos que nos solemos encontrar en medios deportivos.

Por último, es necesario recalcar que las publicaciones más recientes se aprecian en la parte superior de la página, por lo que el usuario, al entrar en nuestra web, lo primero que verá son las últimas noticias, reportajes, opiniones o análisis que han sido colgadas en el portal.

HTML5 | CSS3 | JQUERY | WORDPRESS WP THEME BY GOODLAYERS

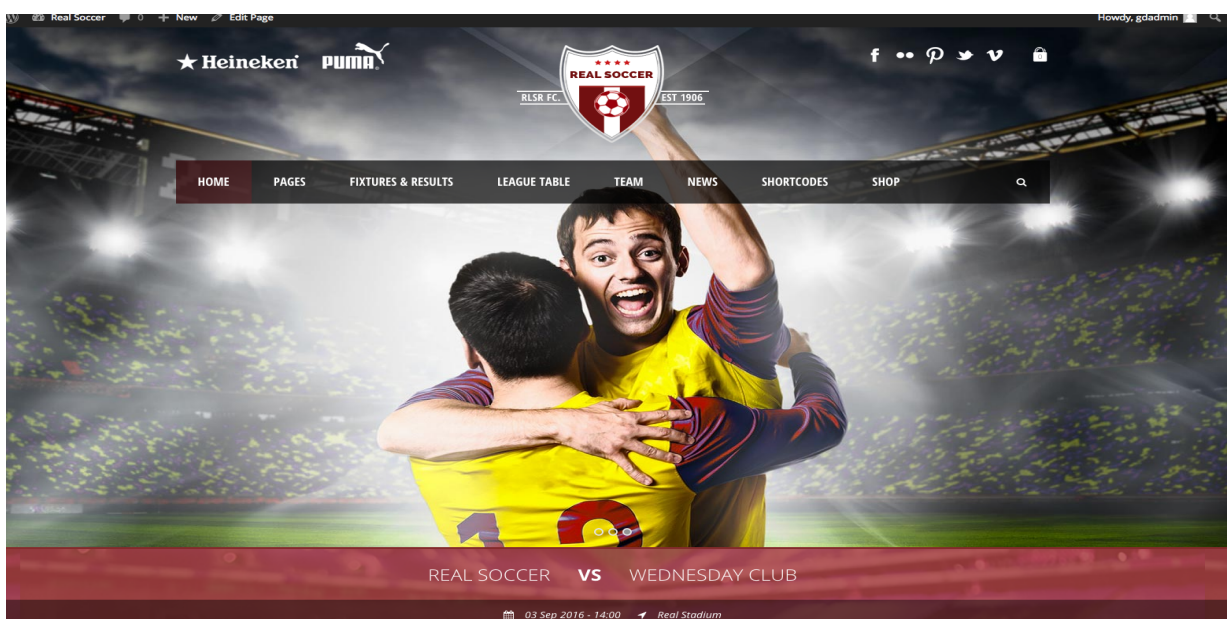
**V2.0**



## REAL SOCCER

★★★★

- Player Profile & List
- Fixtures & Results
- League Table
- Master Slider
- Scalable Container
- Boxed/Full Layout
- Parallax/Color Section
- And Much More...



# BET360

Bet today and get 25% Discount  
UNTIL 30TH DECEMBER 2015

[LEARN MORE](#)



## NEW ARRIVALS

Check out our new collection

[SHOP NOW](#)

### LEAGUE TABLE

TEAM	W	D	L	PTS
1 Liverpool	13	1	0	40
2 Valenciaca	12	2	0	38
3 Prestige Country	11	3	0	36
4 Real Madrid	11	2	1	35
5 Millenium United	11	1	2	34
6 Chelsea	11	0	3	33
7 Cannon United	9	5	0	32
8 Northernham City	10	2	2	32
11 Real Soccer	8	2	4	26

[VIEW FULL TABLE](#)

### RECENT NEWS



STICKY POST

#### SEDIAL EIUSMOD TEMPOR

03 Dec 2013 | gadmin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Idque Caesaris facere voluntate liceret...

[Read More](#)

0



#### SEM PORTA MOLLIS PARTURIENT

21 Mar 2014 | Blog, Life Style | gadmin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Idque Caesaris facere voluntate liceret...

[Read More](#)

0



#### NULLAM LOREM MATTIS PURUS

21 Mar 2014 | Blog, Life Style | gadmin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Idque Caesaris facere voluntate liceret...

[Read More](#)

0



#### NIBH SEM SIT ULLAMCORPER

21 Mar 2014 | Blog, Life Style | gadmin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Idque Caesaris facere voluntate liceret...

[Read More](#)

0



REAL SOCCER  
Shop

[SHOP NOW!](#)

### TWITTER FEED



RT @smashingmag: This is when HTML and CSS are a bit weird, and workarounds to make sense of these weird situations. <http://t.co/srsDp776YD>

170 days ago



### ABOUT US

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Morbi leo risus, porta ac consectetur ac, vestibulum at eros.

Address : 269 Main Street  
London, England

Call : +1800-222-3333

### RECENT NEWS



Sem Porta Mollis Parturient  
21 Mar 2014



Nullam Lorem Mattis Purus  
21 Mar 2014



Nibh Sem Sit Ullamcorper  
21 Mar 2014

### REAL SOCCER PRODUCTS

> Shoes (4)

> Accessory (5)

> T-Shirt (4)

> Sport Wear (1)

> Man (1)

### RECENT COMMENTS



JOHN DOE  
Commented On 26 Dec 2013  
So Comfortable!

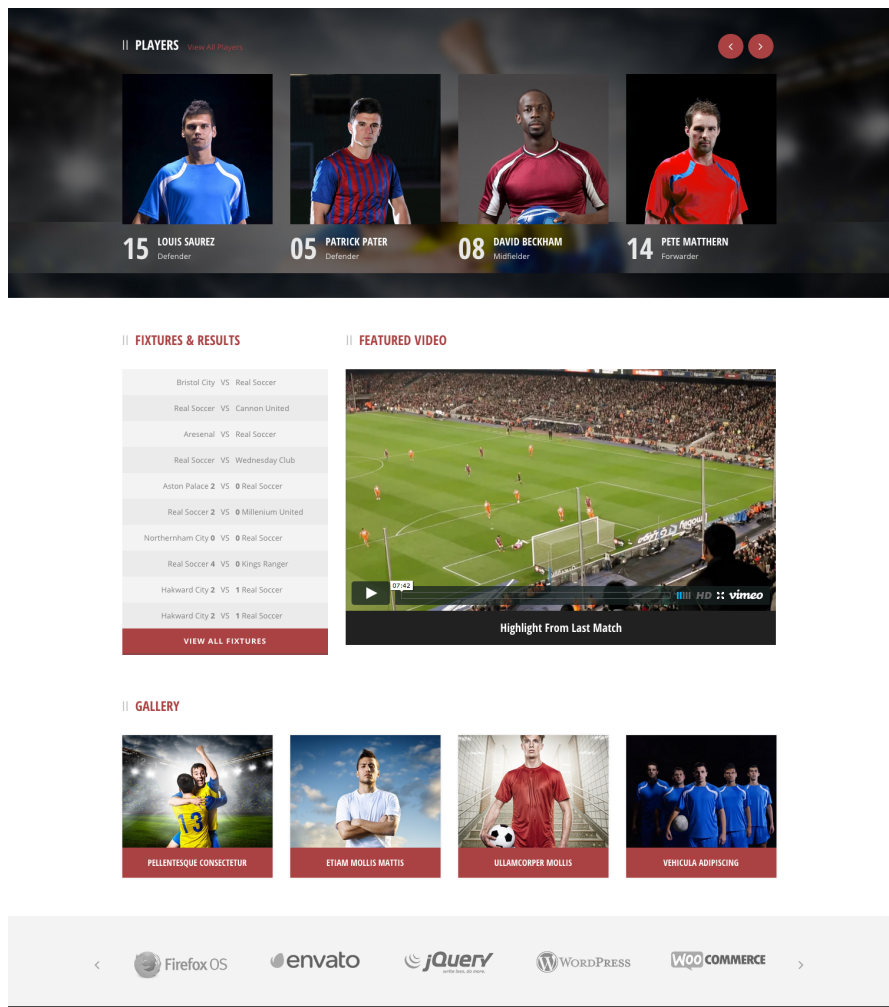


JOHN DOE  
Commented On 26 Dec 2013  
Nice and good!



JOHN DOE  
Commented On 26 Dec 2013  
Totally in love!





Con respecto a la experiencia de los usuarios, *Real Soccer* cuenta con una muy buena valoración en *WordPress*, 4,51 sobre 5 estrellas. Además, muchos usuarios han destacado y puesto en valor la flexibilidad, calidad del diseño y soporte al cliente. Se trata de un elemento imprescindible para nuestro modelo de negocio. Al fin y al cabo, esta adquisición nos va a permitir tener beneficios económicos más adelante.

Para cubrir la parte multimedia y tecnológica en los contenidos que vamos a generar es fundamental contar con un buen equipo y material técnico, donde gracias a ello será posible llevar a cabo las actividades clave que planteamos en nuestra empresa.

Por un lado, Antonio David Flores posee una cámara de buena calidad, donde puede grabar videos de corta, mediana y larga duración. Exactamente, dispone del modelo Canon EOS 2000D, una cámara que crea imágenes con nivel de detalle réflex y vídeos Full HD cinematográficos con facilidad, incluso en situaciones de iluminación escasa. Captura de forma remota y comparte las fotografías y videos al instante gracias a las conexiones Wi-Fi y NFC y la aplicación Canon Camera Connect. Además, tanto Miguel Requena como

Antonio David Flores tienen trípodes para poder realizar las grabaciones más largas y duraderas. El de Antonio David es un trípode para su cámara, se trata del modelo Huepar TPD05 - Trípode de aluminio ligero de 19.7". Mientras, Miguel cuenta con un trípode para teléfono móvil, esto será muy útil para hacer cambios de planos más cercanos. El modelo de este estabilizador es un Hitchy Trípode Móvil para Iphone, ligero de 65cm. Además, ambos tienen a disposición su teléfono móvil particular que cuenta con las características de uno de los dispositivos móviles más populares y funcionales del mercado, con una amplia capacidad de memoria para descargar todo tipo de imágenes y videos y, también para grabar en 4K. Tanto Antonio David como Miguel cuentan con Iphones.

Respecto al audio, ambos tienen micrófonos de alta calidad con sus funciones particulares, donde el sonido final se escucha estupendamente. Los modelos de los comunicadores son dos micrófonos Blue Yeti de Logitech, muy utilizable para las transmisiones en directo, videos de Youtube y entrevistas.

Los ordenadores son un elemento esencial para nuestro modelo de negocio, más bien sería el recurso técnico más importante. Tanto Miguel como Antonio David disponen de computadoras portátiles cada uno para trabajar con todas las herramientas posibles (editor de audio y de video, excel, documentos word...) Los modelos son un HP Pavilion Táctil y un Acer Aspire 3.

Por otro lado, Miguel cuenta con dos tabletas móviles, una Samsung Galaxy Tab A7 Lite y un Apple iPad 10.2. Más todo lo mencionado anteriormente.

### **Actividades clave**

#### Producto

El servicio que ofrece el medio de comunicación es exclusivo a nivel nacional, ya que no hay ningún otro igual que abarque, de manera especializada dentro del entorno digital, todo lo que podemos abarcar nosotros. Por ello, Bench Football es una página web especializada en el fútbol modesto español (Primera, Segunda, Tercera RFEF), además disponemos de un apartado exclusivo donde los futbolistas semiprofesionales pueden ofrecer información acerca de su trayectoria deportiva, además de sus estadísticas personales. Todo ello con el objetivo de ayudar a esos jugadores a dar un salto en su carrera y poder llegar a jugar en el fútbol profesional español. Los redactores y creadores de contenido seremos los propios creadores del producto, sin embargo, contaremos con las

colaboraciones de otras empresas de comunicación deportiva o de profesionales que sepan sobre estas categorías. Esto se debe a que la dimensión que tiene 1ª, 2ª y 3ª RFEF es a nivel nacional, por lo que el coste de los viajes a algunos partidos especiales (derbis, primero contra el segundo...) será elevado. Por lo tanto, se contratará a algunos periodistas que residan en algunas comunidades autónomas españolas, así tendremos fuentes de calidad para que nos informen sobre la situación de todos los equipos. Por supuesto, se le pagará por los informes y los servicios prestados.

La plataforma ideal para llevar a cabo nuestra idea es *WordPress*, el CMS (Sistema de Gestión de Contenidos) más popular de internet. Como creadores, tiene muchos beneficios debido a su facilidad, intuitividad y gratuidad, lo que facilita nuestra labor comunicativa. El dominio web será [benchfootball.com](http://benchfootball.com).

La plantilla que usaremos, como se ha comentado anteriormente, será *Real Soccer*. El diseño de una página web es esencial en cualquier medio de comunicación, ya que es lo primero que le entra por los ojos al consumidor. Por ello, si nuestro diseño no es de calidad puede ocurrir que mucha gente no lo consuma por el simple hecho de no ser lo suficientemente estético o atractivo.

Para cuidar este apartado contrataremos un servicio externo mediante la empresa Acid Tango, una compañía de software ubicada en San Cristóbal de La Laguna, que nos ayudará a mejorar nuestra estética digital y las plantillas de las publicaciones de redes sociales. Además, también nos ayudarán a elaborar campañas publicitarias o publicaciones especiales que requieran de un enorme diseño. Contrataremos el plan premium, ya que la idea es crear una identidad visual poco a poco, por lo que nos es conveniente sentar las bases y crear un diseño web atractivo. El acuerdo durará todo el año y los diseños creados por Acid Tango serán exclusivos de nuestro negocio y se podrán utilizar de forma indefinida. El coste sería de 2000 € por la creación y 300 € mensuales por el mantenimiento de la página. Además, incluirá todo lo mencionado anteriormente, más la creación del logo de nuestra empresa.

Bench Football cuenta con las siguientes actividades clave para su correcto funcionamiento:

- Información sobre la actualidad y todas las novedades del fútbol modesto español (Primera RFEF, Segunda RFEF y Tercera RFEF); partidos, previas, estadísticas individuales y colectivas.
- Elaboración de análisis técnicos y tácticos de cada uno de los equipos, así como la de jugadores que disputen encuentros en las categorías mencionadas.
- Realización de campañas para ayudar a los futbolistas a dar el salto que necesita para llegar a fútbol profesional (Liga Santander o Liga SmartBank). También se difundirá la información y estadística de aquellos futbolistas que quieren ofertarse a través de nuestra página web.
- Realización de crónicas y de artículos de opinión para la página web. Esto será encargado a colaboradores o periodistas autónomos que trabajen ocasionalmente con nosotros.
- Recomendaciones semanales de partidos (derbis, choque entre dos grandes equipos, un partido entre dos equipos históricos...)
- Entrevista a jugadores, entrenadores o directivos de los diferentes clubes que configuran las categorías mencionadas.
- Dar un uso primordial a las redes sociales, ya que juegan un papel importante para el desarrollo de nuestra actividad. Las usaremos para difundir todo los contenidos que vayamos publicando y para opinar y debatir con nuestros seguidores. Gracias al enorme alcance que tienen las RRSS, lograremos difundir, más aún, nuestra marca.
- A través de nuestro canal de Twitch, se elaborará un boletín semanal para informar a nuestros espectadores de todas las novedades sobre el panorama futbolístico nacional.
- El material que se publique en Twitch se colgará, en pequeños fragmentos de video, en nuestro canal de Youtube (entrevistas, boletines informativos, programas especiales...).

- Realización de un programa semanal, formato podcast, que tendrá una duración de entre 30 minutos y 45 minutos. En él, llevaremos a cabo entrevistas, tertulias, opiniones y le daremos hasta un toque de humor.

Debido a que nuestro proyecto es un medio de comunicación, la actividad se desarrollará, principalmente, en la página web. En ella se publicarán todos los contenidos al completo. Por lo tanto, nuestro digital estará compuesto por las siguientes secciones:

- **Página principal:** Aparecerá nada más entrar a nuestra web. Se podrá ver el diseño y la distribución que tiene el medio de comunicación (secciones, logo y tema). Además, se podrán ver las publicaciones más recientes de los últimos días.
- **Noticias:** Información acerca de todas las novedades que surjan en torno a las categorías mencionadas. Asimismo, información sobre todos los jugadores que compiten. También se incluirá las previas de los partidos y las crónicas realizadas por colaboradores o periodistas autónomos. Dentro de esta sección de noticias habrá tres apartados:
  - Primera RFEF
  - Segunda RFEF
  - Tercera RFEF
- **Análisis:** Un apartado más complejo que requiere de mucha preparación e información. Aquí se ejercerá la función de *scouting* deportivo. Usaremos tanto textos como videos (*reviews*) para realizar análisis de equipos y jugadores, desde lo técnico hasta lo táctico, todo ello acompañado con las estadísticas.
- **Opinión:** Este apartado será usado por colaboradores que quieran opinar sobre la temática a tratar. El tema debe ser relevante y que genere un gran interés. Además, en este espacio aparecerán recomendaciones de qué partidos ver y qué jugadores se deben seguir.
- **Jugadores:** Sin duda alguna, este es uno de los apartados más importantes de nuestra página. Aquí cubrimos una necesidad social para aquellos futbolistas semiprofesionales que quieran dar un salto en su carrera deportiva y llegar a la élite del fútbol. Este apartado será como una pequeña red social/foro donde los jugadores pueden compartir sus estadísticas personales e informaciones que le ayuden a

buscar un nuevo equipo. Además, los clubes podrán entrar en nuestra página y observar el amplio catálogo de jugadores que buscan equipo. El objetivo final será que dichos clubes acaben contratando al jugador.

- **Entrevistas:** Aquí encontraremos entrevistas transcritas, entrevistas por audio y entrevistas por video en directo. Charlaremos y preguntaremos a diferentes futbolistas entrenadores o directivos que juegan en estas categorías, con el objetivo de darles más visibilidad.
- **Repositorio multimedia:** Se podrá acceder a todos los directos semanales resubidos en diferido a nuestro canal de Twitch. También se ofrecerá el enlace a dicho canal y a iVoox y Spotify para que puedan consumir nuestro programa en formato podcast.
- **Tienda:** En ella se venderá tanto material propio de la plataforma como llaveros, sudaderas, chubasqueros y demás. Como material de primeras marcas como Errea, Joma, Mizuno o Umbro. La idea es que al registrarte en la web como futbolista o como club, se te de acceso a descuentos en las marcas antes mencionadas y que un porcentaje de las ventas sea destinado a Bench Football.
- **¿Quiénes somos?:** Se aportará información sobre nuestro medio de comunicación, aquella que sea relevante para el usuario; qué es Bench Football, cuándo surgió, quiénes conforman este medio, nuestras redes sociales, cómo hacer donaciones por Paypal, contacto de los directores (Miguel Requena y Antonio David Flores) e información de como registrarse si eres un futbolista que está interesado en usar nuestra página.

Para que la página web tenga un funcionamiento correcto y óptimo es necesario contar con un *hosting*, un servicio de alojamiento para sitios web que, en lugar de alojar personas, aloja los contenidos de tu web y tu correo electrónico para que puedan ser visitados en todo momento desde cualquier dispositivo conectado a internet. Para ello, contaremos con la herramienta llamada *Hostinger*, ya que está pensado para ser utilizado en aplicaciones como *WordPress*. Además por su calidad y precio lo vemos como una herramienta muy rentable a nivel económico. Cabe añadir que su funcionamiento es mucho más rápido que el de otras plataformas de este tipo. Finalmente, hemos escogido el plan Premium, que cuesta 1,99 € cada mes. Hay muchas ventajas con esta opción entre ellas; acceso a 100GB de almacenamiento, certificado SSL gratis y ancho de banda ilimitado. Además, para los

tres próximos años, contrataremos un dominio con un plan empresarial de 3,99 € al mes más un Servidor cloud de 20 €/mes, lo que nos da, aproximadamente, 27 € mensuales. Esta es la tabla de los diferentes precios que tienen esta herramienta:

<b>Características</b>	<b>Sencillo</b> 0,99 €/mes	<b>Premium</b> 1,99 €/mes	<b>Empresarial</b> 3,99 €/mes
<b>Sitios web</b> <sup>?</sup>	1	100	100
<b>Almacenamiento SSD</b> <sup>?</sup>	30 GB	100 GB	200 GB
<b>Ancho de banda</b> <sup>?</sup>	100 GB	ilimitado	ilimitado
<b>Bases de datos MySQL</b> <sup>?</sup>	2	ilimitado	ilimitado
<b>Registro de dominio gratis</b> <sup>?</sup>	✗	✓	✓
<b>Certificado SSL gratis</b> <sup>?</sup>	✓	✓	✓

Debido al contexto digital actual, toda empresa, que cuente con un producto o servicio de gran necesidad y utilidad, necesita tener presencia en las redes sociales. Por ello, para nosotros las RRSS son esenciales para desempeñar nuestra actividad. En ellas se publicarán diariamente los enlaces a las noticias y artículos más relevantes que se pueden encontrar en la página web del medio de comunicación, además de preguntas que haremos a nuestros seguidores para que puedan debatir u opinar. Otro componente interesante serán los memes, que logran captar la atención del público gracias a su vulgaridad y tono gracioso. Además crearemos contenido exclusivo dependiendo de la plataforma. Por ejemplo, en TikTok subiremos retos de fútbol, adivinanzas o curiosidades, ya que es el tipo de contenido con el que se logra alcanzar más interacciones y más viralidad.

Las redes sociales en las que tendremos presencia son Twitter, Instagram, Facebook y TikTok, ya que son las más utilizadas por los fanáticos del deporte y por los futbolistas, es decir, nuestro público objetivo. Junto a todo esto, contaremos con un correo electrónico de la empresa para contactar de manera exclusiva con nosotros y resolver cualquier tipo de duda. Contaremos con un canal propio de Telegram para anunciar las noticias, videos, directos o podcasts que vayamos subiendo. Por esta vía, hablaremos y debatiremos con los usuarios para crear una buena comunidad.

Tendremos presencia en plataformas de *streaming* como Twitch. En nuestro canal, realizaremos un directo semanal de dos horas cada martes, donde analizaremos toda la jornada deportiva de las categorías comprendidas entre la Primera RFEF y Tercera RFEF. Este tipo de emisión se llevará a cabo por la tarde, de 17:00 a 19:00 horas (horario canario). Haremos algunas entrevistas con jugadores que militan en las categorías mencionadas o con jugadores que busquen equipo y así darles mayor visibilidad. También, en este servicio se monetiza muy bien a los creadores de contenido, por lo que realizando buenos programas y entrevistas que logren tener repercusión, podemos obtener beneficios económicos. Gracias a nuestro canal de Twitch, recopilaremos fragmentos de los directos que sean de gran interés para, posteriormente, subirlos a Youtube. La duración de los vídeos será de, como máximo, diez minutos, donde habrá una buena edición previa para que el canal cuente con una enorme calidad audiovisual.

Por otra parte, utilizaremos iVoox y Spotify con el objetivo de almacenar y presentar nuestro proyecto “El banquillo”, donde elaboramos un extenso análisis de la categoría, curiosidades y entrevistas con jugadores profesionales o semiprofesionales. El formato podcast ha crecido con el paso de los años, donde a muchos oyentes les gusta escuchar un programa de este tipo. Aquí nuestra misión es que el oyente se entretenga y disfrute con nosotros.

Para finalizar, nosotros no contaremos con un servicio de suscripción ni nada del estilo. Optamos por un modelo de negocio donde los beneficios económicos se obtendrán a través de la publicidad. Son muchos los medios digitales que viven de los anuncios publicitarios. Sin embargo, no solo los ingresos vendrán de la publicidad, ya que contaremos con una tienda online para comprar nuestro *merchandising*. Además, en la página web, dentro de uno de los apartados, habrá un contacto que servirá para recibir donaciones y para apoyar nuestro contenido y producto.



## Marketing

La comercialización de la marca es clave a la hora de generar contenido y beneficios en la web. La estrategia y campaña de marketing será clave para el correcto desarrollo de esta plataforma y con ello hacerla atractiva para todo tipo de clientes. Dividiremos esto en varios puntos: web, campus, tienda, jugadores, clubes, publicidad y noticias.

### - **Web**

La web será el apartado clave para el desarrollo de nuestro negocio. Esta deberá tener una buena presencia, ya que si es atractiva visualmente hace que el usuario se quede atrapado en ella. Para lograr este fin, trataremos de crear una plataforma sencilla. En la que cualquier persona pueda navegar sin necesidad de tutoriales o práctica. Por lo que situaremos una barra que divide todos los apartados en la parte superior (Tienda, buscador, noticias, jugadores, clubes, descuentos, contactos, etc.) y dentro de estos encontrarás unos apartados más específicos. Trataremos de que la web sea lo más intuitiva posible.

### - **Campus**

Los campus de fútbol son algo normal en los periodos vacacionales. En estos, los padres pagan unas tasas para que sus hijos sean entrenados y aprendan nuevos sistemas tácticos. Bench Football no será menos y aprovechará esto para lanzar su propio campamento. El primero se realizará en Tenerife, pero una vez la empresa crezca lo suficiente, se trasladará a las principales ciudades de España. Como es costumbre, se tratará de contactar con algún futbolista profesional para que asista al menos uno de los días con los niños y puedan sacarse fotos y demás con él. El precio rondará los 60 € por niño. Asimismo, también trataremos de conseguir patrocinadores para el campus, por lo que habrá más fuentes de ingreso. Asimismo, se buscará financiación por parte de las instituciones públicas como ayuntamientos, de esta forma se conseguirá abaratar costes. Esto será posible en ayuntamientos como los de San Miguel o Granadilla de Abona debido a los contactos que se tiene con ellos por parte del equipo de Bench Football.

### - **Tienda**

La tienda web será clave en los ingresos de Bench Football. En ella se venderá tanto material propio de la plataforma como llaveros, sudaderas, chubasqueros y demás. Dicho material proviene de grandes marcas deportivas como Errea, Joma, Mizuno o Umbro. La idea es que al registrarte en la web como futbolista o como club, se te de

acceso a descuentos en las marcas antes mencionadas y que un porcentaje de las ventas sea destinado a Bench Football. De esta forma ganarían tanto los usuarios, por el acceso a material deportivo de calidad más barato, como las empresas, que verían cómo se incrementa el volumen de ventas generando una mejor imagen de la misma.

- **Jugadores**

Los jugadores serán el buque insignia de Bench Football ya que de ellos dependerá que la web triunfe o no. El boca a boca será muy importante, por lo que serán tratados de una forma especial, ya sea con los descuentos antes mencionados o con la verificación de perfiles. Esto les dará caché a ellos, ya que al darle el visto bueno a sus páginas, se evitarán fraudes por parte de los futbolistas, dándoles una muy buena imagen tanto a ellos por pertenecer a la comunidad de Bench Football, como a la web por evitar posibles estafas a clubes.

- **Clubes**

Los clubes serán otro punto importante de la plataforma. La participación de esto se logrará mediante el descuento en material deportivo y la verificación de estadísticas y resultados de los futbolistas. Cuanto más sincero sea el club, mayor prestigio irá cogiendo el mismo, por lo que será más atractivo para los futbolistas de estas categorías. El control de calidad pasará por ellos, por los usuarios de la web y por los futbolistas, ya que mediante encuestas o comentarios podrán dejar constancia de si esto que cuentan es verdad o no. Esto generará que ningún equipo quiera quedar en evidencia. Los equipos que más participen y que mejores valoraciones tengan serán colocados en un ranking, dividido por categorías 1ª, 2ª y 3ª RFEF, de más a menos calidad.

- **Publicidad**

La buena imagen de la web será clave para que diferentes marcas se puedan patrocinar en ellas. Por ello, habilitaremos varios puntos donde se puedan publicitar. Ya sean videos, página principal, fondo, etc. Trataremos de trabajar en que esta publicidad no sea intrusiva para el usuario ni molesta, ya que abusar de ella podría generar en una pérdida de usuarios en la plataforma. Se habilitará un bloqueador de *Adblocker*, para que de esta manera los usuarios no puedan evitar los anuncios de nuestra web. Repetimos, no serán anuncios intrusivos y demás.

- **Noticias**

Las noticias serán el otro atractivo de la web, ya que trataremos de abarcar lo más destacado jornada a jornada del fútbol semiprofesional. La idea es ser lo más objetivos posibles, evitando fanatismos por uno u otro equipo y se le dará prioridad a equipos no filiales. De esta forma se le da una mayor visibilidad a clubes de barrios, pueblos e históricos. Los visitantes de Bench Football podrán comentar las publicaciones con sus opiniones y pedir la corrección de posibles fallos que puedan haber. A los usuarios más activos en la web, se les premiará mensualmente con un descuento, no acumulables, en productos originales de Bench Football.

Gestión comercial

Se ha diseñado una presentación comercial para transmitir nuestros servicios. Además, los anunciantes podrán descubrir el potencial de la marca. Junto a ello, hemos querido añadir una tabla que corresponde a las tarifas por publicidad:

<b>¿Cuánto?</b>	Bench Football será totalmente gratuito y tratará de sostenerse mediante ventas de productos en su web, porcentajes de descuento y publicidad de marcas interesadas en formar parte de esta gran familia.
<b>¿Quién?</b>	Esta web va dirigida a cualquier amante del fútbol interesado en las categorías semiprofesionales de este. También a clubes y jugadores que quieran dar un salto de calidad en sus aspiraciones. Asimismo, se sumarán ojeadores que quieran sacar información de diversos deportistas. Todo esto generará un gran tráfico en la web.
<b>¿Cómo?</b>	Se informará de todo lo que sucede en la 1ª RFEF y lo más destacado de la 2ª y 3ª RFEF. Asimismo, se añadirán entrevistas a entrenadores, futbolistas, clubes e incluso exprofesionales que pasaron en algún momento por esta categoría. Todo esto se publicará tanto en contenido audiovisual como escrito, lo que lo hará más atractivo al espectador.
<b>¿Qué?</b>	Bench Football será una plataforma todoterreno, ya que no solo se centrará en informar. Sino que también buscará sacar beneficios de la venta de productos originales y dar visibilidad a futbolistas y clubes. Todo esto mediante la verificación y publicación de estadísticas de los mismos. A esto se le sumará el contacto directo entre club/ojeador o scouter y jugador. Sin necesidad de mediadores.

### Tarifas por publicidad

<b>Espacio Web</b>	<b>Precio</b>
Banner simple	50 €/mes - 270 €/ 6 meses - 510 €/año
Banner doble	80 €/mes - 450 €/ 6 meses - 870 €/año
Banner triple	110 €/mes - 630 €/ 6 meses - 1200 €/año
Banner lateral	350 €/mes - 1860 €/ 6 meses - 3600 €/año
Banner preferente	300 €/mes - 1740 €/ 6 meses - 3240 €/año
Banner total	800 €/mes - 4710 €/ 6 meses - 11.400 €/año
Contenido patrocinado	100 € por publicación
<b>Audiovisual</b>	<b>Precio</b>
Presencia del producto	100 €/video
Presencia y uso del producto	200 €/video
Uso exclusivo del producto	400 €/Video
Mención del producto	75 €/video - 50 €/podcasts
Sección en colaboración con el producto	500 €/video - 350 €/podcast
<b>Anunciante campus</b>	<b>Precio</b>
Patrocinar dos campus	700 €
Patrocinar solo un campus	400 €
Ser patrocinador principal y único	3500 €
<b>Patrocinio total</b>	<b>Precio</b>
	25.000 €/año

Contacto

---

Bench Football

Email: [benchfootball.contacto@gmail.com](mailto:benchfootball.contacto@gmail.com)

Antonio Flores - Director adjunto Email:

[afloresglezchp@gmail.com](mailto:afloresglezchp@gmail.com)

TIC

Miguel Requena - Director adjunto Email:

[miguelrequena00.mr@gmail.com](mailto:miguelrequena00.mr@gmail.com)

Los fundadores de la plataforma poseen el soporte técnico necesario para poder cubrir un partido, entrevistas, montaje de videos, etc. Por lo que la inversión en material sería mínima en sus inicios. Dinero que se destinaría a cubrir partidos en la península.

Actualmente, Antonio Flores posee un Iphone X que podría suplir las labores de micro en entrevistas de exterior hasta la compra de uno. También posee diversos trípodes tanto para teléfonos como para cámaras fotográficas. Asimismo, tiene un Canon EOS 2000D con dos objetivos, una parte del presupuesto inicial irá destinado a la compra de un objetivo con zoom amplio y la compra de una plataforma de edición de fotografía. A todo esto se le suma un PC Gaming con capacidad para edición de videos y sonido ya que posee el Sony Vegas.

Antonio también es poseedor de un micrófono Blue Yeti que puede ser utilizado hasta la compra de dos micrófonos individuales. Estos mejorarán la calidad del audio de forma considerable, ya que el Blue Yeti recoge todo el sonido que tiene alrededor, por lo que esto puede ser un problema en sus inicios, pero de sencilla solución.



Por otro lado, Miguel cuenta con amplios conocimientos en Word Office y varios cursos de Community Manager, por lo que sería el encargado de llevar las redes sociales. Además de poseer otro Iphone SE. También, cuenta con un trípode para teléfono móvil, esto será muy útil para hacer cambios de planos más cercanos. El modelo de este estabilizador es un Hitchy Trípode Móvil para Iphone, ligero de 65 cm. Miguel cuenta con dos tabletas móviles, una Samsung Galaxy Tab A7 Lite y un Apple ipad 10.2. Más todo lo mencionado anteriormente.

A esto se le suma que ambos poseen dos ordenadores portátiles que les permitirán escribir noticias en cualquier lugar. Debido a la antigüedad de los ordenadores, su trabajo se limitará a escribir, hasta la compra de dos nuevos PCs. Probablemente, estas dos nuevas laptops serán PC Gaming, ya que la potencia de estos ordenadores facilita la edición de videos, o dos MacBooks, ya que estas les permitiría tener una conexión directa en su sus teléfonos y el ordenador, además de que Apple cuenta con su propio editor de video, por lo que se ahorrarían la compra de un nuevo editor, al menos durante un periodo de tiempo.

### Gestión empresarial

Como ya se mencionó previamente, Bench Football dejará en manos de una asesoría o contable todas las cuentas de la empresa para evitar la carga de trabajo de los miembros de la plataforma. Esta se encargará de los presupuestos de la empresa y del pago de los impuestos de autónomo y demás.

La asesoría encargada de llevar las cuentas de la web y el papeleo correspondiente será. Dionis Asesores. Se trata de una gestoría ubicada en Granadilla de Abona para empresas y startups emergentes. El teléfono de contacto de la misma es 922773497. Consideramos que es idónea ya que nos queda cerca y podemos tener un contacto directo con la misma.

Se trataría de buscar un plan a 3-4 años con un presupuesto asequible. Dionis Asesores tiene diversos servicios entre los que ofrecen gestión de nóminas, contratos, portal de empleo, etc. Se trata de una asesoría idónea para nuestros intereses. Los presupuestos que se manejan en caso de ser PYME o autónomo son 49,99 € al mes..

En los primeros años, nos daríamos de alta como autónomos, hasta que la empresa llegase a crecer lo suficiente para darnos de alta como Sociedad Limitada. Actualmente, existe una ayuda de 12.000 € de financiación procedentes de la Unión Europea destinados a PYMES o autónomos, por lo que nos beneficiamos de esto.

Existe un gran número de trabajos académicos que hablan de cómo dirigir empresas o cómo mantener páginas web, por lo que serán influyentes en el desarrollo de Bench Football. La web se inspirará en un TFG que estudia la creación de una plataforma web destinada a los amantes del fútbol sala. Alejandro, M. E. (2014). Diseño de un portal web de una red social para aficionados al deporte. *Ingeniería del agua*, 18(1), ix. <https://doi.org/10.4995/ia.2014.3293>. La idea principal de Alejandro es la creación de un portal web para aficionados al deporte. Sería una red social de deportistas amateur,

consideramos que esta idea no está alejada de lo que buscamos con este proyecto, por lo que será un buen trabajo en el que inspirarnos.

Asimismo, estudiaremos planes de comunicación de entidades deportivas para ver qué aspectos están más interesados en desarrollar y así poder llegar a una simbiosis total entre plataforma y clubs. Sierra Laguna, V. (2016). Plan de comunicación de una entidad deportiva <https://idus.us.es/handle/11441/43506>.

Al comienzo del proyecto, los principales redactores serán Miguel Requena y Antonio David Flores. A ellos dos se les sumarán colaboraciones puntuales de periodistas en la península que estén interesados en comenzar a publicar contenido en nuestra web. Se convertirá en una especie de prácticas. Para evitar errores en textos u opiniones que estén cargadas de fanatismos, se realizará una guía de estilo, que se repartirá a los colaboradores, y un control exhaustivo de todas y cada una de las noticias que se puedan publicar en la web.

### **Socios estratégicos (Red de partners y alianzas)**

Obtener un socio estratégico es clave para el funcionamiento y la financiación del proyecto. La importancia de este es vital a la hora de poder ejecutar la plataforma web, ya que será uno de los encargados de colaborar o aportar el capital. Hasta el momento, todos los patrocinadores o colaboradores mencionados están relacionados de forma directa o indirecta con el deporte.

Desde Bench Football consideramos que es necesaria y primordial la colaboración de la empresa de *streaming*, *Footters*, ya que esta es dueña de los derechos de imagen del fútbol semiprofesional español. Lograr este matrimonio es clave de cara a nuestras aspiraciones. De obtener una negativa, se trataría de colaborar con creadores de contenido como Rafa Escrig o optar por periodistas de renombre interesados en el sector como Julio Maldonado 'Maldini', poseedor de un gran archivo futbolístico. Podría agrandar este archivo con datos y estadísticas en caso de colaborar con nosotros.

En los inicios de la plataforma será clave la colaboración de periodistas que quieran darse visibilidad y coger práctica en nuestra web. En el momento en el que la plataforma comenzará a ser rentable, estos que escribieron por colaborar con el proyecto, tendrán preferencia a la hora de ser contratados y formar parte de Bench Football. Asimismo, se fomentará un periodismo responsable y alejado de fanatismos y banderas.

El capital no será elevado en sus inicios, por lo que habrá partidos que no podrá ser cubiertos o se informará de forma reducida. La intención es que esto no se prolongue durante mucho tiempo, ya que de ser así la página perderá credibilidad. Aquí es donde entra *Footfers*, su colaboración será clave para la rentabilidad de la empresa, ya que algunos comentaristas o analistas podrían publicar resúmenes de los partidos en nuestra plataforma.

La publicidad será otro de los puntos clave, ya que los anunciantes querrán un servicio acorde con su imagen, por lo que se cuidará al detalle cada detalle de la web. Como son los banners, la publicidad en video o en publicaciones (Instagram, Twitter, etc).

Se podría intentar llegar a acuerdos con medios de comunicación locales para que publicaran en nuestra web y que mediante un link, se redirigiera a la suya. De esta forma ahorramos en costos y ellos ganan en visitas. Esto entendemos que es más complicado, ya que nadie quiere trabajar gratis, pero se trataría de buscar lo más beneficioso para ambos lados. Ya que ellos podrían ganar dinero en publicidad al aumentar el número de visitas en su web, gracias a redirigir desde la nuestra.

El contenido audiovisual será otro de los buques insignia de Bench Football, no todo serán noticias escritas. Ya que se buscará hacer tops semanales (goles, paradas, jugadas, etc) para las cuentas de Instagram mediante los reels y TikTok. Asimismo, se harán mini-reportajes que expliquen curiosidades de alguno equipos o previas antes de los partidos.

Por otro lado, tendremos YouTube y los podcasts. En la plataforma roja se subirán los reportajes completos, las entrevistas a jugadores y entrenadores. En cuanto al formato de podcasts, tendremos un programa llamado “El banquillo” donde lo aprovecharemos para hacer pequeños análisis de la jornada con los equipos en mejor forma de la liga y los peor. También, se mencionan jugadores destacados, el formato es muy similar al que tiene *2+1 by Drafteados y Daimiel*.

La cuenta de Twitter irá destinada a estar en contacto cercano con nuestra comunidad. Los usuarios de la plataforma podrán hacernos preguntas que contestaremos en los videos o sobre la marcha en la plataforma. Asimismo, aprovecharemos para publicar memes relacionados con el fútbol semiprofesional y crear una comunidad sana.



En cuanto a la Twitch, haremos directos reaccionando a los partidos más importantes de cada jornada y de esta forma estar en contacto con la comunidad. Se buscará que estos directos sean amenos, por lo que se interactúa con el chat y se podrá bromear con las situaciones que van sucediendo en el partido. También se analizará de forma seria y con críticas fundamentadas el encuentro. Se convertiría en una fusión de lo que fue *Minuto y resultado* y lo que es ahora los directos de *La Media Inglesa*. Asimismo, se hará una entrevista semanal en la que el chat podrá hacerle preguntas al invitado. Posteriormente, estas entrevistas se irán subiendo a YouTube. Esto generará contenido en ambas plataformas, por lo que una alimentará la otra.

Será de vital importancia la realización de entrevistas tanto a jugadores conocidos como a emergentes. Ejemplo: Dani Güiza, Esteban Granero, Tayron del Pino, Soko, etc. Dar la oportunidad a todos por igual. El contacto con entrenadores y ojeadores que nos expliquen cómo funciona la categoría y este mundo también será de suma importancia.

Bench Football busca ser un todoterreno de la información y para ello necesita la colaboración de toda la comunidad del fútbol semiprofesional. De lograrse esto, se podría convertir en una página 'total' a la hora de buscar información sobre cualquier equipo o jugador de la 1ª, 2ª y 3ª RFEF.



## Flujo de ingresos

### Ingresos primer año

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Fondo de ahorro	17.000,0 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	17.000,00 €
YouTube	0,0 €	8,97 €	29,90 €	29,90 €	29,90 €	44,85 €	44,85 €	29,90 €	44,85 €	59,80 €	59,80 €	59,80 €	442,52 €
Twitch	0,0 €	22,45 €	35,92 €	44,90 €	44,90 €	67,35 €	67,35 €	44,90 €	67,35 €	80,82 €	80,82 €	80,82 €	637,58 €
iVoox	0,0 €	2,98 €	2,98 €	2,98 €	4,47 €	4,47 €	4,47 €	1,49 €	1,49 €	4,47 €	4,47 €	4,47 €	38,74 €
Crowdfunding	50,0 €	50,0 €	55,00 €	45,00 €	45,00 €	60,00 €	45,00 €	30,00 €	40,00 €	45,00 €	50,00 €	60,00 €	575,00 €
Tienda	10,0 €	10,0 €	10,0 €	10,0 €	30,00 €	30,00 €	50,00 €	60,00 €	40,00 €	30,00 €	30,00 €	80,00 €	390,00 €
Redes sociales	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	10,00 €	10,00 €	20,00 €
Anunciante 1	50,0 €	50,0 €	450,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	50,00 €	50,00 €	80,00 €	730,00 €
Anunciante 2	50,0 €	50,0 €	270,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	300,00 €	110,00 €	50,00 €	830,00 €
Anunciante 3	50,0 €	50,0 €	50,00 €	630,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	50,00 €	50,00 €	880,00 €
Campus de fútbol	0,0 €	0,00 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	0,0 €	2.400,0 €	3.000,0 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	5.400,00 €
Donativos	20,0 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	10,0 €	10,00 €	20,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	250,00 €
Anunciantes Campus	0,0 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	700,0 €	700,0 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.400,00 €
<b>Total</b>	<b>17.230,0 €</b>	<b>264,40 €</b>	<b>923,80 €</b>	<b>782,78 €</b>	<b>174,27 €</b>	<b>226,67 €</b>	<b>3.321,67 €</b>	<b>3.876,29 €</b>	<b>213,69 €</b>	<b>600,09 €</b>	<b>475,09 €</b>	<b>505,09 €</b>	<b>28.893,84 €</b>

### Explicación de los ingresos. Primer año

Hemos realizado un exhaustivo análisis de ingresos, donde las ganancias son una estimación, Hemos tenido en cuenta el contexto de la temporada en primera RFEF y el grupo canario de la tercera RFEF, ya que nos hemos propuesto cubrir estas categorías el primer año que arrancamos. Los ingresos durante este año serán los siguientes:

- **Fondo de ahorro:** Existe una ayuda de 12.000 € de financiación procedentes de la Unión Europea destinados a PYMES o autónomos, por lo que nos beneficiamos de esto. A su vez, sumariamos los ahorros obtenidos por parte de los directores administrativos de Bench Football.
- **Youtube:** Para ser miembro de nuestro canal de Youtube, el usuario tendrá que pagar una cuota de 2,99 €/mes. Se estima que a final de año se alcancen los 20 miembros mensuales, lo que sumaría un total de 59,80 € en el mes de diciembre y un total anual de 442,52 €.
- **Twitch:** Las suscripciones en Twitch salen 4,49 €/mes, un poco más caro que en Youtube. Ya que dedicaremos tiempo a esta plataforma, conseguiremos crecer paulatinamente conforme pasan los meses. Terminaremos el año con 637,58 € aproximadamente.
- **iVoox:** iVoox te permite apoyar a los creadores de contenido desde 1,49 €/mes hasta 49,99. No se esperan grandes ingresos desde esta plataforma, por esa razón estimamos que las personas que se abonen a la misma mensualmente estén entre los 2-3 usuarios mensuales.
- **Crowdfunding:** Muchos profesionales o medios financiarán nuestros esfuerzos y trabajos. Gracias a la buena agenda de contactos que tenemos, podremos obtener beneficios económicos dentro de este apartado. Esperamos ganar unos 575 € a finales de año.
- **Tienda:** Estimamos que los primeros ingresos de la tienda sean bastante bajos. En ella venderemos pequeños objetos relacionados con el canal como pueden ser llaveros, camisetas, pins, etc. Se espera que el punto álgido de la tienda sean los meses de julio y agosto, debido a que coincide con el campus de verano donde aprovecharemos para vender camisetas, botellines, gorras y demás productos relacionados con la web. Por lo que se espera una recaudación final de 390 €.

- **Redes sociales:** Las redes sociales (TikTok, Instagram, Twitter y Facebook) no nos ayudará mucho, en lo económico, de cara a este primer año. Esperamos ingresos mínimos de unos 20 €, más adelante esperamos tener buena repercusión y conseguir más dinero.
- **Anunciantes:** Los primeros meses trataremos de vender banners sencillos para que los anunciantes conozcan la página. Estos no sobrepasan los 50 € mensuales, por lo que estimamos que no es un precio disparatado. Esperamos que a partir del segundo mes, alguno de los anunciantes vea atractiva la opción de abonarse a alguna de las suscripciones de 6 meses. Creemos que la opción más asequible es la del banner simple durante 6 meses, esto suma un total de 270 €. Asimismo, barajamos la posibilidad de que alguno de los anunciantes se sume al doble de 450 € por 6 meses. Una vez acabado este periodo de tiempo trataremos de convencer a los anunciantes para que prueben nuevos modelos de anuncio en la página.
- **Campus:** La idea es realizar un campus de verano para niños, este saldrá 60 € por persona. Esperamos que a este evento acudan unos 40 niños en su primera edición y 50 a la segunda. La duración de estos será de 3 semanas, de lunes a viernes.
- **Anunciantes del campus:** Creemos que al ser el primer campus, ningún anunciante se arriesgará a cubrirlo de manera única, por lo que lo más probable es que este tenga hasta dos sponsors diferentes.
- **Donativos:** Los usuarios pagarán unos incentivos para apoyar nuestro proyecto. Facilitaremos un contacto de Paypal para que nos puedan transferir el dinero. Esperamos una ganancia anual de 250 €

### Ingresos segundo año

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	<b>Bruto</b>
YouTube	74,75 €	74,75 €	104,65 €	104,65 €	119,60 €	149,50 €	104,65 €	104,65 €	119,60 €	149,50 €	149,50 €	149,50 €	1.405,30 €
Twitch	80,82 €	80,82 €	112,25 €	112,25 €	134,70 €	179,60 €	112,25 €	112,25 €	112,25 €	179,60 €	149,50 €	149,50 €	1.515,79 €
iVoox	4,47 €	4,47 €	7,45 €	7,45 €	14,90 €	14,90 €	7,45 €	4,47 €	7,45 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	117,71 €
Crowdfunding	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	35,00 €	35,00 €	55,00 €	55,00 €	45,00 €	525,00 €
Tienda	80,00 €	65,00 €	65,00 €	60,00 €	55,00 €	50,00 €	120,00 €	140,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	250,00 €	1.125,00 €
Redes sociales	10,00 €	10,00 €	15,00 €	20,00 €	30,00 €	35,00 €	20,00 €	20,00 €	35,00 €	40,00 €	50,00 €	55,00 €	340,00 €
Anunciante 1	510,00 €	100,00 €	0,00 €	0,00 €	125,00 €	325,00 €	0,00 €	0,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	125,00 €	1.485,00 €
Anunciante 2	1.300,00 €	50,00 €	75,00 €	0,00 €	200,00 €	125,00 €	0,00 €	0,00 €	125,00 €	0,00 €	125,00 €	50,00 €	2.050,00 €
Anunciante 3	3.240,00 €	125,00 €	0,00 €	50,00 €	0,00 €	100,00 €	0,00 €	0,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	125,00 €	3.940,00 €
Anunciante 4	450,00 €	400,00 €	50,00 €	0,00 €	0,00 €	50,00 €	450,00 €	0,00 €	400,00 €	0,00 €	525,00 €	400,00 €	2.725,00 €
Anunciante 5	270,00 €	75,00 €	0,00 €	125,00 €	100,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	850,00 €	0,00 €	100,00 €	850,00 €	2.370,00 €
Anunciante 6	50,00 €	200,00 €	0,00 €	80,00 €	100,00 €	500,00 €	0,00 €	0,00 €	50,00 €	125,00 €	50,00 €	175,00 €	1.330,00 €
Campus de fútbol	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4.200,00 €	4.800,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	9.000,00 €
Donativos	20,00 €	20,00 €	30,00 €	25,00 €	35,00 €	50,00 €	25,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	15,00 €	25,00 €	305,00 €
Anunciante Campus	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.200,00 €
<b>Total</b>	<b>6.130,04 €</b>	<b>1.245,04 €</b>	<b>499,35 €</b>	<b>624,35 €</b>	<b>954,20 €</b>	<b>2.039,00 €</b>	<b>5.479,35 €</b>	<b>5.636,37 €</b>	<b>2.034,30 €</b>	<b>864,00 €</b>	<b>1.513,90 €</b>	<b>2.413,90 €</b>	<b>29.433,80 €</b>

### Explicación de los ingresos. Segundo Año

Sin contar ya con los fondos de ahorros, este segundo año contamos con más beneficios económicos que en el primer año del proyecto. Los ingresos durante este año serán los siguientes:

- **Youtube:** En esta plataforma conseguimos alcanzar una buena cifra de suscriptores premium y podemos empezar monetizar los videos que vamos subiendo. Aquí nos empezamos a viralizar poco a poco gracias a la buena calidad de los videos y los fragmentos que hemos seleccionado en Twitch.
- **Twitch:** Al igual que Youtube, nuestro canal de Twitch tendrá una mayor repercusión a diferencia del mes pasado. Los meses de verano son los más duros del canal ya que no hay actividad deportiva en estas categorías.
- **Ivoox:** No se esperan grandes ingresos desde esta plataforma, pero creemos que las cifras de oyentes subirán y los anunciantes querrán tener presencia en pequeños espacios de nuestro programa “El Banquillo”.
- **Crowdfunding:** Muchos profesionales o medios seguirán financiando nuestros esfuerzos y trabajos. Gracias a la buena agenda de contactos que tenemos, podremos obtener beneficios económicos dentro de este apartado. Esperamos ganar unos 525 € a finales de año.
- **Tienda:** Hemos calculado que los meses clave para la tienda serán diciembre y enero, debido a que son los meses de navidad y podríamos intentar sacar tajada con los descuentos en la tienda y las colaboraciones con las marcas. Asimismo, vemos una oportunidad en el campus de verano, ya que aprovecharemos para montar un stand con productos oficiales de la tienda.
- **Redes sociales:** Es muy difícil vivir de las redes sociales, pero sabemos que son fundamentales y nos aportarán mayores beneficios económicos que el año anterior.
- **Anunciantes:** En el segundo año esperamos que varios de nuestros anunciantes se decanten por las tarifas anuales. Estas no incluyen patrocinios en video o podcast, por lo que se verán obligados a adquirir estas publicidades por separado. Las tarifas están recogidas en el trabajo y hemos simulado las que consideramos más acordes en cada momento: ecuador de la temporada, comienzo y playoff de ascenso y

descenso. Consideramos que el mes previo a este momento de la temporada, será clave y es donde más dinero se podrá obtener de los anunciantes.

- **Campus de fútbol:** En el segundo año de este, trataremos de seguir la misma filosofía de la primera edición. Se espera un mayor auge de este y con ello la llegada de los patrocinadores el mes previo al inicio del mismo. Para el tercer año, se tratará de abrir hasta 3 ediciones más de este.
- **Anunciantes del campus:** Ante el éxito que puede suponer el primer campus, se trataría de conseguir que estos anunciantes se abonarán al menos un mes antes al inicio del mismo, para el tercer año se espera otro aumento por parte de los patrocinadores, ya que se intentará aumentar el número de campus.
- **Donativos:** Las donaciones nos ayuda saber que hay gente que sigue apoyando nuestra marca. Por ello, cualquier cantidad que recibamos será de ayuda para mejorar nuestro producto.

### Ingresos tercer año

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
YouTube	149,50 €	239,20 €	239,20 €	239,20 €	239,20 €	299,00 €	209,30 €	149,50 €	209,30 €	209,30 €	209,30 €	209,30 €	2.601,30 €
Twitch	179,60 €	224,50 €	224,50 €	224,50 €	224,50 €	314,30 €	224,50 €	179,60 €	224,50 €	224,50 €	224,50 €	224,50 €	2.694,00 €
iVoox	14,90 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	22,35 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	14,90 €	186,25 €
Crowdfunding	30,00 €	50,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	60,00 €	30,00 €	25,00 €	30,00 €	35,00 €	40,00 €	45,00 €	510,00 €
Tienda	250,00 €	200,00 €	250,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	225,00 €	225,00 €	250,00 €	300,00 €	350,00 €	500,00 €	3.450,00 €
Redes sociales	55,00 €	55,00 €	60,00 €	65,00 €	75,00 €	120,00 €	100,00 €	100,00 €	125,00 €	150,00 €	200,00 €	250,00 €	1.355,00 €
Anunciante 1	25.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	25.000,00 €
Anunciante 2	11.400,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	100,00 €	125,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	125,00 €	11.750,00 €
Anunciante 3	1.200,00 €	125,00 €	125,00 €	0,00 €	125,00 €	400,00 €	0,00 €	0,00 €	50,00 €	300,00 €	300,00 €	800,00 €	3.425,00 €
Anunciante 4	50,00 €	1.860,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	50,00 €	110,00 €	100,00 €	100,00 €	50,00 €	2.320,00 €
Anunciante 5	110,00 €	0,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	125,00 €	0,00 €	0,00 €	125,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	840,00 €
Anunciante 6	1.740,00 €	0,00 €	125,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	125,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	2.140,00 €
Campus de fútbol	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	12.000,00 €
Donativos	25,00 €	25,00 €	30,00 €	30,00 €	25,00 €	40,00 €	15,00 €	15,00 €	20,00 €	25,00 €	20,00 €	25,00 €	295,00 €
Anunciante Campus	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Total</b>	<b>40.204,00 €</b>	<b>2.793,60 €</b>	<b>1.233,60 €</b>	<b>1.038,60 €</b>	<b>1.168,60 €</b>	<b>1.780,65 €</b>	<b>6.943,70 €</b>	<b>6.759,00 €</b>	<b>1.283,70 €</b>	<b>1.458,70 €</b>	<b>1.558,70 €</b>	<b>2.343,70 €</b>	<b>68.566,55 €</b>



### Explicación de los ingresos. Tercer año

- **Youtube:** Los miembros del canal crecen poco a poco y contamos ya con muchos suscriptores. La tendencia de nuestro canal de Youtube está creciendo conforme pasan los meses, donde ya hemos creado una buena comunidad.
- **Twitch:** En nuestro canal de Twitch hemos alcanzado cifras de récord. La calidad de cada uno de los directos hará que nuestro público objetivo vaya creciendo. Al igual que en Youtube, queremos crear una comunidad y fidelizar más a nuestra audiencia. Esto nos aportará más beneficios de cara a los próximos años.
- **IVoox:** Cómo se ha comentado anteriormente, IVoox lo tenemos como una alternativa donde ganaremos un extra. La tendencia en esta plataforma seguirá igual, llegando a su pico de seguidores en el mes de junio.
- **Crowdfunding:** Esperamos obtener una cifra de 510 € a final de año. Se lanzará una campaña donde cada persona que haya aportado dinero, en estos tres últimos años, participará en un sorteo para ver los play off de equipos de Primera RFEF, Segunda RFEF o Tercera RFEF. Para los próximos años, no utilizaremos este método, ya que estaremos más asentados a nivel económico.
- **Tienda:** Las expectativas para el tercer año en la tienda son bastante amplias. Esperamos para entonces tener colaboraciones con empresas punteras del sector, por lo que se espera un aumento significativo en el número de ventas, sobre todo en los meses de diciembre y enero, ya que coincide con las navidades.
- **Redes sociales:** Se espera que el aumento en RRSS sea bastante notorio. La idea es que en nuestro tercer año, superemos los 150K seguidores en el cómputo global de todas nuestras redes sociales, por lo que consideramos que podremos sacar una rentabilidad bastante importante de ellas.
- **Anunciantes:** El anunciante número 1 decidió adquirir los derechos plenos de la publicidad, por lo que este tendrá preferencia en la web a la hora de localizar los banners y demás. A pesar de ello, seguirán habiendo anuncios de otras empresas. Esta opción de pagar 25 mil euros, te permite tener contenido patrocinado durante todo el año en todas las plataformas y hacerte principal sponsor del campus de verano.

- **Campus de fútbol:** Este año se celebrarán al menos 4 campus diferentes, 2 en la isla de Tenerife y otros 2 en la isla de Gran Canaria. Esperamos una afluencia de al menos 50 niños por campamento. por lo que hacen un total de 200 niños entre los meses de junio y agosto.
- **Anunciantes del campus:** Debido a que uno de los anunciantes adquirió los derechos principales de la publicidad, este tendrá preferencia en el campus como principal sponsor, por lo que queda cubierta la publicidad del campus.
- **Donativo:** Esperamos que ante el buen trabajo realizado estas donaciones aumentan, con la misión de seguir mejorando nuestro producto y marca



## Estructura de costos

### Costes primer año

Costes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Compra de mercancía	50,00€	60,00€	30,00€	15,00€	15,00€	50,00€	15,00€	10,00€	10,00€	15,00€	30,00€	100,00€	400,00€
Colaborador ocasional	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	200,00€	0,00€	0,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	470,00€
Compra de información	150,00€	150,00€	150,00€	150,00€	150,00€	600,00€	0,00€	0,00€	150,00€	150,00€	150,00€	150,00€	1.950,00€
Varios	350,00€	0,00€	0,00€	0,00€	350,00€	350,00€	0,00€	0,00€	350,00€	0,00€	0,00€	350,00€	1.750,00€
Empresa diseño (ACID Tango)	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	466,60€	5.599,20€
Asesoría	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	599,88€
Hosting	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	23,88€
Dominio	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	324,00€
Cuñas en radio	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	2.088,00€
Publi medios digitales y físicos	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	1.260,00€
Footters	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	119,88€
Publicidad en Redes	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	100,00€	1.200,00€
Autónomo	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	294,00 €	588,00 €	3.822,00 €

<b>Costes Totales</b>	19.606,84€
<b>Ingresos</b>	29.433,80€
<b>Beneficios</b>	9.826,96€

### Explicación de los costos. Primer año

Para elaborar correctamente la tabla de gastos, la hemos dividido en costes fijos anuales y en costes variables. Además hemos añadido una pequeña tabla donde calculamos los costes totales, así como los ingresos obtenidos cada año y los beneficios. Como podemos apreciar, el primer año nos saldrá muy rentable a nivel económico, ya que obtendremos 12.268,08 € en beneficios:

- **Compra de mercancía:** En principio, destinamos poco dinero en la compra de la mercancía para, posteriormente, vender nuestros productos en nuestra tienda online. Nuestra marca no será muy reconocida en el primer curso, por ello no invertiremos mucho dinero en este apartado.
- **Colaborador ocasional:** Contaremos con profesionales que recibirán una comisión por subir artículos, análisis o crónicas en nuestra web. Además de salir en otras plataformas como Twitch o IVoox.
- **Compra de información:** Para obtener las mejores informaciones o análisis de todos los equipos, es necesario pagar a algún profesional o agencia que cuente con estos informes de gran peso informativo. En el mundo del scouting, y en el periodismo deportivo, es una práctica habitual. Por ello, nosotros también optamos por esta medida.
- **Varios:** Estos gastos irán destinados a los viajes que hagamos en la Península, ya sea para acudir a los play off o para hacer alguna entrevista con jugadores, entrenadores o directivos.
- **Empresa de diseño (Acid Tango):** El acuerdo durará todo el año y los diseños creados por Acid Tango serán exclusivos de nuestro negocio y se podrán utilizar de forma indefinida. El coste sería de 2000 € por la creación y 300 € mensuales por el mantenimiento de la página.
- **Asesoría:** El pago se realizará a la asesoría Dionis Asesores y será de 49,99 euros al mes, lo que será 599,88 € a final de año.
- **Hosting:** Hemos escogido un plan Premium, que cuesta 1,99 € cada mes. Hay muchas ventajas con esta opción entre ellas; acceso a 100GB de almacenamiento, certificado SSL gratis y ancho de banda ilimitado.

- **Dominio:** Además, para los tres próximos años, contrataremos un dominio con un plan empresarial de 3,99 € al mes más un Servidor cloud de 20 €/mes, lo que nos da, aproximadamente, 27 € mensuales.
- **Cuñas de radio:** Tendremos espacios publicitarios en diferentes medios de comunicación deportivos, donde pagaremos algunos breves espacios para hacer publicidad de nuestra marca.
- **Publicidad en medios digitales y físicos:** Similar a lo de las cuñas de radio, donde tendremos algunos anuncios, con breves palabras, en periódicos y medios digitales.
- **Footfers:** Se pagará la suscripción de *Footfers* para tener todos los partidos de la jornada a la carta.
- **Publicidad en redes:** Gastaremos 1200 € en anuncios para las redes sociales, donde ganaremos mayor visibilidad y, poco a poco, ganaremos dinero
- **Autónomo:** Se debe pagar 3822 € en 13 plazos diferentes. Hemos reflejado este decimotercer ingreso en el mes de diciembre.

Costes segundo año

<b>COSTES VARIABLES</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	
Compra de mercancía	50,00€	15,00€	15,00€	20,00€	25,00€	100,00€	25,00€	25,00€	25,00€	30,00€	35,00€	150,00€	515,00€
Colaborador ocasional	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	30,00€	360,00€	0,00€	0,00€	0,00€	30,00€	30,00€	30,00€	600,00€
Compra de información	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	600,00€	150,00€	150,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	3.600,00€
Varios	350,00€	0,00€	0,00€	0,00€	350,00€	350,00€	0,00€	0,00€	350,00€	0,00€	0,00€	350,00€	1.750,00€
Empresa diseño (ACID Tango)	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	3.600,00€
Asesoría	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	599,88€
Hosting	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	23,88€
Dominio	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	324,00€
Cuñas en radio	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	174,00€	2.088,00€
Publi medios digitales y físicos	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	105,00€	1.260,00€
Alquiler	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	6.000,00€
Publicidad en Redes	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	3.000,00 €
Autónomo	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	588,00 €	3.822,00€

<b>Coste Total</b>	27.182,76€
<b>Ingresos</b>	29.433,80€
<b>Beneficios</b>	2.251,04€

## Explicación de los costos. Segundo año

### Costes

- **Compra de mercancía:** Subiremos ligeramente los gastos en la compra de mercancía.
- **Colaborador ocasional:** Contaremos con profesionales que recibirán una comisión por subir artículos, análisis o crónicas en nuestra web. Además de salir en otras plataformas como Twitch o IVoox.
- **Compra de información:** Ya que a partir de este año cubriremos más categorías, necesitaremos obtener más informes y análisis de futbolistas. Tanto para nuestra web como para el apartado donde ayudamos a los jugadores a buscar equipo.
- **Varios:** Igual que el primer año.
- **Empresa de diseño (Acid Tango):** solo pagaremos el mantenimiento mensual de 300 €.
- **Asesoría:** Igual que el primer año.
- **Hosting:** Igual que el primer año.
- **Dominio:** Igual que el primer año.
- **Cuñas de radio:** Igual que en el primer año
- **Publicidad en medios digitales y físicos:** Igual que en el primer año.
- **Alquiler:** En este año comenzaremos a pagar un alquiler para trabajar en un estudio ubicado en una ciudad capitalina. El precio será de 500 €/mes.
- **Publicidad en redes:** Invertiremos en más anuncios promocionales para las redes sociales
- **Autónomo:** Se debe pagar 3822 € en 13 plazos diferentes. Hemos reflejado este decimotercer ingreso en el mes de diciembre.



Costes tercer año

<b>COSTES VARIABLES</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	
Compra de mercancía	200,00€	50,00€	50,00€	45,00€	55,00€	150,00€	50,00€	50,00€	50,00€	50,00€	150,00€	800,00€	1.700,00€
Colaborador ocasional	120,00€	120,00€	120,00€	120,00€	120,00€	600,00€	0,00€	0,00€	0,00€	120,00€	120,00€	120,00€	1.560,00€
Compra de información	600,00€	600,00€	600,00€	600,00€	600,00€	1.200,00€	300,00€	300,00€	600,00€	600,00€	600,00€	6.000,00€	12.600,00€
Varios	350,00€	0,00€	0,00€	0,00€	350,00€	350,00€	0,00€	0,00€	350,00€	0,00€	0,00€	350,00€	1.750,00€
Empresa diseño (ACID Tango)	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	300,00€	3.600,00€
Asesoría	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	49,99€	599,88€
Hosting	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	1,99€	23,90€
Dominio	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	27,00€	324,00€
Cuñas en radio	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	333,33€	4.000,00€
Publi medios digitales y físicos	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	250,00€	3.000,00€
Alquiler	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	6.000,00€
Publicidad en Redes	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€	6.000,00 €
Autónomo	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	294,00€	588,00 €	3.822,00€

<b>Costes totales</b>	44.979,78€
<b>Ingresos</b>	68.566,55€
<b>Beneficios</b>	23.586,77€

### Explicación de los costos. Tercer año

- **Compra de mercancía:** Esperamos que para el tercer año, la compra de mercancía aumente, ya que consideramos que se producirá un auge en la venta de mercancías en la tienda online.
- **Colaborador ocasional:** Seguiremos en la misma línea que el resto de años en este aspecto. Se espera un mayor volumen de trabajo, por lo que irá variando el número de colaboradores.
- **Compra de información:** Con el aumento de categorías en la plataforma, esperamos un aumento del volumen de visitas, por lo que se destinará más dinero a la compra de información a otros medios de comunicación.
- **Varios:** Lo mismo que años anteriores.
- **Empresa de diseño (Acid Tango):** Se mantendrán los mismos precios en mantenimiento web. A partir del cuarto año dejaremos de contar con sus servicios y trataremos de buscar un plan que se adapte mejor a nuestro crecimiento.
- **Asesoría:** Igual que en años anteriores
- **Hosting:** Igual que en años anteriores
- **Dominio:** Igual que en años anteriores
- **Cuñas de radio:** Aumentaremos el presupuesto para publicidad en emisoras tanto locales como nacionales.
- **Publicidad en medios digitales y físicos:** Al igual que en la radio, invertiremos más dinero para publicitar el producto en medios digitales y físicos.
- **Alquiler:** El mismo que en años anteriores
- **Publicidad en redes:** Se duplicará la inversión publicitaria en redes.
- **Autónomo:** Se debe pagar 3822 € en 13 plazos diferentes. Hemos reflejado este decimotercer ingreso en el mes de diciembre.



## Anexos

---

En este anexo contaremos la historia de 4 futbolistas que, a pesar de tener el nivel necesario para jugar en el fútbol profesional, se han visto obligados a alargar su carrera durante años en el fútbol semiprofesional hasta que finalmente han podido cumplir su sueño de debutar en el fútbol profesional.

En primer lugar tenemos el caso de Enric Gallego, delantero del CD. Tenerife. El jugador catalán debutó en el fútbol profesional a los 31 años con el Extremadura UD: Esto se produjo gracias a que el club extremeño ascendió de la 2ª división B a La Liga SmartBank. Ese mismo año, nuestro protagonista anotó 15 goles en 19 partidos. Gracias a estos resultados el futbolista tuvo la oportunidad de ser traspasado en verano a la SD. Huesca donde en 19 partidos anotó 5 tantos en su primera campaña en la primera división. Los siguientes años las cifras goleadoras no mejorarían y el jugador se vería arrastrado a la suplencia hasta llegar al CD. Tenerife, donde actualmente es un baluarte ofensivo y con el que ya lleva 8 tantos y 5 asistencias.

Previo a su paso por el fútbol profesional, el delantero era reconocido en Segunda B. Donde llevaba desde el año 2009. Pasó por Badalona y Olot, donde no tuvo mucha suerte, pero con su llegada al UE Cornellá se destapó un delantero total. Con el club catalán anotó 48 goles en 102 partidos, lo que es un gol cada dos partidos. Allí estuvo durante 4 temporadas. Una vez finalizada su etapa en tierras catalanas, saltaría a Extremadura como ya mencionamos previamente. Antes de dar el salto al fútbol profesional con este club, el delantero anotó 10 goles en 14 partidos de liga y 1 en el playoff de 6 encuentros.

Saliendonos del territorio nacional tenemos la historia de dos futbolistas de renombre internacional. Estos son Jaime Vardy y Miroslav Klose. La historia de ambos está marcada por los éxitos y a su vez por las extrañas circunstancias de su debut en el fútbol profesional.

Empecemos por Klose, su palmarés actual goza de varias bundesligas y un mundial, además de ser el futbolista con más goles en la historia de los mundiales, superando a Ronaldo Nazario. Con más de 200 goles en toda su carrera, el ariete alemán pasó por

Bayern Munich, SV Werder Bremen, 1.FC Kaiserslautern y Lazio. Lo que no mucha gente sabe es que con 21 años se encontraba trabajando de carpintero y en las filas del FC 08 Homburg, equipo que actualmente milita en la cuarta división alemana. La vida le cambió cuando fue llamado por el 1.FC Kaiserslautern, donde se encargaría de empezar una era.

Por otro lado tenemos a Jaime Vardy, el delantero inglés se encuentra militando actualmente en el equipo que le dio la oportunidad de ser profesional, el Leicester City. Con los foxes se coronó como campeón de la Premier League en el año 2016 y máximo goleador en el 2020.

Antes de llegar a la ciudad de Leicester, pasó por equipos como el Stocksbridge, Halifax Town y Fleetwood. Fue el Stocksbridge de la séptima división inglesa el primero en darle la oportunidad al jugador nacido en Sheffield. Aquí, Vardy compaginaba el fútbol con trabajar en una fábrica de férulas. En la temporada 2011/2012 fue llamado por el Fleetwood de la quinta división inglesa, donde anotó 31 goles en 36 partidos.

Estas cifras le valieron para que el Leicester de la Championship se fijara en él y le diera la oportunidad de dar el salto al deporte profesional. En su segunda temporada con los foxes anotó 16 goles en 37 partidos, esto les valdría el ascenso a la primera división del fútbol inglés. Tras un mal año a nivel grupal y evitando el descenso en la campaña 2014/2015, se coronó como campeón de la máxima división del fútbol inglés en la 2015/2016, marcando 24 goles esa temporada y convirtiéndose en uno de los jugadores más importantes de la historia del Leicester City.

Por último hablaremos del caso de Alberto Rodríguez de 29 años, jugador del CD Lugo que milita en la Liga SmartBank. El grancanario jugaba en las filas del UD Tamaraceite de la tercera división canaria y que posteriormente militó en el grupo intermedio de la segunda B debido a las normas que surgieron con la COVID-19.

Su oportunidad en el fútbol profesional llega de la mano del director deportivo del CD Lugo Mauro Pérez, conocedor de la tercera división canaria. A pesar de la validez del jugador para la segunda división española, no le llega su oportunidad hasta la jornada 19 ante la UD Ibiza. No volvió a jugar hasta la jornada 26, donde por primera vez consumió los 90 minutos de juego.

El partido ante el Almería marca un antes y un después en la carrera de Alberto, ya que se convierte en el punto de inflexión para consagrar su titularidad con el CD Lugo. Desde ese mismo día lleva 12 encuentros consecutivos disputando los 90 minutos de encuentro.

Lo más curioso del caso de Alberto, es que pese a ser grancanario, nunca pasó por categorías inferiores del CD Tenerife o UD Las Palmas según datos de transfermarkt. Algo chocante, debido al poco volumen de futbolista que hay en las islas y la necesidad de que estos militen en los dos principales exponentes del fútbol canario.

Estas 4 historias son algunas de las cientos de historias que hay detrás de cada jugador profesional y detrás de cada banquillo, por esta razón Bench Football las quiere hacer saltar al campo y darles la oportunidad que realmente se merecen.



## Conclusión

---

El motivo que nos motivó a realizar un trabajo de fin de grado de estas características es que vimos un nicho de mercado aún por explotar como es el fútbol profesional. Tanto Miguel Requena, como Antonio Flores, ven viable este proyecto a pesar de los pocos beneficios que se esperan a priori en los tres primeros años. La idea es seguir creciendo con esta plataforma hasta el punto que cubra todo el fútbol semiprofesional y femenino a nivel nacional.

Respecto a los beneficios, es cierto que estos son bajos en los tres primeros años, pero hay que destacar que en todo momento se han hecho los cálculos a la baja. La idea de Bench Football pasa por que todos sus usuarios prefieran contactar las marcas a través de la plataforma y no a través de tiendas locales o empresas de serigrafía. Por lo que estimamos que el volumen de venta en la tienda sea mucho mayor para el segundo año, estos ingresos nos permitirían hacer una plataforma totalmente rentable.

A pesar del grado de dificultad que pueda tener la creación de un portal web con estas características no descartamos su viabilidad. Eso sí, hay que ser completamente conscientes de que es necesario contactar con un inversor que esté dispuesto a asumir el riesgo de embarcarse en esta aventura. Probablemente, los perfiles de inversores que buscaremos serán comentaristas, ex futbolistas o periodistas interesados en el sector (Por ejemplo: Maldini, Piqué, Carlos Martínez, etc).

Los campus de verano serán un añadido clave para llegar a los padres y a entidades Amateur que puedan estar interesadas en adquirir material deportivo a través de nuestra web. Asimismo, estos campamentos serán la cuna de futuras estrellas o, simplemente, amantes del balompié.

Hasta el momento, Bench Football no es más que un sueño, pero esperamos que este proyecto salga pronto del banquillo y pueda demostrar todo el potencial que tiene



## Bibliografía

---

Alejandro, M. E. (2014). Diseño de un portal web de una red social para aficionados al deporte. *Ingeniería del agua*, 18(1), ix. <https://doi.org/10.4995/ia.2014.3293>

Sierra Laguna, V. (2016). Plan de comunicación de una entidad deportiva <https://idus.us.es/handle/11441/43506>

Pérez, D. (2018, septiembre 17). Transfermarkt, inteligencia colectiva para hacer scouting. Objetivo Analista. <https://objetivoanalista.com/transfarmakt/>

Martínez Egido, A. (2017). Diseño de un portal web de una red social para aficionados al deporte. (<https://riunet.upv.es/handle/10251/88941>)

Antón Carranza, M. (2017). Identificación del talento en la Organización: El Big Data aplicado al fútbol. (<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/27451>)

Villar García, A. (2018). Uso de redes sociales: captación y creación de imagen de marca. (<https://zaguan.unizar.es/record/86069/files/TAZ-TFG-2018-1780.pdf>)

Rodríguez Mateos, A. (2013). Aplicación de la termografía en el fútbol. El perfil térmico del jugador de fútbol. <https://oa.upm.es/40189/>

Código Ético | rfef.es. (s. f.). Recuperado 19 de enero de 2022, de <https://www.rfef.es/normativas-sanciones/codigoetico>

1 a RFEF, 2 a RFEF y 3 a RFEF: Cómo será cada categoría y a qué equivale cada una. (2021, marzo 28). AS.com. [https://as.com/futbol/2021/03/28/mas\\_futbol/1616932866\\_921863.html](https://as.com/futbol/2021/03/28/mas_futbol/1616932866_921863.html)

Soria Polo, C. (2021). Diseño y aplicación de técnicas de machine learning para optimizar el Scouting en clubes de fútbol (<https://idus.us.es/handle/11441/125973>)

*Miroslav Klose—Perfil del jugador.* (s. f.). Recuperado 30 de mayo de 2022, de <https://www.transfermarkt.es/miroslav-klose/profil/spieler/10>

*Jamie Vardy—Perfil del jugador 21/22.* (s. f.). Recuperado 30 de mayo de 2022, de <https://www.transfermarkt.es/jamie-vardy/profil/spieler/197838>

*Alberto Rodríguez—Perfil del jugador 21/22.* (s. f.). Recuperado 30 de mayo de 2022, de <https://www.transfermarkt.es/alberto-rodriguez/profil/spieler/711550>

*Enric Gallego—Perfil del jugador 21/22.* (s. f.). Recuperado 30 de mayo de 2022, de <https://www.transfermarkt.es/enric-gallego/profil/spieler/114060>



