

Canal de Streaming Crispy_G4M3R

Cristian Camilo Arévalo González

Universidad Santo Tomas de Colombia

Facultad de Comunicación Social para La Paz

Bogotá, Colombia

23 de octubre de 2023

Canal de Streaming Crispy_G4M3R

Cristian Camilo Arévalo González

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=000214999

8

Proyecto de Innovación y Emprendimiento en Comunicación

Universidad Santo Tomas de Colombia

Profesora: Marcela Catalina Correa Samudio

Bogotá, Colombia. 23 de octubre de 2023

Tabla de contenido

Tabla de contenido	3
Tabla de gráficos	8
Dedicatoria.....	11
Agradecimientos.....	11
Resumen.....	12
Palabras clave.....	13
Introducción	14
Planteamiento del proyecto	16
Producto y/o servicio.....	18
Producción y/o servicios directos o tercerizados	18
Fase previa	18
Fase de emisión.....	19
Fase posterior.....	20
Producción y/o servicios directos.....	22
Producción y/o servicios tercerizados	22
Software OBS Studio	22
Plataforma Twitch	22
Plataforma Discord.....	23

Servicio de Internet.....	23
Productos o servicios iguales o similares en el mercado	23
Planteamiento estratégico	24
Misión	25
Visión.....	25
Valores corporativos	25
La Comunicación y su aporte al Proyecto	26
Marco legal	29
Grupos de Interés.....	33
Internos	33
Externos	35
Caracterización de los Grupos de Interés.....	36
Características Sociodemográficas	36
Conducta dentro de Twitch.....	38
Intereses en Internet.....	39
La competencia.....	41
FODA	42
Hallazgos positivos (FO)	43
Hallazgos negativos (DA)	43
Estructura orgánica	44

Organigrama.....	45
Análisis del mercado	53
Twitch.....	53
Publicidad.....	54
Suscripción	54
Donación	55
Twitch Turbo.....	55
Análisis de la competencia.....	57
Interpretación de los resultados.....	62
El mercado	62
La competencia	64
Viabilidad del Proyecto.....	65
Precio del servicio	66
Punto de equilibrio.....	70
Métodos de pago.....	71
Ganancias calculadas.....	75
Precio del servicio para el cliente	76
Plan financiero	77
Inversión Inicial	78
Primer Momento (febrero de 2021)	79

Segundo Momento (abril de 2022)	81
Tercer Momento (abril de 2023)	84
Riesgos de la propuesta	87
Nombre de la idea de negocio	88
Razón social.....	88
Nombre comercial.....	88
Logo	89
Tipografía	92
Sistema de negocio	94
Aliados estratégicos.....	95
Espectadores.....	95
Otros creadores.....	97
Proveedores.....	98
Canales de distribución	99
Medios de comunicación.....	100
Estrategia de medios	102
Instagram	103
YouTube.....	104
Facebook	105
Tik Tok	106

Plantilla o modelo Canvas	108
Conclusiones y recomendaciones	108
Recomendaciones	109
Bibliografía o ciber biografía	110
Pilotaje del servicio	111
Pilotaje histórico 2023	113
Plan de mejora.....	114
Anexos	116

Tabla de gráficos

1. TABLA 1. FASES DE PRODUCCIÓN.	21
2. FIGURA 1. MODELO DE COMUNICACIÓN MATEMÁTICA ADAPTADO.	28
3. TABLA 2. GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS.	34
4. TABLA 3. GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS.	35
5. FIGURA 2. GRÁFICO DE PASTEL, NIVEL EDUCATIVO.	37
6. FIGURA 3. GRÁFICO DE BARRAS, HORAS DENTRO DE TWITCH AL DÍA.	39
7. FIGURA 4. GRÁFICO DE PASTEL, CONTENIDO PREFERIDO.	40
8. FIGURA 5. FODA.	42
9. FIGURA 6. ORGANIGRAMA.	45
10. TABLA 4. PERFIL DE LOS INTEGRANTES.	48
11. TABLA 5. EJERCICIO DE BENCHMARKING.	50
12. TABLA 6. MECANISMOS DE MONETIZACIÓN DE TWITCH.	56
13. TABLA 7. ANÁLISIS DE AUDIENCIAS E INGRESOS DE LA COMPETENCIA.	58
14. TABLA 8. CRUCE DE AUDIENCIAS.	59
15. TABLA 9. CRUCE DE INGRESOS.	60
16. FIGURA 6. INGRESOS DE CRISPY_G4M3R EN TWITCH 2023.	61
17. TABLA 10. COSTOS FIJOS.	67
18. TABLA 11. COSTOS VARIABLES.	69
19. TABLA 12. MÉTODOS DE PAGO TWITCH.	71
20. TABLA 13. MÉTODOS DE PAGO PROPIOS.	72
21. FIGURA 7. INGRESOS HISTÓRICOS CRISPY_G4M3R.	73

22. FIGURA 8. INGRESOS NEQUI CRISPY_G4M3R.	74
23. TABLA 14. GANANCIAS CALCULADAS.	76
24. TABLA 15. INVERSIÓN INICIAL 2021.	79
25. FIGURA 9. REFERENCIA DE EMISIÓN MARZO 2021.	80
26. TABLA 16. INVERSIÓN SECUNDARIA 2022.	82
27. FIGURA 10. REFERENCIA DE EMISIÓN ABRIL 2022.	83
28. TABLA 17. ÚLTIMA INVERSIÓN 2023.	85
29. FIGURA 11. REFERENCIA DE EMISIÓN ABRIL 2023.	86
30. FIGURA 12. CONCEPTO DE DISEÑO.	89
31. FIGURA 13. COLOR Y VARIACIONES CROMÁTICAS.	90
32. FIGURA 14. USO DEL LOGO SIN TEXTO.	90
33. FIGURA 15. USO DEL LOGO CON TEXTO.	91
34. FIGURA 16. TORNEO BATALLA DE MANCOS, MAYO 2023.	92
35. FIGURA 17. EJEMPLO DE USOS TIPOGRÁFICOS, ENERO 2023.	93
36. FIGURA 18. USOS TIPOGRAFÍA 04B 30.	94
37. TABLA 18. ALIADOS ESTRATÉGICOS EN LA AUDIENCIA.	95
38. TABLA 19. ALIADOS ESTRATÉGICOS MODERADORES.	96
39. TABLA 20. ALIADOS ESTRATÉGICOS STREAMERS.	97
40. TABLA 21. PROVEEDORES OCTUBRE 2023.	98
41. TABLA 22. CANALES DE DISTRIBUCIÓN OCTUBRE 2023.	100
42. TABLA 23. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	101
43. FIGURA 18. INSTAGRAM, OCTUBRE 2023.	103
44. FIGURA 19. YOUTUBE, OCTUBRE 2023.	104

45. FIGURA 20. FACEBOOK, OCTUBRE 2023.	105
46. FIGURA 21. TIK TOK, OCTUBRE 2023.	106
47. TABLA 24. ESTRATEGIA DE MEDIOS.	107
48. FIGURA 22. MODELO CANVAS.	108
49. FIGURA 23. PILOTAJE DEL SERVICIO, OCTUBRE 2023.	111
50. FIGURA 24. INGRESOS GENERADOS EN EL PILOTAJE.	112
51. FIGURA 25. INGRESOS GENERADOS EN EL 2023.	113
52. TABLA 25. PLAN DE MEJORA.	115

Dedicatoria

De la misma forma en la que dentro del documento han hecho presencia distintas personas al ser mencionadas por su participación activa sin distinción de sus roles dentro del canal, se hace necesario incluirlas en este espacio no solo para reconocer el valor de su compañía en las jornadas de emisiones, sino además para agradecer y dedicar el desarrollo de este trabajo a nombre de cada uno de ellos, quienes lo hicieron posible debido a su apoyo durante tanto tiempo. Este mensaje no solo se enfoca en agradecer a todas esas audiencias que me han incentivado a seguir con mi proyecto, busca además, comprometerse en mejorar continuamente y seguir brindando un espacio de provecho para quienes han estado, seguirán estando y decidan en el futuro visitar el canal.

Agradecimientos

A mi familia y amigos, que además de alentar mi crecimiento intelectual, me permitieron iniciar un proyecto innovador desconocido por medio de su apoyo y compañía en las ideas que han surgido en el camino, mejorando las proyecciones de mi emprendimiento y dejando conocer que cuento con las personas idóneas para seguir adelante con este proyecto y muchos más.

En principio es válido agradecer a mi tutora, quien de la mejor forma y con indicaciones puntuales permitió mi libre desarrollo en la presentación teórica de mi emprendimiento, me brindó las herramientas necesarias en el momento indicado para fortalecer el contenido argumentativo y finalmente presentar ante los lectores este documento.

Y aunque se vea egoísta a mí, porque he aprendido en el transcurso de mi vida que las batallas internas son las más difíciles, pero vale la pena afrontarlas para identificar después las transformaciones positivas que estas traen a tu vida.

Resumen

Por medio de este escrito se presentan al lector los diferentes aspectos técnicos y estratégicos que validan como novedosa la propuesta de emprendimiento en comunicación del Canal de Streaming Crispy_G4M3R, un medio enfocado en hacer uso de las redes sociales para generar un mayor impacto y visibilidad en su nicho con el objetivo construir un relato de paz que integre las voces de distintos actores sociales, los cuales contarán con espacios de debate durante cada emisión, donde se tratarán temas controversiales como el deporte, noticias de la actualidad y la cultura geek. Es por todo esto que se desarrolla el documento siguiendo los lineamientos académicos requeridos por la modalidad de Proyecto de Innovación y Emprendimiento en Comunicación, los cuales buscan validar el posible éxito de este medio alternativo, su utilidad para la transformación social y el aporte que tiene a la cultura de paz.

Abstrac

Through this writing, it is presented to the reader the different technical aspects and strategies that valid as innovator the proposal of entrepreneurship in communication the channel of Crispy_G4ME3R via streaming, a medium focused in the use of social media to generate a bigger impact and visibility in the market with the objective to build an story of peace that collect the voices of different social actors, that will found many spaces of debate during the emission, in which controversial topics as the sports, daily news and geek culture. Furthermore, this is why the develop of the document follows the academic guideline required of the modality of the Project of innovation and Entrepreneurship in communication, which try to valid the possible success of this alternative method, it usefulness to the social transformation and the contribution that contains the culture of peace.

Palabras clave

Comunicación:

Entendida como el intercambio de información de diferentes tipos con o sin un objetivo claro y público o no definido, pero con la intención de ser recibido por otros.

Jóvenes:

Personas que se encuentran en etapas del desarrollo o consolidación de su personalidad.

Streaming:

Visto como la emisión de contenidos en vivo o pregrabados por medio de Internet.

Emprendimiento:

Un proyecto novedoso que ejecuta distintas estrategias para su éxito.

Cultura Geek:

Personas con un gusto particular por los videojuegos, el cine y la literatura basada en ciencia ficción.

Redes Sociales:

Comprendidas como los más efectivos medios para el intercambio de información en la actualidad por medio de Internet y que permiten la interacción con una o varias personas.

Introducción

El uso de las Redes Sociales es un hecho cada vez más frecuente por personas de cualquier edad y con cualquier actividad económica, una realidad suscitada por factores como el incremento en el acceso a Internet de las poblaciones rurales, la migración de población foránea a las ciudades en búsqueda de mejores oportunidades y la solicitud de los empleadores a sus colaboradores de estar conectados en todo momento, distintas realidades que en los últimos años han transformado los dispositivos móviles de comunicación en un objeto indispensable a la hora de salir de casa, ya sea para coordinar diligencias laborales, sociales, familiares o para romper los espacios de cotidianidad.

Todo esto se hace más evidente de acuerdo con (Kemp, 2023), quien en su web especializada en la investigación de las tendencias y actividades de las personas en Internet DataReportal, estima que para enero del año 2023 en Colombia se contabilizaban cerca de 39,34 millones de usuarios de Internet, lo que equivale al 75,7% de la población total, la cual para esta fecha se calculaba en 51,96 millones de personas, un dato representa un incremento significativo en el acceso a la conectividad comparado con cifras de años anteriores, sin embargo, la cifra que llama mayormente la atención de este reporte es el uso de las redes sociales por parte del primer grupo mencionado, donde se calculó que el 97,7% de las personas conectadas hacen uso por lo menos de una red social, es decir que 38,45 millones de colombianos interactúan por medio de plataformas como Facebook, Instagram, Tik Tok o Twitter entre muchas otras.

Por otro lado, a todas estas realidades se suman las dinámicas generadas por la pandemia ocasionada por el Coronavirus, una época de incertidumbre para las personas de todo el mundo y que resignificó el acceso temprano a la información, puesto que la necesidad de encontrar

métodos para la prevención del contagio, el contactar a familiares o amigos y compartir consejos o información sobre esta enfermedad por los canales disponibles se volvió algo cotidiano para muchos de los usuarios de Internet, una realidad que incremento significativamente el número de personas que formaban parte de la conversación en línea y que con el pasar del tiempo, se transformó en una oportunidad de negocio tanto para los nuevos emprendedores cómo para empresas más tradicionales, fomentando el surgimiento de nuevas estrategias digitales que impacten a los clientes desde sus teléfonos celulares.

Entendiendo estas tendencias se plantea un proyecto de emprendimiento basado en el aprovechamiento de las redes sociales y las nuevas disposiciones en la creación de contenido, razón por la cual se presenta un canal de streaming, una actividad que cada día suma espectadores y que se ha convertido en una alternativa altamente valorada por el público presente en este tipo de plataformas, pues brinda un espacio para conversar abiertamente sobre cualquier tema y permite la retroalimentación constante, algo que termina por consolidar una mayor afinidad del creador con sus seguidores y se convierte en una dinámica que manejada de manera estratégica permite la eficaz fidelización de la audiencia.

Para cumplir con este objetivo se hará uso de la comunicación desde enfoques como el visual y periodístico, los cuales serán el principal instrumento para la consolidación de un servicio informativo que este a la vanguardia de lo solicitado por los clientes y lo impuesto por los creadores en las redes sociales, siguiendo estas inclinaciones se plantea desde la comunicación visual, un aporte significativo en cuanto a la renovación constantes del contenido emitido, de las escenas presentes en las transmisiones y el uso de recursos llamativos para captar la atención de los consumidores, de la misma manera el periodismo hará presencia en las

difusiones por medio de las investigaciones realizadas de manera previa para enriquecer el contenido y en la presentación del mismo, el cual buscará equiparar la calidad discursiva y de análisis de medios más constituidos o tradicionales.

Haciendo uso de las oportunidades identificadas el Canal de streaming Crispy_G4M3R buscará fomentar estrategias de participación inclusivas y que vinculen a todo tipo de actores sociales en los discursos suscitados durante emisiones determinadas, esto con el fin de construir relatos que integren distintas voces y que permitan por medio del debate la consolidación de un lenguaje de paz en temas como los hechos noticiosos de la actualidad, el deporte en general y la cultura geek, informaciones en muchas ocasiones controversiales y que pueden vincular los intereses o aficiones de los participantes.

Planteamiento del proyecto

El streaming es una de las actividades que capta con mayor facilidad la atención de las audiencias más jóvenes en la actualidad, una realidad que ha propiciado la migración de otras plataformas tradicionales a esta tendencia, como lo es el caso de YouTube o Facebook, dos plataformas creadas en principio para subir contenido previamente producido y que en la actualidad generan una significativa parte de sus ingresos por medio de los creadores de contenido dedicados a las transmisiones en vivo. "Twitch ha llegado en el momento oportuno y lo ha explotado. La expansión de la cultura gamer y las mejoras tecnológicas le han venido de maravilla" (Cueto, 2021).

Aunado a esta lógica y buscando formar parte de este mercado altamente cambiante, se busca consolidar un proyecto que saque provecho en principio de la basta cantidad de público presente en la plataforma Twitch, la cual es vista como la plataforma líder para la creación y

transmisión de contenido en vivo y que para el año 2022 destaco entre sus cifras dos características de alto valor, como lo fue la cantidad de horas visualizadas en total, la cual fue de 21.000 millones desde enero a diciembre del mismo año y una transformación en el contenido más consumido, entre los cuales se destacó la categoría Just Chatting, un apartado para la creación de contenido sobre cualquier tema definido por el emisor y que representa la posibilidad de encontrar un espacio para fomentar el debate y la construcción de relatos por medio de estrategias que integren las voces de los espectadores.

Es así como se propone un canal dentro de esta plataforma, el cual permita a sus consumidores tener espacios para conversar sobre la actualidad deportiva, los hechos noticiosos del día a día y la cultura geek, una delimitación que permitirá sacar provecho de la creciente búsqueda de temas variados en redes sociales. "Lo que pasa es que ahora consumimos muchos medios diversos. Pero sí que es verdad que la televisión en parrilla está envejeciendo y para casos muy puntuales no consigue renovarse" (Cueto, 2021).

Tomando en cuenta este aspecto se busca brindar a quienes vean el contenido la posibilidad de contrastar sus opiniones con otros participantes y hallar puntos de encuentro en algunas ocasiones con personas que tengan una opinión completamente distinta, un enfoque que busca fomentar la consolidación de un discurso pacífico y transformar estos espacios en una oportunidad para reemplazar en cierta medida el fanatismo presente en contextos como la rivalidad entre las hinchadas o las discusiones frente a temas álgidos para los apasionados por la ciencia ficción y los videojuegos.

Producto y/o servicio

El canal de Streaming Crispy_G4M3R buscará brindar un servicio que permita a sus audiencias contar con un espacio virtual para el análisis de información noticiosa en general, el debate sobre hechos significativos del deporte local e internacional y la cultura geek, todo esto bajo rigurosos lineamientos técnicos, que permitan mecanismos eficientes para la participación del público, el control de la terminología usada por los participantes para propiciar un ambiente pacífico de diálogo y una estrategia logística y operativa que brinde a la audiencia una reproducción en alta definición del contenido emitido.

Producción y/o servicios directos o tercerizados

En principio para entender las actividades desarrolladas por el canal de comunicación, se deben analizar los procesos que suceden antes durante y después de cada programa, es así como se hace más sencillo comprender las etapas para la producción del contenido y su presentación de manera exitosa a los espectadores.

Fase previa

Anterior a cada difusión se debe llevar a cabo una construcción previa del contenido, algo que permite contar con una línea temática clara para el desarrollo de la conversación, no obstante, esto no determinara de manera estricta todos los temas tratados, debido a que esto puede variar por sucesos ocurridos durante la emisión o desconocidos por el canal, adicionalmente se deben validar aspectos técnicos como lo son el funcionamiento correcto de los mecanismo para la participación del público, esto comprende la correcta operatividad de la plataforma Twitch y Discord, la primera como soporte para la habilitación del canal escrito de

participación y la segunda como un recurso externo, por medio del cual los participantes podrán conectarse para hablar en voz o video si lo desean.

Por último, en esta etapa se encuentra la validación del correcto funcionamiento tecnológico, razón por la cual se deben hacer pruebas de emisión antes de salir al aire, en este punto se analizarán puntos como la calidad de reproducción del programa, la estabilidad de la conexión a Internet y la correcta operación del programa OBS Studio el cual será usado para enviar la señal y es el enlace con recursos de vital importancia como el micrófono, la cámara y el cambio de escenas.

Fase de emisión

Durante la transmisión se buscará cumplir con requerimientos básicos para los observadores, estos comprenden la calidad discursiva del locutor, el correcto funcionamiento de los recursos necesarios o canales para la participación de los espectadores en caso de ser necesarios y el sostenimiento de la conexión a internet para no perderse ningún detalle o salir del aire. Sin embargo, existe un punto con mucha importancia para el logro de los objetivos del canal en cuanto a buscar la construcción de un diálogo pacífico, razón por la cual se hace necesaria la regulación de la terminología usada por la audiencia, una actividad que debe suceder en vivo y se hace difícil de controlar en tiempo real por parte del streamer, este factor que propicia el nacimiento de la moderación dentro de los espacios donde los espectadores expresan su opinión.

Atendiendo este último detalle, se hace necesaria la construcción de la figura de moderadores o mod's como son llamados coloquialmente, estos son usuarios del chat como cualquier otro y que también pueden participar dentro de los temas debatidos, sin embargo, estos obtienen este rango de manera previa a cada programa y son un grupo de personas de alta

confianza seleccionadas por el emisor, los cuales cuentan con una capacitación respecto a cómo intervenir para evitar discusiones, suspender a usuarios de manera temporal o permanente en caso de ser necesario e informar al canal sobre alguna participación o evento importante ocurrido durante las emisiones.

Fase posterior

Esta etapa se entiende como una de análisis, en ella se llevará a cabo la revisión de las cifras de cada una de las emisiones, esto se hace posible por medio del correo electrónico vinculado a Twitch, a través del cual se recibirá una notificación por parte de dicha plataforma, lo que permitirá conocer las estadísticas de las transmisiones para validar la cantidad de usuarios que vieron el contenido, los momentos con mayor participación de la audiencia y un pequeño detalle referente a los ingresos generados de forma directa con las estrategias de monetización dentro de esta red social.

1. Tabla 1. Fases de producción.

Fase	Actividades	Recursos necesarios
Previa	➤ Diseño de las escenas requeridas. ➤ Creación de Parrilla de Contenido. ➤ Pruebas de transmisión. ➤ Validación de los mecanismos de participación del público.	Software OBS Plataforma Twitch Plataforma Discord Servicio de Internet
Emisión	➤ Revisión de la velocidad de conexión. ➤ Control propio o delegado de la terminología usada por los espectadores.	Software OBS Plataforma Twitch Plataforma Discord Servicio de Internet
Posterior	➤ Análisis de las estadísticas generadas en cada emisión.	Plataforma Twitch Servicio de Internet

Producción y/o servicios directos

En todas las etapas mencionadas anteriormente se evidencia la participación del canal, más específicamente en aspectos como la construcción de los temas a desarrollar, las pruebas de funcionamiento tecnológicas de la transmisión y de los canales de participación, además de la resolución de problemas durante el programa, un espacio donde se puede presentar latencia en la señal de origen, errores inesperados en algún software o la moderación del lenguaje usado por los participantes en caso de ser necesaria.

Producción y/o servicios tercerizados

Software OBS Studio

Open Broadcaster Software (OBS) por sus siglas en inglés, será la herramienta usada para la configuración previa de cada emisión y la transmisión en vivo, este es un programa usado para la grabación o emisión de video que brinda sus servicios de manera gratuita en todo el mundo y será uno de los recursos técnicos más importantes para el desarrollo de las transmisiones y la supervisión de sus estándares.

Plataforma Twitch

Es la plataforma seleccionada para la emisión del contenido, esta es un aliado estratégico ya que no solo permite la creación del usuario que llevara el nombre del canal, lugar por donde los espectadores podrán acceder al contenido en vivo o re subido, sino que además permite un canal de chat para la audiencia disponible junto a la emisión, consolidando uno de los espacios de participación del público más usados. Por último, Twitch posibilita el acceso a su estrategia de monetización interna, la cual es utilizada por el canal para obtener ingresos.

Plataforma Discord

Esta se podría entender como una red social que permite a los usuarios participar de salas de chat de texto o voz, espacios donde por lo general se tratan temas muy ligados a los gustos de los usuarios, es por esta razón que se hará uso de esta para crear un canal donde las personas puedan conectarse durante las transmisiones y aportar así en los debates sobre los temas de cada emisión.

Servicio de Internet

La conexión a Internet es un factor determinante para el funcionamiento del servicio ofertado, esto se debe a que la emisión del contenido se hace en línea y para esto se requiere que la velocidad de la red sea alta, posibilitando a la audiencia factores como el disfrute del contenido en una calidad optima y la participación en tiempo real, debido a estas razones se opta por contar con un servicio de fibra óptica para enviar la señal, una opción que garantiza un funcionamiento sin mayores variaciones en la conectividad.

Productos o servicios iguales o similares en el mercado

En dato de alta importancia para entender las dinámicas de la competencia en el sector del streaming y más exactamente dentro de la plataforma seleccionada, es que según Twitch, en su reseña para el año 2022, la red social sumo más de 11 millones de perfiles dedicados a la creación de contenido durante el 2022 (Twitch, 2022) una cifra que además de reafirmar esta tendencia como algo cada vez más creciente, ejemplifica el alto número de competidores presente, sin embargo existe una línea clara entre el eje temático desarrollado por muchos de los otros perfiles o cuentas existentes en este mercado y el objetivo que proclama Crispy_G4M3R, es bajo esta distinción que se entienden como servicios similares o iguales a cuentas con casi

cualquier rango de alcance o con prestigio en medios tradicionales, puesto que dentro de esta tendencia algunas no cuentan con el mismo impacto que en la radio, la prensa escrita o la televisión.

Entendiendo esto, se comprenden como productos o servicios similares a las siguientes cuentas o personas dentro de Twitch:

- Caracoldeportes
- ElCalabozodelAndroide
- Lauraa_tula
- samara9803
- Winsportscol

Estos perfiles han sido identificados como competidores de alto nivel en contraste con el contenido que será emitido en el canal, esto debido a que el desarrollo de sus emisiones se centra en temas como lo es el análisis deportivo desde cuentas verificadas y con alto reconocimiento, el contraste de nuevos productos o tendencias dentro de la cultura geek y la construcción de debates sobre hechos noticiosos en general con sus espectadores.

Planteamiento estratégico

Con la intención de ubicar los objetivos del canal, se presentan los argumentos bajo los cuales operará el canal en la búsqueda de alcanzar sus objetivos y proteger sus intereses junto con los de sus competidores y consumidores por medio de la aplicación de sus valores.

Misión

Transformar de manera positiva las dinámicas de comunicación presentes entre los espectadores que decidan participar en las actividades desarrolladas en el canal de streaming Crispy_G4M3R.

Visión

Ser visto para el año 2025 como un espacio virtual con amplio reconocimiento en la plataforma Twitch, por posibilitar la participación de todo tipo de público e incentivar la comunicación pacífica entre personas con cualquier opinión, orientación o afición.

Valores corporativos

Crispy_G4M3R como canal de comunicaciones promueve el respeto, la transparencia, la responsabilidad y la igualdad como ejes de las estrategias desarrolladas para fomentar el diálogo y el debate entre los espectadores en cada una de las emisiones, permitiendo así que cualquier persona sin importar su nivel adquisitivo, educativo o sus inclinaciones políticas o religiosas entre otras, pueda aportar en las discusiones respecto a los temas tratados.

Respeto

Frente al trato de las informaciones manejadas cada noche y a las personas que decidan participar de los distintos espacios propuestos por el canal.

Transparencia

Para brindar información clara de los eventos mencionados durante las emisiones y que será una fortaleza del medio, por medio de un ejercicio de investigación arduo.

Responsabilidad

Enfocada en un brindar un servicio de calidad que no solo se vea y sienta agradable para los espectadores, sino que además les permite transformar su discurso hacia un ambiente pacífico de diálogo con otros.

Igualdad

Centrada en posibilitar a todos los actores la oportunidad de construir junto a otros un debate serio sin sentir su opinión desmeritada en comparación con otros.

La Comunicación y su aporte al Proyecto

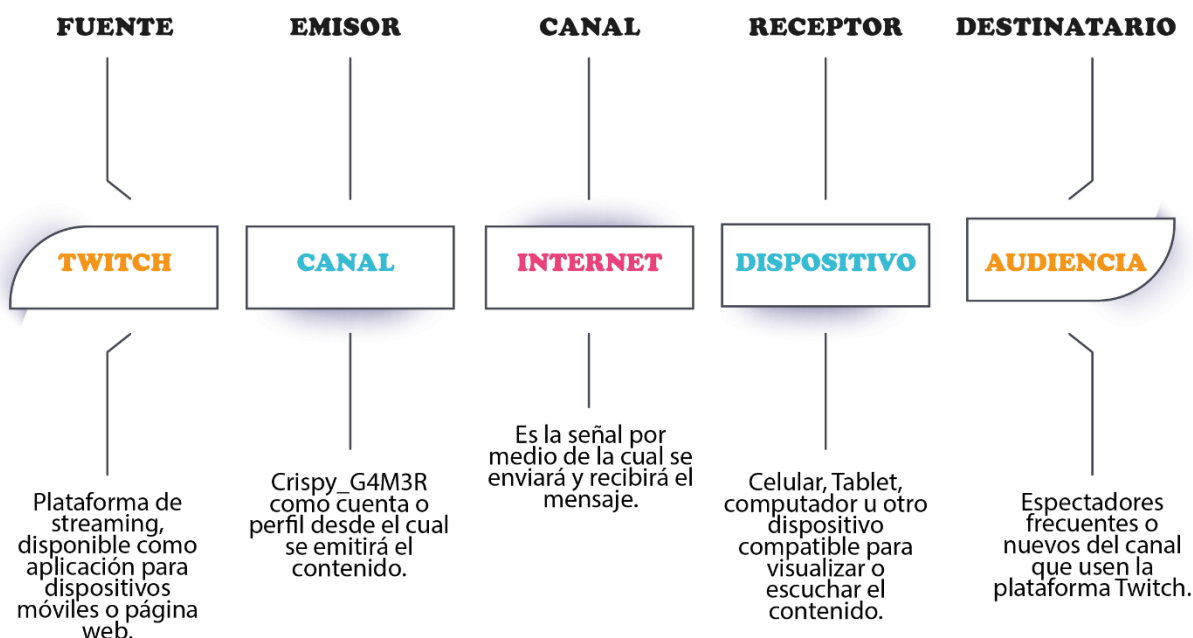
La comunicación como campo de estudio hace presencia en el proyecto como lo haría en cualquier otro, siempre y cuando este busque alcanzar objetivos respecto al entendimiento de la interacción del cliente o espectador con su producto o servicio, busque comprender la manera más efectiva de llegar a sus grupos de interés y entienda a la comunicación como parte primordial del desarrollo de cualquier proyecto innovador de la misma forma que pueden ser importantes factores técnicos, estratégicos o tecnológicos para alcanzar sus objetivos.

Para el caso puntual del canal Crispy_G4M3R se entiende como enfoque comunicacional o investigativo el desarrollo de narrativas y representaciones dentro de las nuevas tecnologías mediáticas como lo son las redes sociales o más específicamente las plataformas de streaming como Twitch, bajo esta distinción cabe incluir un detalle importante debido a que este proceso comunicativo atendería en cierta medida a los modelos más significativos de la comunicación tradicional, los cuales de manera simplificada podrían verse como el traspaso de un mensaje

desde una fuente por medio de una canal específico, el cual, se sirve de dispositivos o recursos determinados para impactar a uno o varios destinatarios por medio de un receptor.

El mejor ejemplo de esta teoría se ve en el modelo presentado en el año 1949 por los autores de la Teoría Matemática de La Comunicación Shannon y Weaver, los cuales formularon el funcionamiento de los procesos comunicativos en una época donde los medios a través de los cuales la comunicación es emitida con mayor frecuencia en la actualidad no existían, sin embargo esta estrategia es tan sencilla y eficiente a la vez que puede seguir siendo aplicada con pequeñas variaciones o ajustes a partir de los recursos o estrategias utilizadas para emitir la información.

Haciendo uso de estos conceptos con la incorporación en cierta medida de esta forma de entender la comunicación y para ejemplificar de mejor manera el uso de esta teoría en el canal de streaming Crispy_G4M3R. se presenta a continuación un gráfico basado en el modelo de comunicación matemático postulado por los autores antes mencionados, no obstante a este se le han incluido actualizaciones basadas en la realidad actual del proyecto, las cuales permiten simplificar su funcionamiento del servicio ofertado y brindan un mayor entendimiento de sus dinámicas por lo menos en cuanto proceso que suscita el acto comunicativo dentro de la plataforma Twitch y los recursos que posibilitan a la audiencia la visualización del contenido desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento que decidan sacar provecho de él.



2. *Figura 1.* Modelo de comunicación matemática adaptado.

De manera adicional se reconoce que enfoques comunicativos como el periodismo y la comunicación visual son recursos de alto valor para el crecimiento del canal, el desarrollo de sus estrategias actuales y futuras en la búsqueda de fortalecer sus actividades para significar un espacio importante dentro de Internet que transforme las discusiones de sus ejes temáticos, por esta razón, es válido mencionar que el desarrollo de la discursividad y las dinámicas presentes en las emisiones están permeadas por una intención de brindar un espacio casual atractivo para todo público, algo que se sirve del periodismo para presentar recursos técnicos tanto ambiguos como novedosos de los medios de comunicación más tradicionales en sus espacios informativos, además de buscar de manera frecuente impactar a la audiencia con la información obtenida previamente y la presentación de la misma.

Continuando con estos aportes de la comunicación al proyecto aquí presentado, se debe mencionar por último pero para nada menos importante a la comunicación visual, una rama

imprescindible para generar recordación e impacto en las audiencias del canal, realidad aún más importante debido no solo a la importancia de la información expresada en video, imagen, animación o cualquier otro formato de forma llamativa en los tiempos actuales donde se debe ser cada vez más efectivo en menor tiempo, sino además por las oportunidades que representa el contar con los recursos para captar la atención y luego ser identificado como un generador y/o seguidor de las tendencias requeridas o impuestas por el mercado del streaming.

Marco legal

El canal de comunicaciones vía streaming Crsipy_G4M3R desarrolla sus actividades económicas dentro de la industria cultural y creativa, un enfoque originado por sus intenciones respecto a brindar un servicio que en principio permita al usuario contar con un espacio para el esparcimiento y que posibilite al mismo tiempo el enriquecimiento de sus conocimientos por medio del debate o análisis generado en las dinámicas de cada una de las emisiones. Por otra parte, a este proyecto no se puede obviar su dependencia de las TIC como origen de sus espacios y ambientes de comunicación, un motivo por el cual las normativas vigentes de las tecnologías de la información y la Comunicación también deben estar presentes en este apartado.

Visto de esta manera, se comprende como parte del marco normativo o legal de esta industria las actividades mencionadas en el decreto 1204 del 2020 emitido en septiembre, el cual incorpora detalles importantes de la política pública para delimitar las acciones que puede desarrollar el canal, enaltece su valor e importancia en la construcción social y menciona las oportunidades vigentes de apoyo financiero, educativo y operativo brindadas por el gobierno.

Según la Ley 397 de 1997 "El Estado, al formular su política cultural, tendrá en cuenta tanto al creador, al gestor como al receptor de la cultura y garantizará el acceso de los

colombianos a las manifestaciones, bienes y servicios culturales en igualdad de oportunidades, concediendo especial tratamiento a personas limitadas física, sensorial y síquicamente, de la tercera edad, la infancia y la juventud y los sectores sociales más necesitados". (El CONGRESO DE COLOMBIA, 2020)

Un apartado destacable por incorporar no solo el reconocimiento de la figura de creador como persona de alto interés para la creación del contenido, sino además por su rol determinante en la construcción de espacios que visibilicen las necesidades o intereses de las comunidades.

Así mismo cabe mencionar el aporte que hace la ley 1834 de 2017 para visibilizar las acciones desarrolladas para fortalecer la industria creativa por parte del estado colombiano y sus entidades.

"Por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja" tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, y en su artículo 4 señala que el Gobierno nacional debe formular una Política Pública Integral de la Economía Creativa (en adelante Política Integral Naranja) para desarrollar los contenidos de esta ley. Para ello el legislador, fijó las siguientes acciones: 1. Identificar los sectores objeto de la ley, formulando lineamientos que permitan desarrollarlos, fortalecerlos, posicionarlos, protegerlos y acompañarlos como creadores de valor agregado de la economía. 2. Buscar la participación plural y equilibrada de actores públicos, privados, sociales, gremiales y asociativos en el ámbito de la cultura y las industrias creativas. 3. Reglamentar los aspectos que se requieran en procura de la adecuada implementación de la política pública. (El CONGRESO DE COLOMBIA, 2020)

Bajo esta misma línea es válido reconocer la ley 2108 de 2021, la cual fue emitida el 29 de julio y menciona la importancia de la conectividad como recurso indispensable para el desarrollo de las comunidades, los parámetros de funcionamiento de este servicio para la protección de sus usuarios y las dinámicas generadas para garantizar el acceso a internet a la mayor cantidad de poblaciones sin importar su ubicación geográfica y en especial si estas son parte de grupos vulnerables de la sociedad.

Según la ley 2108 de 2021. “el servicio universal, la apropiación, capacitación y uso productivo de las TIC, de manera prioritaria para la población que, en razón a su condición social o étnica se encuentre en situación de vulnerabilidad o en zonas rurales, apartadas y de difícil acceso, buscando garantizar que se brinde un servicio de calidad y de última generación.” (EL CONGRESO DEL COLOMBIA, 2021)

Una nota importante entendiendo la búsqueda de la incorporación de múltiples actores en los relatos contruidos con los participantes de la emisiones del canal, no solo por la necesidad de brindar un servicio dentro de Internet que sea de calidad y cumpla parámetros básicos de operatividad sino también por acompañar las estrategias de incorporación de grupos vulnerables, al punto de permitir a toda la audiencia sin distinción la oportunidad de incluir su opinión en las conversaciones siempre que esta sea expresada de forma coherente, pacífica y acepte el debate.

Por último, se debe incluir como directriz normativa las normativas o leyes vigente respecto a los derechos de autor, vista como un recurso válido para defender no solo las creaciones y espacios novedosos propuestos en el canal, sino también para promulgar la competencia leal y proteger a su vez los intereses de los competidores o aliados estratégicos, razón por la que se presentan para finalizar este sustento legal las reglas de juego que impactan el

proyecto en cuanto a derechos de autor y su uso de este contenido en la plataforma de streaming Twitch.

Según la ley 1915 de 2018, “En todo proceso relativo al derecho de autor, y ante cualquier jurisdicción nacional se presumirá, salvo prueba en contrario, que la persona bajo cuyo nombre, seudónimo o su equivalente se haya divulgado la obra, será el titular de los derechos de autor. También se presumirá, salvo prueba en contrario, que la obra se encuentra protegida.” (EL CONGRESO DE COLOMBIA, 2018)

En adición a esta regulación y sus aplicaciones para el canal, se atenderá más específicamente a la Ley de Derechos de Autor de la Era Digital (DMCA) por sus siglas en inglés, la cual es aplicada por Twitch para la protección de los autores de las obras originales usadas en la creación de contenido dentro de esta plataforma sin importar su alcance, audiencia o tipo de categoría emitida.

Bajo esta idea Twitch menciona las formas de aplicación de esta ley de la siguiente manera:

“Twitch no se encuentra facultada ni capacitada para emitir dictámenes jurídicos en relación con imputaciones por infracciones de derechos de autor. Nuestra política consiste en acatar las leyes y las resoluciones judiciales relativas al uso de nuestros servicios y a la conducta de los titulares de nuestras cuentas. La DMCA y otras leyes similares exigen que Twitch actúe como intermediario, tramitando notificaciones de supuestas infracciones de titulares de derechos y contranotificaciones de titulares de cuentas, así como notificando a las partes afectadas. La responsabilidad de resolver la controversia recae en el titular de derechos y en el titular de la cuenta.” (Twitch, 2023)

Para la situación específica del proyecto, el desarrollo de su servicio y la presentación del mismo, la regulación mencionada dentro de esta plataforma le permite hasta cierto punto el uso de piezas de otros, siempre que exista una autorización o uso adecuado de las mismas, en caso de no acatar estas indicaciones el canal podrá recibir una notificación, entendida como un aviso leve para no reincidir en esta conducta, el cierre del canal y la inhabilitación de su difusión dentro de esta red social o demandas por parte de los autores originales.

Grupos de Interés

Los grupos de interés son entendidos como aquellos a quienes el proyecto puede impactar en sus acciones tanto de carácter laboral como de esparcimiento, significándoles un esfuerzo en el desarrollo de actividades que involucren alguna destreza o sencillamente la utilización de su tiempo para la diversión o el entretenimiento, bajo esta distinción de debe entender una delimitación importante de los pertenecientes a este grupo, los cuales pueden entenderse como internos o externos, este primer subgrupo se distingue por formar parte de los procesos del proyecto y por la posibilidad de transformar en cierta medida el servicio final. Por otro lado, los externos son vistos de manera general como los clientes finales o proveedores, es decir que estos no participan en la cadena de elaboración sino hasta etapas de consolidación o consumo y quizás en este punto puedan aportar en la transformación de distintos aspectos del contenido si este no es de su agrado o si su rol lo permite.

Internos

Para el canal de Streaming Crispy_G4M3R, se entiende como parte de este grupo a los desarrolladores del contenido y participantes de la logística para las actividades del canal tanto en sitio como en línea.

3. Tabla 2. Grupos de Interés Internos.

Grupo de Interés	Integrantes	Rol
Creador de contenido	Cristian Arévalo (Crispy)	Gerente, productor, coordinador, streamer e imagen del canal.
Familiares o amigos	Lina Arevalo, Federico Aldana y Sophia Pardo.	Colaboradores en actividades predefinidas, apoyo logístico y aparición en transmisiones del canal.
Moderadores	Fernanda Cristiano, Kassandra Michel, Juan López, Anthony Típula, Nayle Gallegos Galicia y Daniel Pinzón.	Controlar a los usuarios y el tipo de lenguaje manejado por la audiencia en las discusiones dentro de los canales de habilitados.

Externos

Para el canal de Streaming Crispy_G4M3R, se distingue dentro de esta población a los espectadores en general, vistos como consumidores finales y a la plataforma Twitch desde su rol de regulador y difusor del servicio principal.

4. Tabla 3. Grupos de Interés Externos.

Grupo de Interés	Integrantes	Rol
Espectadores	Los usuarios que se conecten durante las transmisiones y participen de los espacios propuestos.	Ver, compartir y/o participar del contenido a través de los canales disponibles.
Seguidores	Son las personas que desean repetir el contenido o que lo desean ver re subido en Twitch u otras redes.	Ver, compartir y/o comentar el contenido a través de los canales disponibles.
Twitch	Es la plataforma que permite la emisión del contenido y analiza la información posterior a cada emisión.	Permitir el servicio de transmisión y posibilitar un mayor o menor alcance a partir de sus estrategias de promoción.

Caracterización de los Grupos de Interés

Como estrategia para la recolección de información del público cotidiano del canal se ha tomado como opción el desarrollo de un formulario por medio de la herramienta Google Forms, está se entiende como la mejor opción ante la facilidad para la difusión de enlaces o vínculos que existe por medio de los canales de comunicación utilizados con la audiencia, además de la localización geográfica de estos últimos, ya que un grupo significativo de los participantes residen en ciudades distintas a Bogotá o para casos más específicos, algunos viven en otros países, un factor por el cual no existe la posibilidad de hacer entrevistas o encuestas de manera presencial y este recurso se afianza como el mejor mecanismo para determinar tanto características generales como particulares de los espectadores.

Siguiendo esta línea se interrogo a la audiencia sobre sus intereses en Internet, hábitos de consumo dentro de la plataforma Twitch, su localización y otros aspectos de alto valor para identificar las realidades que permean la vida de estas personas. A continuación, se presentan los hallazgos más significativos de la implementación de este instrumento, entendiendo su utilidad para la identificación de los patrones de los espectadores y la oportunidad que brindan estos detalles para el desarrollo de mecanismos de mejora en la difusión, los ejes temáticos, su desarrollo y las dinámicas de las emisiones.

Características Sociodemográficas

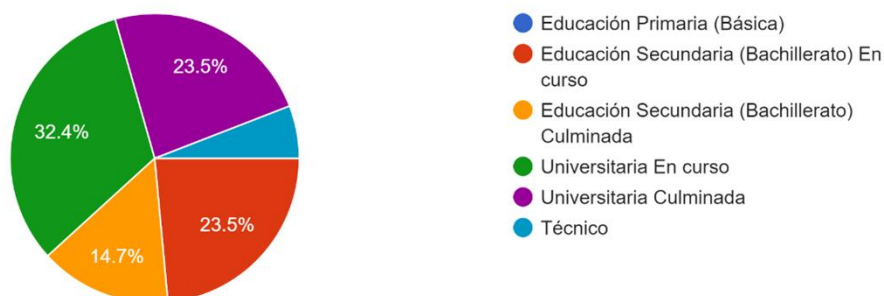
Buscando identificar los rasgos sociodemográficos más significativos de la audiencia del canal, se consultó a los participantes a cerca de su edad, género u orientación sexual, su nivel educativo y el lugar del mundo desde donde ven el contenido, fue a partir de estas preguntas que se identificaron rasgos muy marcados como:

1. El 82,35% de los encuestados reside en Colombia y de este porcentaje el 78,57 viven en la ciudad de Bogotá.
2. Los 2 países además de Colombia donde el canal es más visto, son México y Perú ambos con un 5,88% de participación en el canal.
3. La edad promedio de la audiencia se estima en 23,8 años.

Sin embargo, la cifra más llamativa dentro de este punto fue el nivel educativo de la audiencia pues como se muestra en la gráfica, un alto porcentaje de la población se encuentra en formación académica tanto universitaria como escolar, para ser exactos un 70,6% de los encuestados, este dato toma importancia al ser una población con un perfil de alto interés para el contenido que busca desarrollar el canal, en su intento de impactar públicos jóvenes con un lenguaje pacífico frente a temas mediáticos.

¿Cuál es tu nivel educativo?

34 respuestas



5. Figura 2. Gráfico de pastel, nivel educativo.

Conducta dentro de Twitch

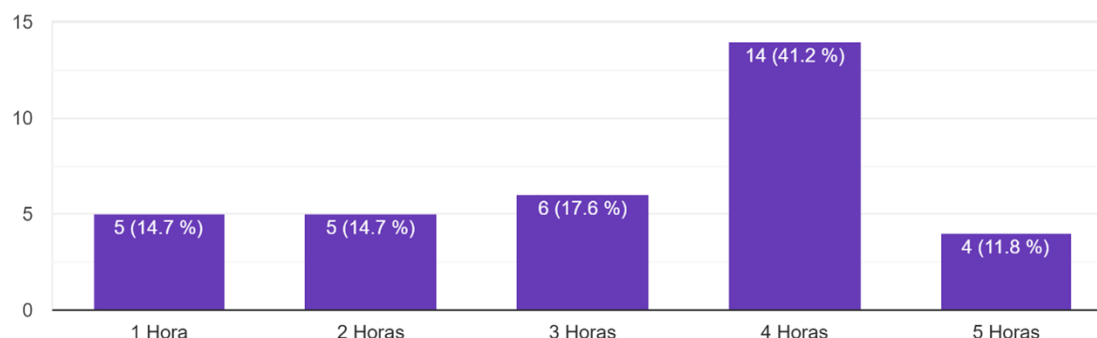
Para reconocer los patrones presentes en las actividades desarrolladas por los encuestados dentro de la plataforma Twitch, se preguntó a estos acerca del uso en particular que le dan a esta red social en cuanto a las horas que dedican diariamente a ver contenido dentro de esta y a los usuarios de los cuales ven con mayor frecuencia, de la información recopilada se exponen a continuación los rasgos más significativos:

1. En la mayoría de los usuarios se evidencio un gusto particular por el contenido de AuronPlay, una figura pública de gran reconocimiento y alcance.
2. Las creadoras de contenido son muy mencionadas por los hombres encuestados.
3. Un número significativo de los canales mencionados evidencio la creación de contenido ligado al deporte o videojuegos enfocados en este tema.

En este apartado, el dato con mayor relevancia fue la referente al tiempo que los encuestados toman de su día para ver contenido en Twitch, en este punto se evidencio que el 70,6% de la población pasa más de 3 horas al día en esta red social, un hecho a destacar, ya que las emisiones del canal suelen ser de esta extensión, dando a entender que en su mayoría hacen uso de la plataforma para ver el canal de forma exclusiva.

¿Cuántas horas dedicas a Twitch al día?

34 respuestas



6. Figura 3. Gráfico de barras, horas dentro de Twitch al día.

Intereses en Internet

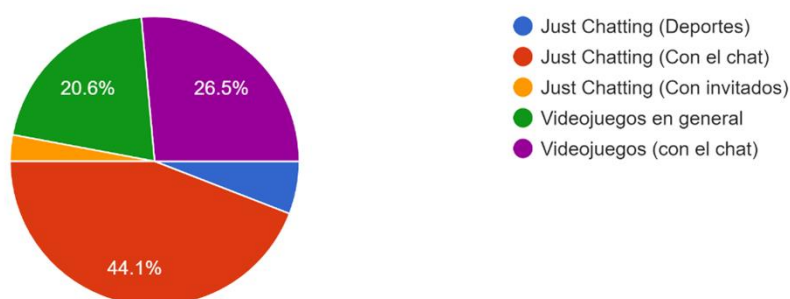
Por último, dentro de la caracterización de la audiencia participante en las encuestas se buscó conocer detalles enfocados en sus intereses particulares frente al contenido que estos desearían ver o disfrutaban ver con mayor frecuencia en el canal, además de consultar a estos sobre su red social favorita para así evidenciar los canales ideales para la promoción y difusión de las estrategias publicitarias del canal, siguiendo estas directrices se presentan los hechos de mayor valor identificados:

1. Instagram fue mencionada como la red social favorita por la mayoría de encuestados, con un 44,1% de usuarios que la prefieren.
2. El 76,4 de los encuestados hace uso de redes sociales en cierta medida tradicionales como Facebook, Instagram o Twitter (X).

3. Más de la mitad de los encuestados menciona las categorías Just Chatting y sus variaciones como una de sus favoritas dentro del contenido emitido en el canal, más exactamente el 52,9% de los participantes.

En este último aspecto se hace necesario mencionar un par de hallazgos invaluable para los objetivos del canal, pues ante el cuestionamiento realizado a los participantes sobre cuáles serían sus preferencias en el contenido emitido, estos dejaron ver su gusto por los videojuegos en general en gran medida, representado en un 20,6% de la población, sin embargo el dato que llama mayormente la atención fue el alto número de encuestados que respondió que sus categorías favoritas vinculan a la audiencia tanto en la experiencia dentro de los videojuegos como en las discusiones, representado a un 70,6% de los participantes totales de la encuesta, demostrando su interés por verse dentro del contenido.

¿Qué categoría es tu favorita en el canal?
34 respuestas



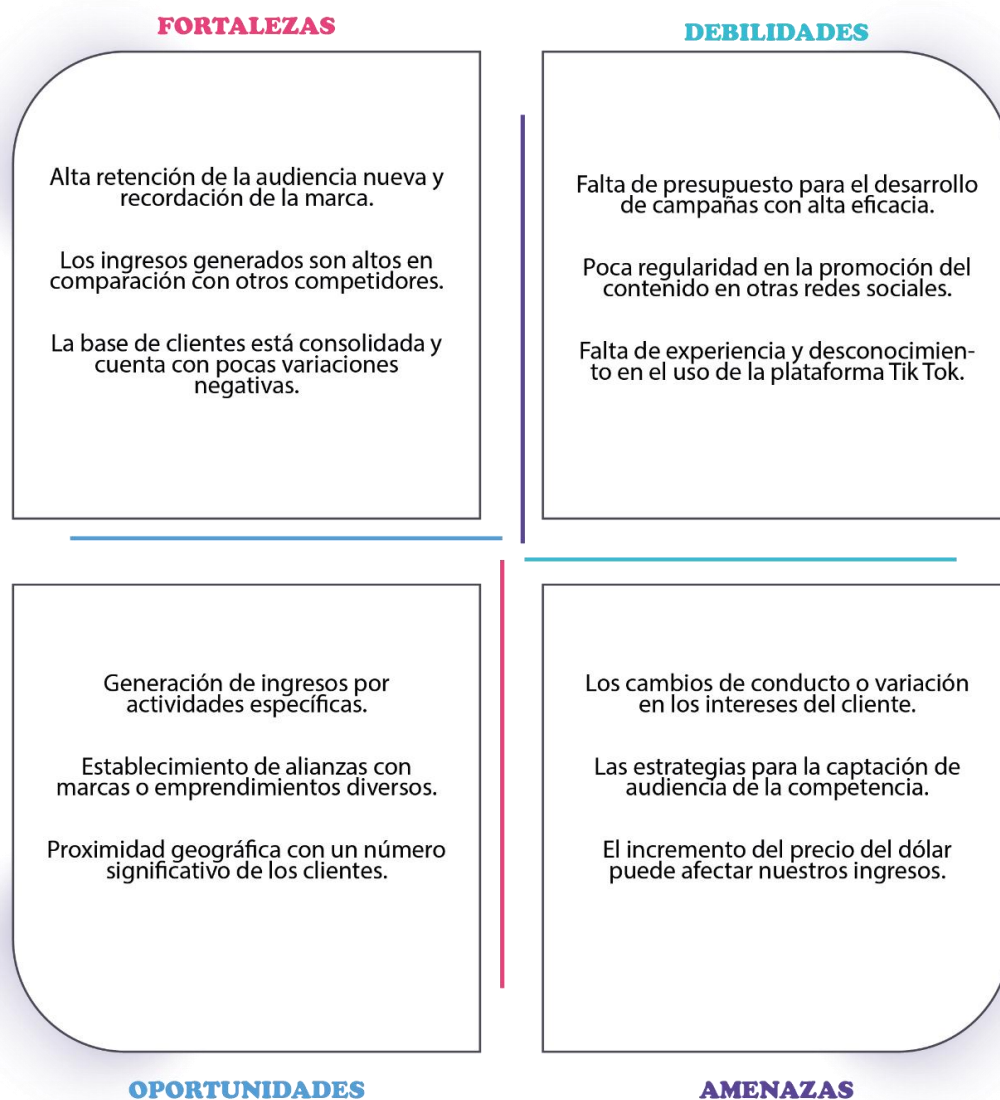
7. *Figura 4.* Gráfico de pastel, Contenido preferido.

La competencia

El servicio ofertado por el canal cuenta con un universo cada vez más amplio de competidores, una realidad que se pone de manifiesto al entender el crecimiento desmedido de la cultura del streaming y su nuevo enfoque centrado en el consumo de categorías cada vez más orientado a ejes temáticos como los eventos deportivos, los lanzamientos musicales o el ocio en general, además de esto se debe analizar que otra de las realidades que incrementa el número de rivales en el mercado, es la migración de medios tradicionales o figuras públicas con significativo reconocimiento a esta tendencia, es a partir de estas realidades podemos sustentar como competidores del canal de streaming Crispy_G4M3R, a un espectro bastante general de usuarios dedicados a la creación emisiones en vivo en cuanto al deporte, la cultura geek y las conversaciones sobre la cotidianidad, sin embargo se ha delimitado este grupo a 5 competidores clave y con cierto reconocimiento para el público del canal para el desarrollo de este ejercicio comparativo.

Visto así, se presenta a continuación un análisis FODA para encontrar los puntos a favor y en contra del canal de comunicaciones, este recurso brinda una perspectiva útil para destacar lo novedoso de la propuesta y los puntos a mejorar en contraste con las estrategias de difusión y el contenido emitido por la competencia.

FODA



8. Figura 5. FODA.

A partir de la información expresada en el grafico anterior, la cual fue identificada por la herramienta utilizada para la caracterización de grupos de interés y otros medios de consulta utilizados para identificar las tendencias o conductas de los espectadores y la competencia se concluyen como factores de alto interés para el canal los siguientes:

Hallazgos positivos (FO)

1. Se podría hacer uso de la proximidad geográfica con un grupo significativo de la audiencia, para el desarrollo de estrategias novedosas en redes sociales que masifiquen el alcance del canal y su contenido.
2. Se pueden desarrollar actividades encaminadas a la recaudación de fondos con el objetivo de brindar un servicio con mejor calidad.

Se evidencia la posibilidad de llevar a cabo estrategias que no solo permitan el fortalecimiento de los mecanismos de funcionamiento del canal, sino que además dinamicen otras redes sociales y posibiliten así el crecimiento de la audiencia, algo que podría traducirse en la posibilidad de generar más ingresos.

Hallazgos negativos (DA)

1. El no estar a la vanguardia en el uso y creación de contenido en la plataforma Tik Tok podría impedir el entrar en la conversación frente a temas significativos por parte de los espectadores.
2. Las nuevas tendencias altamente cambiantes en el día a día podrían representar una pérdida significativa de espectadores y/o aliados estratégicos del canal.

Resalta una deficiente estrategia en el uso de redes sociales que son tendencia en la actualidad y que originan contenido altamente viral, el cual termina por consolidarse como un lenguaje común entre la audiencia y del cual podría desentenderse el canal haciéndolo ver poco llamativo para los nuevos espectadores.

Estructura orgánica

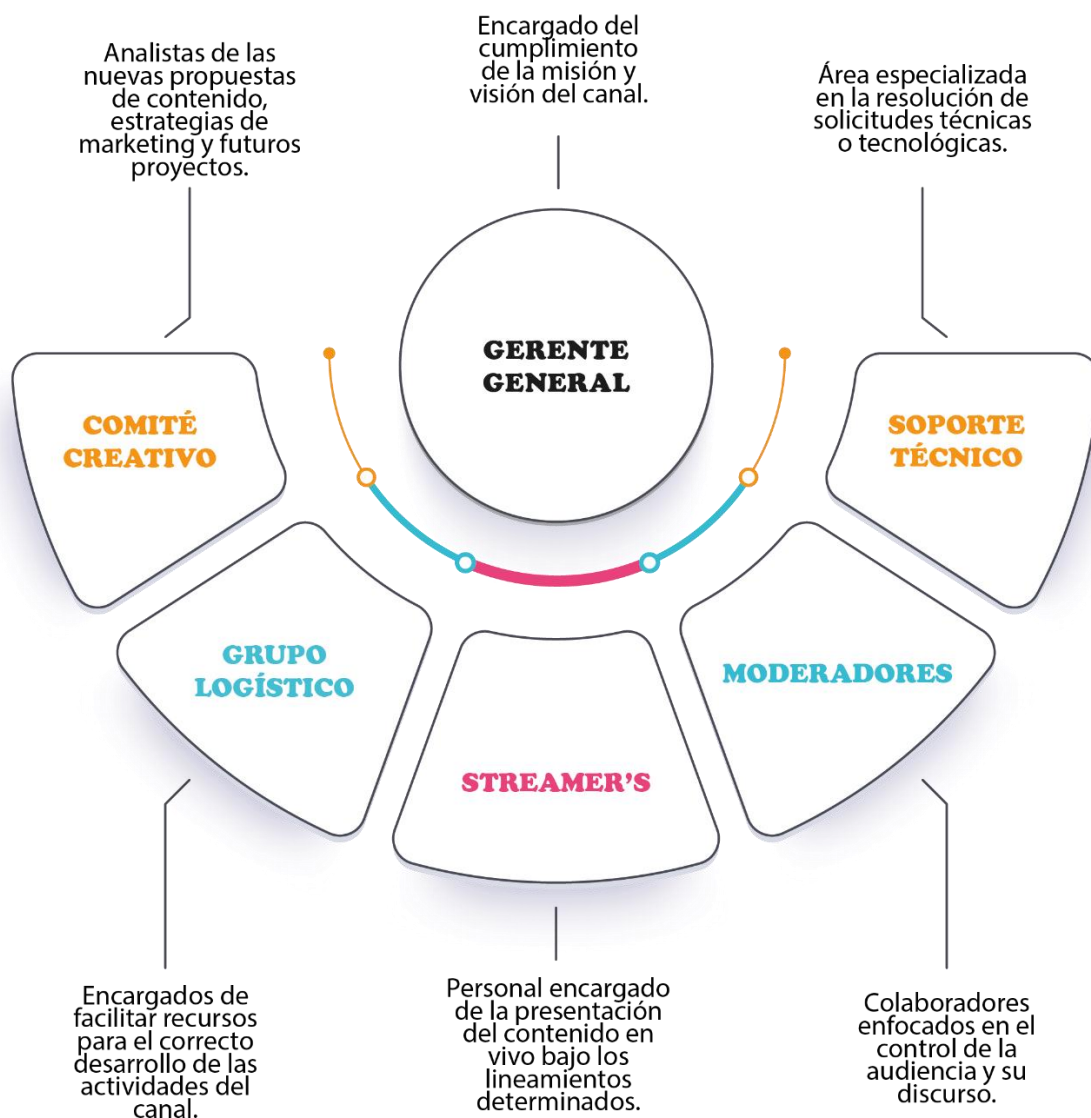
En principio se hace fundamental mencionar que la realidad de este proyecto se sustenta en las actividades desarrolladas en su mayoría por una sola persona, la cual es la encargada en caso de ser necesario de todos los procesos y la resolución de cualquier inconveniente que pueda presentarse en los mecanismos para la prestación del servicio, su estrategia de alcance al público y la calidad final del mismo. Aun así, en este proyecto no se puede desconocer la participación de diversos actores en procesos como la logística en eventos previamente coordinados, la orientación creativa del contenido o la forma de expresarlo y la moderación del lenguaje de la audiencia, una última tarea que sin duda se hace más eficiente si se cuenta con el apoyo de terceros, los cuales al final pueden ser vistos como colaboradores a pesar de no tener remuneración económica.

De esta manera se identifica al canal de Streaming Crispy_G4M3R como una microempresa debido a que su planta, no contabiliza más de 10 integrantes no formales y en realidad cuenta con una sola persona dedica 24 horas del día al proyecto, razón por la cual la persona encargada en todo momento cuenta con conocimientos teóricos y prácticos en el área de la comunicación empresarial, el manejo de redes sociales, el diseño de piezas publicitarias, la edición de video y la resolución de problemas técnicos como errores en la conectividad junto con el entendimiento operativo de las herramientas utilizadas para la emisión del contenido en todas sus plataformas.

Atendiendo a esta realidad se presenta el siguiente organigrama con las áreas y grupos identificados para el correcto funcionamiento del canal además del logro de los objetivos en

cuanto a proporcionar un servicio de alta calidad, con procesos para el mejoramiento continuo y que se encuentre al día con las tendencias que puedan ser requeridas por el público.

Organigrama



9. Figura 6. Organigrama.

Aclaraciones del organigrama

1. **Primer Nivel (Color Negro):** En el nivel más alto de la organización se encuentra la gerencia general.
2. **Segundo Nivel (Color Amarillo):** Este nivel es el aliado estratégico en la toma de decisiones y la correcta ejecución de estas.
3. **Tercer Nivel (Color Azul):** En este tercer escalafón se encuentran la mayor cantidad de colaboradores lo cuales cumplen roles operativos.
4. **Cuarto Nivel (Color Rosado):** En el último nivel jerárquico se encuentran las personas que aparecen en pantalla y se encargan de transmitir el contenido.

Para terminar de explicar de mejor manera el funcionamiento de la empresa, se presenta a continuación una descripción aún más detallada de los rangos expresados dentro del organigrama en orden descendente.

Gerente general

Encargado del cumplimiento de la misión y visión del canal, puntualmente coordinará junto a los demás integrantes las nuevas estrategias para maximizar el alcance del contenido y participará de manera activa en las actividades que sean requeridas.

Comité creativo

Grupo encargado de analizar las nuevas propuestas respecto al contenido, las maneras de presentarlo, las estrategias de marketing y las futuras actualizaciones de la marca y sus proyectos.

Soporte técnico

Área especializada en la resolución de solicitudes técnicas o tecnológicas para el mejoramiento o sostenimiento en la calidad del servicio final y su llegada oportuna al cliente.

Moderadores

Colaboradores enfocados en el control de la audiencia y su discurso en los distintos espacios disponibles, estos cuentan con capacitación para el uso de las herramientas necesarias para su actividad.

Grupo logístico

Encargados de la facilitación de recursos para el desarrollo de actividades antes, durante y después de las emisiones, junto con la coordinación de la alimentación para los invitados, su llegada y entrada en escena.

Streamer's

Personal encargado de la presentación del contenido en vivo bajo los lineamientos determinados

para cada eje temático, con patrones de comunicación y comportamiento definidos por el canal.

10. Tabla 4. Perfil de los integrantes.

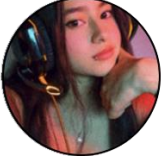
Integrante	Rol/Roles	Perfil
Cristian Arévalo 27 años, colombiano.	Transversal	Estudiante de comunicación social y creador del proyecto, con conocimientos en el uso de las herramientas para el desarrollo del streaming y sus tendencias.
Lina Arévalo 25 años, colombiana.	Streamer, Moderadora	Profesional en Cultura física y asesora para el canal en temas deportivos específicos.
Federico Aldana 22 años, colombiano.	Comité Creativo	Programador y asesor para el canal en nuevas tendencias de Twitch.
Sophia Pardo 17 años, colombiana.	Comité Creativo, Streamer	Analista para el canal de tendencias en redes sociales.
Juan López 21 años, colombiano.	Comité Creativo, Moderador	Inversionista del canal, asesor en nuevos proyectos y técnicas de difusión.
Anthony Típula 21 años, peruano.	Comité Creativo, Moderador	Inversionista del canal. asesor en nuevos proyectos y técnicas de difusión.

Fernanda Cristiano 16 años, colombiana.	Moderadora	Conocedora de nuevas tendencias y dinámicas dentro de Twitch.
Nayle gallegos 27 años, mexicana.	Moderadora	Conocedora de nuevas tendencias y dinámicas dentro de Twitch.
Daniel Pinzón 22 años, colombiano.	Moderador	Conocedor de nuevas tendencias y dinámicas dentro de Twitch.

11. Tabla 5. Ejercicio de benchmarking.

Marca / Cuenta	Servicio	Diferencias	Ventajas
Winsportscol  Seguidores: 2.521 Audiencia: 2 Vistas promedio: 72,9	Análisis de información deportiva en general.	El análisis de la información deportiva se hará de forma casual y en compañía de la audiencia en tiempo real.	A pesar de ser una cuenta verificada, se cuenta con mayor alcance dentro de la plataforma.
Caracoldeportes  Seguidores: 135 Audiencia promedio: 1 Vistas promedio: N/A	Análisis de información deportiva en general.	El análisis de la información deportiva se hará de forma casual y en compañía de la audiencia en tiempo real.	A pesar de ser una cuenta oficial, se cuenta con mayor reconocimiento y alcance dentro de la plataforma.

ElCalabozodelAndroide  Seguidores: 1.340 Audiencia promedio: 14 Vistas promedio: 231,8	Conversaciones con la audiencia respecto a nuevas tendencias de la cultura geek y desarrollo de prueba de videojuegos.	Se posibilita la participación de los espectadores por Discord y se brinda una experiencia con mayor calidad desde lo gráfico, junto con un lenguaje menos técnico que maximiza el entendimiento del público.	El contenido del canal esta mejor presentado y se maneja una terminología más fácil de entender para el público.
samara9803  Seguidores: 16.363 Audiencia promedio: 19 Vistas promedio: 470,9	Conversaciones con la audiencia respecto a videojuegos.	El público forma parte de la elección de los videojuegos analizados o testeados y se les permite de ser posible participar de las experiencias desarrolladas.	Se cuenta con un reconocimiento similar, pero existe mayor variedad en el contenido, contando con públicos más diversos.

Lauraa_tula  Seguidores: 4.500 Audiencia promedio: 38 Vistas promedio: 1.029,8	Conversaciones con la audiencia respecto a temas de la actualidad y prueba de videojuegos.	Se cubre un margen más amplio de información novedosa, con temas de interés para el público o ligado con sus gustos y afinidades identificadas en conversaciones previas.	Se integran los temas de interés del público y este se muestra motivado a participar del debate con otros de forma pacífica y constructiva.
---	---	--	--

Análisis del mercado

Para entender mejor la realidad económica del mercado, se ha desarrollado un análisis de la competencia para entender sus tendencias en cuanto a captación de ingresos dentro de Twitch en periodos de tiempo limitados, todo esto con el objetivo de determinar el posicionamiento actual del proyecto, sus alcances y potencial tanto económico como mediático en relación a otros dedicados a la misma actividad. No obstante, previo a este acercamiento se debe llevar a cabo una contextualización tanto del marco bajo el cual funciona el streaming dentro y fuera de esta red social, como de las dinámicas que permiten la monetización para un grupo seleccionado de creadores.

Twitch

Los orígenes de la plataforma de streaming Twitch se remiten al año 2011, una época en la que realizaba sus actividades con una estructura centrada únicamente en la emisión de contenido ligado a los videojuegos, un enfoque que le permitió un rápido crecimiento y reconocimiento por parte de grandes grupos empresariales, los cuales se interesaron por adquirir la compañía y potenciar su alcance para la generación de ingresos, algo que sucedería años después y le permitiría consolidar una estructura más llamativa tanto para los usuarios espectadores como para los creadores. “Expertos coinciden en que el gran boom de Twitch se produce cuando Amazon lo compra por US\$1.000 millones en 2014.” (Cueto, 2021)

A partir de este momento y acompañado de la creciente cultura gamer mencionada con anterioridad, esta red social tuvo un alza en sus estadísticas de participación de usuarios tanto en la visualización de contenidos como la emisión de los mismos, una situación que les permitió consolidar dinámicas entorno a la generación de ingresos por medio de varias estrategias, entre

las cuales figuran la incorporación de publicidad en las emisiones de todos sus streamers, la creación de la figura de suscriptor de pago en los canales seleccionados por Twitch para esta actividad y la incorporación del modelo de donaciones para los creadores por medio de la moneda de la plataforma, métodos consolidados desde hace años y que hasta el 2023 han sentado las bases del éxito económico de la plataforma.

Para ejemplificar de mejor manera el funcionamiento de estas estrategias, se presenta continuación una descripción detallada de los mecanismos de monetización disponibles para los creadores de contenido de la plataforma Twitch.

Publicidad

En un intervalo de tiempo definido o no por el creador de la emisión, se harán visibles en la transmisión anuncios publicitarios en primer plano de marcas definidas por Twitch, estos serán vistos por los espectadores que no paguen la suscripción al canal visualizado o no cuenten con el servicio Twitch Turbo.

Suscripción

Los espectadores pueden suscribirse a los canales de su preferencia por medio de un pago dentro de Twitch, esta figura les permitirá acceder a beneficios exclusivos dentro del canal e impedirá la visualización de anuncios durante las transmisiones, adicionalmente representará ingresos para el creador, el cual ganará un porcentaje del costo de la suscripción pagada por el usuario, esta cantidad es determinada únicamente por la plataforma a partir del rango del streamer.

Donación

Los espectadores pueden apoyar a sus streamers favoritos por medio de las donaciones de dinero representado en Bits, los cuales son conocidos como la moneda de la plataforma y son comprados dentro de Twitch por parte de los usuarios, para luego ser enviados en la cantidad deseada a los creadores quienes ganarán el 100% de los Bits recibidos.

Twitch Turbo

Este es un servicio nuevo de la plataforma Twitch que permite a los usuarios de la plataforma suscribirse a ella directamente y no a los canales de forma separada, por medio de este modelo no se verán anuncios en ningún contenido emitido dentro de la red social y significan ingresos para el creador a partir de los minutos de tiempo visualizados en su canal siempre que el espectador tenga esta suscripción.

12. Tabla 6. Mecanismos de monetización de Twitch.

Estrategia	Rentabilidad	Precio	Ganancia Twitch	Ganancia Streamer
Publicidad	Esta estrategia podrá generar o no ingresos para el canal.	Desconocido	Desconocida	Incalculable
Suscripción	Esta estrategia genera un porcentaje significativo de los ingresos del canal.	1,99 dólares al mes	1,17 USD por suscripción	0,82 USD por suscripción
Donación	Esta estrategia genera un porcentaje significativo de los ingresos del canal.	1,40 USD por cada 100 Bits	0,40 USD por cada 100 Bits	1 USD por cada 100 Bits
Twitch Turbo	Esta estrategia podrá generar o no ingresos para el canal.	4,99 dólares al mes	Desconocida	Incalculable

Análisis de la competencia

Para entender de una mejor manera a la competencia, se deben recordar detalles que dan forma a la tendencia de la creación de contenido vía streaming y han sido mencionados en varios apartados de este documento, como lo son el alto número de personas dedicadas a esta actividad y el incremento acelerado de esta cifra conforme pasa el tiempo ya que se hace más atractivo para los jóvenes de la actualidad, es por esta razón que se distingue como competidor a casi cualquier canal sin importar los ingresos que genera por este medio, su reconocimiento y su alcance en otras redes sociales o medios de comunicación, esto se debe a que el servicio ofertado por el canal de streaming Crispy_G4M3R busca equiparar la calidad de los mejores del mercado y la audiencia que tenga contacto con el canal será la que decida cual es de su preferencia.

No obstante, en términos prácticos para el correcto desarrollo de este ejercicio de análisis y como proyecto que se encuentra en etapa de desarrollo en cierta medida, se hace necesario mencionar un listado de canales que son identificados como la competencia primaria, estos son entendidos así, puesto que se visibilizan como productos similares tanto por el rango de impacto en su audiencia, como por los ejes temáticos que desarrollan en sus emisiones, además de ser reconocidos y visitados con alguna frecuencia por parte los espectadores frecuentes del Canal.

Con el objetivo de conocer los ingresos generados por los canales identificados como competencia dentro de un lapso, se ha tomado como muestra el periodo comprendido entre el 1 y el 9 de octubre del año 2023, este tiempo fue seleccionado conforme a las dinámicas de los canales de Twitch, los cuales permiten la visualización de sus ingresos calculables en periodos diarios, semanales, mensuales e históricos y la fecha seleccionada coincidía con el inicio del mes

calendario y la primera semana del mismo, permitiendo contrastar estas cifras de la misma manera para la totalidad de los creadores analizados.

13. *Tabla 7. Análisis de audiencias e ingresos de la competencia.*

Canal	Audiencia promedio	Ingresos/Bits
Caracoldeportes	1	0
Crispy_G4M3R	14	1007
ElCalabozodelAndroide	14	11
Lauraa_tula	38	1730
samara9803	19	53
Winsportscol	2	0

En esta tabla se evidencian no solo aspectos ligados a los ingresos calculables (Bits), también se hace posible la compresión de manera general de las cifras respecto a la audiencia de los canales estudiados, elementos que posibilitan un mejor contraste de datos y permiten el desarrollo de un análisis más completo de la competencia.

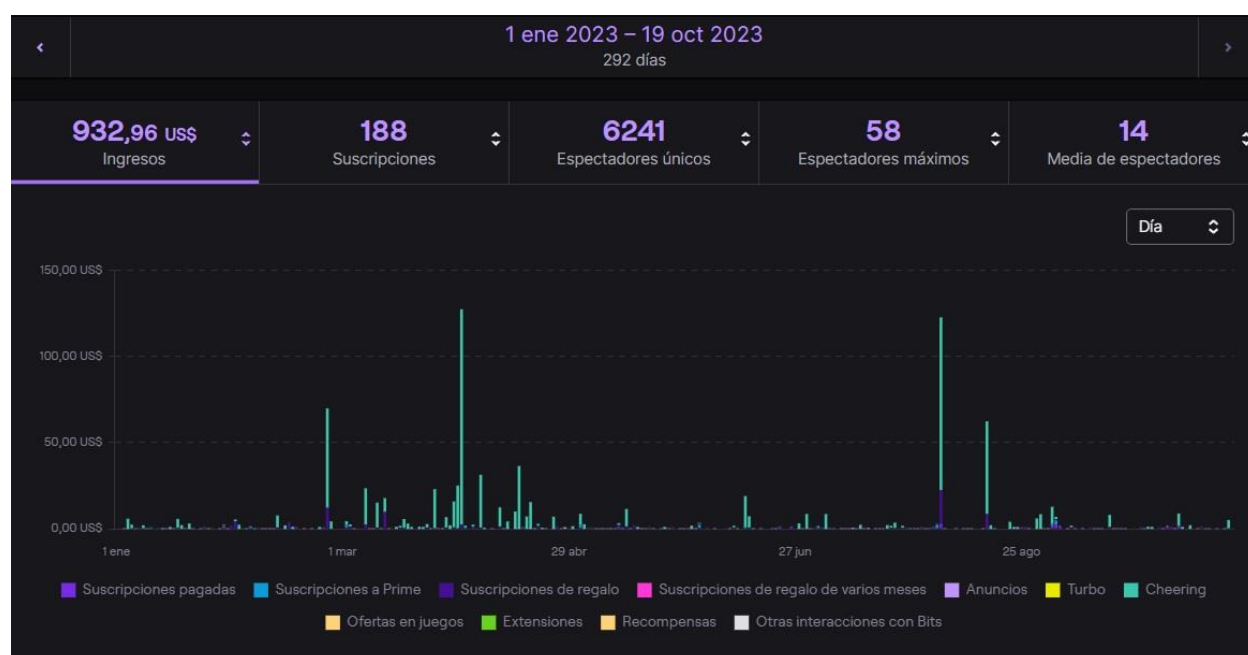
14. Tabla 8. Cruce de audiencias.

Crispy_G4M3R	Competencia	Análisis
14 espectadores constantes en promedio	caracoldeportes 1 espectador constante	Crispy_G4M3R es más visto a pesar de no ser una cuenta oficial de un medio consolidado como lo es el competidor.
	ElCalabozodelAndroide 14 espectadores constantes	Crispy_G4M3R tiene un impacto similar, esto se origina por la poca diversidad en el contenido del competidor.
	samara9803 19 espectadores constantes	Crispy_G4M3R tiene un impacto similar, esto se origina por la poca diversidad en el contenido del competidor.
	Lauraa_tula 38 espectadores constantes	Crispy_G4M3R tiene un impacto menor, esto se origina por las tendencias del mercado y el contenido del competidor.
	Winsportscol 2 espectadores constantes	Crispy_G4M3R es más visto a pesar de no ser una cuenta oficial de un medio consolidado como lo es el competidor.

15. Tabla 9. Cruce de ingresos.

Crispy_G4M3R	Competencia	Análisis
1007 bits generados en el lapso analizado	caracoldeportes 0 bits generados	El nicho donde la competencia genera sus ingresos es distinto al mercado de Crispy_G4M3R, sin embargo, podría hacerlo.
	ElCalabozodelAndroide 11 bits generados	Se genera una cantidad de ingresos cerca de 100 veces mayor, sin importar el contenido desarrollado.
	samara9803 53 bits generados	Se genera una cantidad de ingresos cerca de 20 veces mayor, sin importar el contenido desarrollado.
	Lauraa_tula 1730 bits generados	Se genera un 58,2% de los ingresos de la competencia sin importar el contenido desarrollado.
	Winsportscol 0 bits generados	El nicho donde la competencia genera sus ingresos es distinto al mercado de Crispy_G4M3R, sin embargo, podría hacerlo.

De manera adicional al marco identificado anteriormente, se hace necesario mencionar el rango de ingresos generados en esta actividad por parte de los competidores dentro periodo de tiempo más extenso, esto con el objetivo de ejemplificar de mejor forma sus alcances, sin embargo, no es posible acceder a esta información debido a que ninguno de los canales analizados dispone del acceso público a estos datos, razón por la cual el desarrollo de este ejercicio, solo se puede llevar a cabo con las cifras económicas del Canal y las estadísticas más relevantes en la prestación de su servicio dentro de Twitch.



16. Figura 6. Ingresos de Crispy_G4M3R en Twitch 2023.

Este contenido es presentado como una información de alta relevancia para entender no solo la rentabilidad económica del proyecto, sino, el recurso que brinda un punto de partida respecto a los alcances de la propuesta en cuanto a media de espectadores, cantidad de personas que han visitado el canal y los picos de audiencia, todo esto sin la implementación de estrategias que potencien el uso de las redes sociales de Crispy_G4M3R con el objetivo de impactar

públicos externos a Twitch y que consuman un servicio similar al ofertado por el Canal en plataformas con alto reconocimiento y trayectoria como Facebook, Tik Tok, YouTube o más recientes como Kick.

Interpretación de los resultados

Luego de ver de distintas maneras la información recolectada, se hace posible llegar a conclusiones más concretas respecto al nivel de ingresos e impacto mediático de Crispy_G4M3R, todo esto bajo un ejercicio de recolección de información tanto de la competencia como del Canal en periodos de tiempo específicos, los cuales vistos de manera separada podrían representar muy poco, pero al ser contrastados permiten entender las dinámicas del streaming como mercado y la posibilidad de construir un proyecto innovador y formal a partir de esta tendencia.

El mercado

Se reconoce por encima de cualquier otra apreciación, la importancia de la audiencia como generadores de confianza en un inicio de los creadores, son los principales masificadores del alcance y posibilitan la atracción de nuevos clientes, por otro lado, además de permitir la generación de ingresos si el servicio les parece meritorio de pago, estas también le permiten a los canales una visibilidad y reconocimiento en el mercado, algo importante en la búsqueda de aliados estratégicos o patrocinadores de mayor nivel. Adicional a esto, se pone de manifiesto la posibilidad existente de generar ingresos dentro de Twitch, puesto que la posibilidad de hacerlo es definida por la plataforma a partir de un número pequeño pero significativo de seguidores y espectadores en un canal dedicado a la creación de contenido, una vez superada esta barrera, la

generación de ingresos quedara completamente relegada al impacto que pueda generar el canal con sus visualizaciones, inversionistas o donadores.

Atendiendo a la información recolectada, se enumeran los hallazgos más significativos del mercado a continuación:

1. La cifra de seguidores es alta en la mayoría de los canales analizados con relación al número de espectadores frecuentes, esto habla en cierta medida de poca retención generalizada o una tendencia originada por los gustos cambiantes de la audiencia.
2. Los canales con menor reconocimiento que han sido estudiados fueron seleccionados por ser cuentas oficiales de medios de comunicación, sin embargo, estos no son parte de la conversación para el público interesado en los temas deportivos dentro de la plataforma.
3. Los canales analizados con mayor alcance son de creadoras de contenido, una tendencia interesante al comprender de manera no oficial que la mayor parte de la audiencia pareciera ser masculina, algo denotado además en el ejercicio de caracterización del canal, donde los participantes demostraron mayor interés por emisiones donde se viera a mujeres.
4. La creación de transmisiones de una categoría específica posibilita la consolidación una audiencia significativa, pero limita a su vez la posterior migración a otros contenidos al no representar un interés para los espectadores iniciales.
5. La generación de ingresos depende en principio de los espectadores y su gusto por el canal, de esta manera podrán generar ganancias para el creador, sin embargo, estas pueden ser poco constantes y difíciles de calcular en el largo plazo.

6. A pesar de tener ganancias altamente variables en el día a día, se evidencia por lo menos para el canal, una captación de ingresos frecuente al ver las estadísticas económicas en todo el año.

La competencia

Los competidores seleccionados para analizar sus estadísticas cuentan con menor, mayor o igual reconocimiento, nutriendo el ejercicio investigativo al adquirir información de la competencia enfocándose en su reconocimiento dentro y fuera de la plataforma, junto con sus alcances en visualizaciones e ingresos, como resultado de esto, se evidencia que el número de seguidores no pareciera tener relación con la cantidad de ingresos generados para la mayoría de canales, sin embargo, si existe una correlación lógica entre la cantidad de seguidores y visualizaciones.

Se presentan los hallazgos más significativos de la competencia a continuación:

1. Un número significativo de canales generan ingresos con poca relación a la cantidad de espectadores que tienen.
2. El canal con mayor reconocimiento analizado genera los ingresos más altos en comparación con todos los demás.
3. Los ingresos semanales del canal se ven acordes en comparación con sus ingresos anuales, algo que podría aplicar de la misma manera para la competencia analizada.
4. Dos de los competidores más importantes por su contenido, no ven en Twitch una herramienta para fortalecer sus audiencias, permitiendo al canal consolidarse como un espacio de opinión válido en temas deportivos.

5. En comparación con el competidor de más alto reconocimiento, se cuenta con una cifra mucho menor de seguidores y/o espectadores, aun así, los ingresos generados directamente dentro de la plataforma podrían llegar a ser muy similares en el largo plazo.
6. En comparación con la competencia de mayor audiencia constante, no se cuenta con un patrocinador formal el cual que financie campañas, desarrolle eventos con otros creadores o proporcione ingresos por el uso de su marca dentro de las emisiones, un objetivo que podría ser visto como el siguiente nivel para Crispy_G4M3R.

Viabilidad del Proyecto

Como parte de la justificación de la propuesta y el éxito en todos sus aspectos se hace necesario el entendimiento de los alcances del proyecto en cuanto a rentabilidad, razón por la cual se presenta en este apartado la justificación de la viabilidad del Canal de streaming Crispy_G4M3R y su potencial para la generación de ingresos no solo para incentivar su continuidad, sino además para la creación de estrategias que permitan una mayor captación económica. Con este objetivo en mente se analizarán en específicos puntos como los precios y costos fijos del servicio, se evaluarán los precios de la competencia, se visibilizarán los métodos a través de los cuales el cliente podrá participar en la monetización y se contemplarán los riesgos presentes en el mercado a partir del análisis y contraste de información recopilada dentro de la plataforma Twitch.

Precio del servicio

Es necesario en principio deconstruir el servicio del canal para entender su funcionamiento técnico y los costos de su operatividad, visto de esta manera se comprende a este como contenido transmitido en tiempo real, originado desde un espacio definido o indefinido y que se encuentra disponible dentro de una red social que no incorpora en principio costos en el host de la emisión, atendiendo a estos detalles se podría simplificar que los costos fijos se basarían en elementos como el servicio de conexión a Internet, como recurso básico para originar la señal de transmisión, el cobro de la factura de electricidad consumida por lo equipos tecnológicos utilizados y el arrendamiento o uso de espacios tanto cotidianos como irregulares para el desarrollo del contenido en ambientes específicos en pro de su calidad y de las maneras de ser presentado.

17. Tabla 10. Costos fijos.

Recurso	Detalles y variaciones	Costo
Servicio de Internet Hogar (Fibra Óptica) 500 Megas Simétricas	El Repetidor Wifi, para mejorar la prestación del servicio.	\$82.192 pesos colombianos fijos al mes.
Servicio eléctrico por consumo de 3.00 kilowatts/día a \$785,8 pesos por kilovatio	Un mayor uso de los equipos o variaciones en el precio, podrían incrementar o disminuir el valor del servicio.	\$71.631 pesos colombianos aproximados al mes.
Membresía Spotify	Uso periódico de la plataforma para el desarrollo de emisiones y la puesta a prueba del contenido.	Membresía adquirida mensualmente: \$19.900 pesos colombianos.
Espacio de emisión	El lugar es un espacio dentro de la casa familiar del creador del proyecto, por lo que hasta el momento no representa costos.	No aplica

Entendiendo esto, se estiman como gastos fijos de la operación y para la prestación del servicio con óptima calidad, un valor cercano a los \$173.723 pesos colombianos por mes, estos gastos comprenden el servicio de conexión a Internet de banda ancha y el servicio eléctrico para el funcionamiento de los equipos tecnológicos usados para la transmisión, junto con la membresía a la plataforma de streaming de música Spotify, para todas las emisiones. Atendiendo a estas realidades y enfocados en la generación de ingresos por medio de la propuesta de emprendimiento, se estima que de manera periódica que el servicio ofertado deberá generar suficientes ingresos para soportar en principio los gastos fijos ya mencionados y recaudar un monto adicional entendido como la ganancia neta, la cual servirá para el sostenimientos de las dinámicas del canal, la motivación económica que representa para las personas partícipes del mismo y el desarrollo de nuevas estrategias con mayor nivel de inversión.

18. Tabla 11. Costos variables.

Actividad	Detalles y variaciones	Costo
Emisiones temáticas	El desarrollo de emisiones en lugares o con personas determinadas, podría significar un sin número de gastos adicionales por factores como el alquiler de espacios, equipos y de representación de los invitados.	Incalculable
Adquisición de membresías o productos	La compra de videojuegos o el pago de suscripciones a plataformas como Xbox para poner a prueba contenido.	Membresía Xbox, en la actualidad cuesta: \$33.900 pesos colombianos.
Mantenimiento de equipos tecnológicos	En la actualidad el mantenimiento de los equipos se desarrolla cada que sea necesario o se evidencie la necesidad de esta actividad, estos gastos podrían ser limpieza y reensamblaje de equipos y el cambio de la pasta térmica.	Limpieza y mantenimiento: \$100.000 pesos colombianos. Pasta térmica: \$50.000 pesos colombianos.

Estos gastos han sido identificados a partir de ocasiones específicas que han sucedido durante los meses que el proyecto ha estado en funcionamiento y que se han presentado debido a nuevas tendencias del mercado o eventos que comprometen al canal al significarle interés particular por lo temas implícitos en estas actividades, del mismo modo ha ocurrido con momentos en los que se ha evidenciado la necesidad de realizar el mantenimiento preventivo o correctivo de las herramientas tecnológicas utilizadas para las transmisiones, esto ha sucedido en dos momentos no planeados hasta ahora, es por ello que se entiende como un gasto variable, al no conocer con certeza el momento exacto donde esta actividad pueda suceder.

Por último, se incorpora en la lista de estos gastos el desarrollo de transmisiones en espacios distintos a los tradicionales, es bajo esta razón que se pueden incorporar gastos por el uso de un espacio exterior tanto público como privado, el garantizar la logística para la conexión a Internet y el sostenimiento de la transmisión o los gastos de transporte o alimentación tanto personales como de los participantes de las emisiones, una realidad que ha sucedido solo en un momento y por ello se hace posible que pueda ocurrir dependiendo las actividades programadas o no del canal.

Punto de equilibrio

Ante las realidades económicas del canal identificadas, se comprende que los gastos tanto fijos como variables, podrían significar una inversión mensual de por lo menos \$400.000 pesos colombianos mensuales en caso de suceder todo tipo de actividades planeadas o no, las cuales pueden buscar el sostenimiento o reparación de las herramientas utilizadas, la prestación del servicio con sus estándares de calidad propuestos o el desarrollo de transmisiones con

variaciones en su forma de ser presentado, es así, como es se evidencia la necesidad de generar ingresos iguales o superiores al monto antes mencionado.

El monto mencionado es entendido así como el punto de equilibrio del proyecto al consolidar no solo el auto sostenimiento del mismo mes a mes, sino además por la posibilidad de generar excedentes y posibilitar así el que el canal pueda contar con una reserva económica en caso de ser necesaria una inversión por cambios inesperados en el mercado, el desarrollo de contenido enfocado en nuevas tendencias o problemas que aún pueden ser desconocidos en los equipos utilizados y que podrían representar una inyección alta de capital al requerir tecnología de punta específica.

Métodos de pago

19. Tabla 12. Métodos de pago Twitch.

Método	Costo	Ganancia
Publicidad	Desconocido	Incalculable
Suscripción	1,99 dólares al mes	0,82 USD por suscripción
Donación	1,40 USD por cada 100 Bits	1 USD por cada 100 Bits
Twitch Turbo	4,99 dólares al mes	Incalculable

Estos al igual que se mencionaban anteriormente en el documento, son los mecanismos de pago vigentes para el año 2023 dentro de Twitch que generan ingresos a los creadores.

No obstante, para la realidad actual del canal estos no son los únicos métodos de pago disponibles para los espectadores, de manera estratégica y buscando minimizar los intermediarios en las transacciones, se han creado canales directos para el traspaso de dinero y la adquisición de roles o sus servicios del canal y se mencionan a continuación:

20. Tabla 13. Métodos de pago propios.

Método	Logística	Ganancia
Daviplata	Aplica para espectadores dentro de Colombia.	100% de los ingresos generados
Nequi	Aplica para espectadores dentro de Colombia.	100% de los ingresos generados
PayPal	Aplica para espectadores en el resto del mundo.	90% aproximado de los ingresos generados

Estos mecanismos se han consolidado durante el año 2023 como una manera significativa de generar ingresos de la misma forma que sucede en los métodos de pago de Twitch, razón por la cual se ha desarrollado una estrategia que visibiliza la participación de los espectadores dentro de estos canales, un ejemplo de ello, es la tabla de posiciones del método de pago Nequi, el cual es el más usado en la actualidad con relación a PayPal y Daviplata, razón por la cual se incorpora una captura de dicho ranking, donde se hacen visibles los nombres de los 5 espectadores con mayores aportes durante el último año, dejando conocer no solo la actividad monetaria que este

modelo en específico ha permitido, sino que reafirma también la solides económica y estratégica del canal, al lograr generar ingresos por medios no establecidos en la plataforma y usar el reconocimiento dentro de esta para migrar los ganancias.

Las capturas presentadas a continuación, se encuentran visibles en el inicio del canal dentro del perfil de Twitch, esto con el objetivo de hacer visible la participación de las personas en los métodos de pago, una estrategia replicada de la plataforma en la segunda imagen, la cual visibiliza los aportes la opción de Nequi, un mecanismo que incentiva los aportes económicos y genera en los usuarios con mayores aportes un estilo de competencia en cuanto a cuál de ellos es el mayor donador en la semana, mes o historia de los canales.



21. Figura 7. Ingresos históricos Crispy_G4M3R.

Captura tomada de Twitch, octubre 2023.

Aclaraciones del ranking Twitch

1. **Tabla:** Este recurso es desarrollado directamente por Twitch y se enfoca en visibilizar el ranking histórico de donación en el canal.
2. **Información presentada:** En la tabla se exponen los 100 usuarios con mayor cantidad de aportes al canal, sin embargo, solo se muestran en principio a los 10 primeros.



22. Figura 8. Ingresos Nequi Crispy_G4M3R.

Aclaraciones del ranking Nequi

- 1 **Orden:** De mayor a menor están mencionados los participantes de la audiencia que han hecho los mayores aportes económicos por este método de pago.

2 Las cifras: Expresadas en K como representaciones del término mil o miles, significan una forma coloquial de mencionar la cifra aportada, por ejemplo \$220.000 pesos colombianos son expresados en la captura como 220K.

3. Información presentada: En esta grafica no están visibles la totalidad de donadores, solo se encuentran los 5 espectadores con mayor donación, además se permite ver los aportes al lado derecho de los nombres de los usuarios y, por último, en la parte inferior se hace visible la información para realizar envíos de dinero en Colombia.

Luego de una revisión de los métodos de pago propuestos por el canal, se evidencia que los ingresos desde enero del 2023 a la fecha se aproximan a los \$750.000 pesos colombianos, estos han sido donados en su mayoría por parte de usuarios dentro de Colombia por Nequi o Daviplata y en una menor proporción se han recibido de aportes de capital por PayPal desde México y Perú.

Ganancias calculadas

Luego de la revisión detallada desarrollada para entender los ingresos generados por distintos competidores, se comprende de mejor manera las dinámicas del mercado para los canales con un margen de alcance similar a Crispy_G4M3R o un contenido parecido, promediando las ganancias analizadas se evidencia que esta actividad puede generar ingresos altamente variables, razón por la cual es difícil determinar una cifra exacta de utilidades que podrían suceder durante la prestación de los servicios del canal, no obstante, buscando cumplir con estas proyecciones se entiende como el mejor mecanismo para calcular las ganancias, el contraste del rendimiento a la fecha del canal durante el año 2023, un mecanismo que podría

ejemplificar de mejor manera el nivel de ingresos promedio del canal en la actualidad y a su vez en el corto o mediano plazo.

Buscando expresar esto de una mejor manera, se presenta una tabla que expone los ingresos generados por el canal desde enero 1 a octubre 12 del año 2023, en la cual se incorporan los ingresos netos por medio de los distintos métodos de pago y a partir de esta información de proyectan las ganancias para los meses venideros en dólares, esta divisa ha sido utilizada al ser la moneda por medio de la cual se han recibido la mayoría de las utilidades.

23. *Tabla 14.* Ganancias calculadas.

Ganancias Twitch 2023	Ganancias externas 2023	Ganancias totales 2023	Ganancia al mes promedio	Ganancia al mes proyectada
932,96 USD	175,05 USD	1.102,45 USD	110,801 USD	110,801 USD

El precio del dólar se ha estimado en \$4.265 pesos colombianos a partir de la tasa representativa del mercado de la mañana del 20 de octubre, bajo esta aclaración se podría decir que el canal podría generar cerca de \$472.621 pesos colombianos al mes en la actualidad.

Precio del servicio para el cliente

Luego de la revisión de los mecanismos disponibles para el pago de las donaciones, suscripciones y aportes por los métodos incorporados al proyecto desde Twitch o propios, se entiende con mayor facilidad que el precio para el cliente es altamente variable a partir de su poder adquisitivo o edad, dos factores determinantes para entender si la audiencia pudiese llegar

a generar transacciones que terminen por beneficiar al canal de manera económica, atendiendo a estas realidades se identifica:

1. Todos los participantes de las emisiones pueden representar ingresos para Crispy_G4M3R, debido a que, sin realizar inversiones adicionales estos podrían ver los anuncios emitidos durante las transmisiones por parte de Twitch, una actividad que podría traducirse en pequeños ingresos difíciles de calcular para el canal.
2. La audiencia que decidan realizar transacciones por los canales oficiales de Twitch tendrá un precio del servicio ya definido, el cual se ha mencionado con anterioridad y que no tendrá variaciones, a menos que la plataforma realice cambios.
3. Los espectadores que hagan uso de los canales alternativos no tendrán un precio fijo, debido a que esta forma de generar ingresos solo se orienta en recibir aportes de manera voluntaria.

Plan financiero

Un aspecto importante por destacar en este proyecto es que ya se encuentra en ejecución y además de ello el canal ha logrado la generación de ingresos por un tiempo significativo, razón por la cual, no existe una planeación previa muy amplia que se pueda desarrollar en aspectos como la inversión previa o proyectada para iniciar, sin embargo, esta innovación presenta en forma de contextualización las maneras en que se desarrolló y entendió las dinámicas del mercado para el diseño del servicio, junto con la estandarización de sus procesos, el establecimiento de los canales de participación y la inversión económica que se ha desplegado hasta el momento por parte del creador del canal, buscando contar con la tecnología requerida en esta actividad.

Inversión Inicial

El surgimiento del canal se da exactamente el 27 de febrero del año 2021 con la intención de formar parte de un mercado creciente identificado, por ello, se formalizo el intento de crear un canal de streaming, el cual en principio se enfocó en el contenido gamer para reconocer el funcionamiento de esta tendencia y sus dinámicas, con este objetivo en mente, se llevaron a cabo las primeras inversiones tecnológicas del canal para brindar un servicio con estándares básicos pero con potencial de mejora, por esta razón se adquirieron equipos básicos para la emisión de contenido, estos constaban de una consola de videojuegos, un televisor, una diadema o audífonos y una Webcam, recursos que sentaron la bases del canal, tanto por su uso en los comienzos del mismo, como por las conocimiento adquiridos en la puesta en marcha de la idea de negocio, los cuales se obtuvieron tanto durante el desarrollo de las emisiones como en la misma construcción del proyecto, el cual, ha trabajado desde esta época en cumplir sus objetivos dentro de un entorno altamente competitivo y cambiante.

Primer Momento (febrero de 2021)

24. *Tabla 15.* Inversión inicial 2021.

Equipo	Costo	Utilidad
Consola Xbox One S	\$1.199.900 Pesos colombianos	Permitir la emisión del contenido reproducido en su interfaz a la plataforma Twitch, en calidad HD.
Televisor LG 43 Pulgadas Full HD	\$977.940 Pesos colombianos	Visualizar el contenido emitido por la consola para interactuar con este.
Webcam Logitech C270 HD	\$302.600 Pesos colombianos	Por medio de su compatibilidad con Xbox permitió ser conectada y visualizar la imagen del streamer de forma básica.
Diadema Gamer Redragon H120 Ares	\$56.800 Pesos colombianos	Escuchar el contenido para interactuar con él y enviar audio o voz en las transmisiones.

En la tabla anterior se evidencian los gastos iniciales del proyecto, los cuales se aproximan a la cifra de \$2.537.240 pesos colombianos y aunque de alguna forma podrían ser vistos como gastos personales, estos se dieron con el enfoque de construir el canal con recursos mínimos, los cuales permitieran identificar la mejor manera de incorporar el servicio al mercado y aprender sus dinámicas, de forma que permitiera realizar inversiones más ajustadas a las necesidades del cliente en el futuro.



25. *Figura 9.* Referencia de emisión marzo 2021.

En la captura se evidencia la forma en que se presentaba el contenido, una etapa donde el servicio contaba con poca versatilidad ya que las posiciones de la cámara y el uso de escenas era inexistente, esto originado a partir de que los equipos adquiridos no permitían el manejo de un Software especializado y se realizaban emisiones tal y como se muestran.

Segundo Momento (abril de 2022)

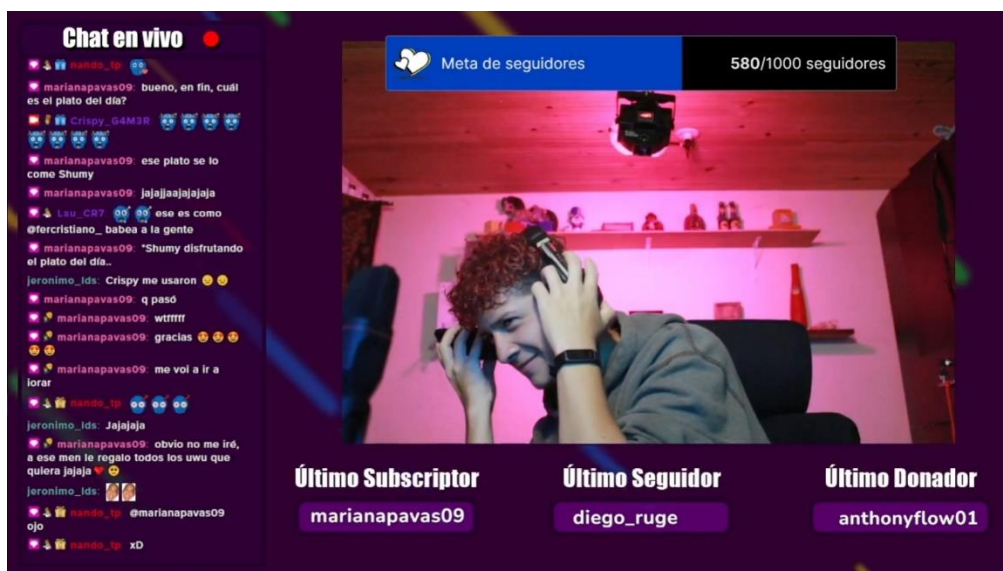
De manera posterior a esta época del proyecto, en la cual se llevaron a cabo el desarrollo de emisiones de prueba y se obtuvo una base importante de los espectadores frecuentes del canal, se evidencio la necesidad de realizar inversiones que permitieran una mejora significativa en el servicio ofertado, fue por esta razón que surgió la necesidad de adquirir un ordenador de escritorio que posibilitará el desarrollo de emisiones con un nivel de configuración superior, esto con el objetivo de enriquecer el contenido, sus maneras de ser presentado y la facilitar de las tareas ejecutadas en las transmisiones, ante estas necesidades del canal, fue como se comprendido la importancia de establecer un equipo actualizable, minimizando así gastos futuros en la adquisición de dispositivos de mayor valor.

Atendiendo a estos requerimientos, se realizaron compras para llevar a cabo el ensamblaje de un ordenador o computador de gama media.

26. Tabla 16. Inversión secundaria 2022.

Equipo	Costo	Utilidad
Motherboard Asus PRIME A520M-A II	\$459.900 Pesos colombianos	Permite la conexión entre los componentes del ordenador y su interacción.
Procesador Ryzen 5 5600G y refrigeración	\$900.000 Pesos colombianos	Permite los procesos lógicos del ordenador, además de la proyección de imagen en algunos casos.
2 memorias RAM Vengeance 16 GB	\$299.900 Pesos colombianos	Permite la ejecución de diversas tareas al mismo tiempo por parte de un ordenador.
Fuente de poder 600W 50 Bronze Plus EVGA	\$500.000 Pesos colombianos	Permite la conexión y distribución de la energía eléctrica a los componentes del ordenador.
2 memorias SSD 480GB Crucial	\$500.000 Pesos colombianos	Permite el almacenamiento de archivos y programas del ordenador.

La adquisición y posterior ensamblaje de estos componentes tecnológicos permitió que el canal contará con un dispositivo auto gestionable, el cual en caso de presentar algún problema en su funcionamiento podría ser resuelto con mayor facilidad al solo reemplazar el componente dañado, no obstante, estos elementos en conjunto representaron cerca de \$2.659.800 pesos colombianos, un monto que ha significado hasta el momento la mayor inversión de capital desde el inicio del canal, sin embargo, esta represento un cambio positivo trascendental en la calidad de las transmisiones, posibilitando el uso de múltiples recursos en vivo, permitiendo atraer más público y generando mayor interacción e interés de los espectadores por el contenido.



27. Figura 10. Referencia de emisión abril 2022.

La imagen citada anteriormente permite conocer las transformaciones en el contenido del canal, posterior a esta inversión el canal conto con la posibilidad de transmitir contenido en mayor calidad, se permitió la posibilidad de incorporar elementos visuales más llamativos para la audiencia y una variedad de escenas determinadas por el distinto contenido desarrollado en las emisiones.

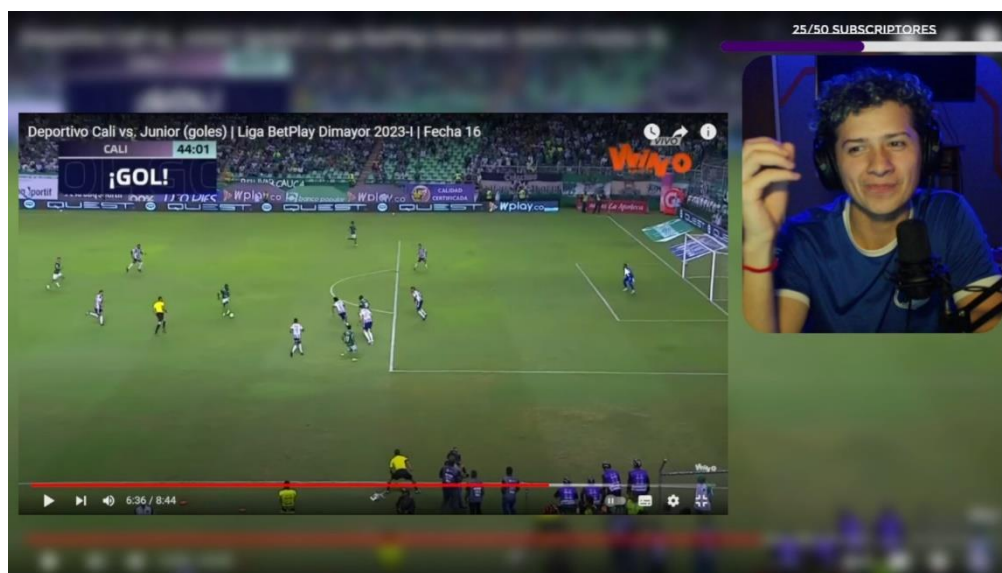
Tercer Momento (abril de 2023)

En la actualidad el canal cuenta con una calidad sonora y visual ya constituida, además de un diseño personalizado de los ambientes de emisión tanto virtuales como físicos, los cuales son claramente identificados por la audiencia debido a su uso de forma específica para llevar a cabo distintas actividades en las transmisiones, un factor que se ha hecho posible con un nuevo lugar e emisiones, la compra de equipos de sonido e imagen de alta calidad y de una tarjeta de video para el ordenador, las cuales, surgieron con el objetivo de perfeccionar aspectos como la calidad de la voz o audio escuchada y emitida tanto por los espectadores como por el estreamer, además de mejorar la resolución de la imagen con un monitor gamer y la velocidad de fotogramas del contenido saliente para el público.

28. Tabla 17. Última inversión 2023.

Equipo	Costo	Utilidad
Nuevo espacio de emisión	\$300.000 Pesos colombianos	Permite a los espectadores visualizar el contenido y al streamer desde en un espacio cálido, llamativo y ordenado.
Micrófono HyperX SoloCast	\$245.000 Pesos colombianos	Dispositivo para la emisión de voz del creador de contenido.
Diadema Gamer HyperX Cloud Core	\$400.000 Pesos colombianos	Audífonos utilizados para escuchar de mejor manera el contenido analizado.
Monitor Gamer Qbex Full HD	\$350.000 Pesos colombianos	Permite a los streamer poder ver de mejor manera el contenido presentado a la audiencia.
GEFORCE GTX 1660 Super Nvidia	\$1.100.000 Pesos colombianos	Mejora el rendimiento del ordenador y permite mayor calidad del contenido.

Las adquisiciones de esta etapa han representado mejoras en los procesos del canal, debido a que existe un mayor disfrute del contenido por parte de la audiencia, a partir de la minimización de errores o problemas que se originaron en los dispositivos antiguos del proyecto, por otro lado, estas nuevas herramientas han facilitado la tarea de la transmisión al hacer más fácil la organización de elementos en dos pantallas y el ordenador ha dado un salto en sus procesos al poder ejecutar sin contratiempos y de forma rápida programas que comprometen de manera significativa sus recursos, esta etapa, la cual podría ser entendida como de renovación del canal represento una inversión total de \$2.395.000 pesos colombianos.



29. Figura 11. Referencia de emisión abril 2023.

Luego de este análisis enfocado en la revisión de las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto y el entendimiento de las dinámicas y momentos que hicieron posible la creación del canal de streaming Crispy_G4M3R, es válido afirmar que en la actualidad se ha logrado consolidar un negocio con herramientas tecnológicas de alto nivel, algo posible a partir de la inversión de manera periódica en el proyecto, un punto importante para mantenerse

en la vanguardia de la creación de contenido dentro de esta red social, pero además se hace importante reconocer las posibilidades actuales del emprendimiento, al contar con equipos propios que podrían utilizarse en nuevas actividades del canal y se encuentran valuados en cerca de \$7.592.040 pesos colombianos.

Riesgos de la propuesta

Entendiendo las dinámicas ya muchas veces mencionadas dentro de este mercado, se podría afirmar que existen múltiples factores que podrían representar riesgos significativos para el proyecto, entre estos, es fácil reconocer que el alto número de competidores y los cambios de intereses de los espectadores podrían significar los mayores problemas para los canales de streaming dedicados a la generación de ingresos, sin embargo estos son factores que se hacen imposibles de controlar por parte de los creadores y parecieran ser tendencias del streaming, razón por la cual, en este espacio se deben comprender aquellos aspectos que podrían ser manejados o medibles por el canal y como estos pueden llegar a transformar las dinámicas con su audiencia de forma negativa.

1. Reconociendo en principio que la generación de ingresos del proyecto sucede gracias a los espectadores habituales del canal, es válido analizar como uno de los riesgos principales del modelo de negocio, el desinterés de la audiencia por suscribirse al canal o participar de los aportes económicos, una situación que podría desencadenar en una significativa reducción de las ganancias habituales a la fecha y podría debilitar las estrategias contempladas para el mejoramiento del alcance del canal.
2. En segundo lugar, un riesgo significativo del proyecto son los cambios en el precio del dólar, esto debido a que por medio de esta divisa se suscitan la mayor cantidad de

transacciones del canal, algo que podría representar una depreciación en el valor del servicio incontrolable por parte del canal.

3. Sumado a este último punto, se ha identificado un segundo riesgo originado por los cambios de precio de la divisa, pues cuando esto ha sucedido la audiencia ha reducido su participación en los métodos de pago sin importar su costo, evidenciando desinterés en hacer movimientos de dinero hacia el canal dentro de Twitch, poniendo en riesgo la fuente principal de ingresos actual del proyecto.

Nombre de la idea de negocio

Buscando generar recordación e impactar de entrada a los espectadores se pensó en la propuesta de nombre como Crispy, esta como una especie de acrónimo de la fusión del nombre del creador junto con una de sus características físicas más llamativas como el cabello rizado o crespo, llegando así a un acuerdo en el término Cris originado por el nombre Cristian y py por la palabra crespo, no obstante, este nombre se identificó como un apodo común que además ya existían en el mercado, por lo cual, se decidió incluir la palabra gamer en el nombre, buscando incorporar en cierta medida la cultura geek y los videojuegos con la combinación de letras y números arrojando como resultado el termino G4M3R, creando en conjunto el nombre Crispy_G4M3R.

Razón social

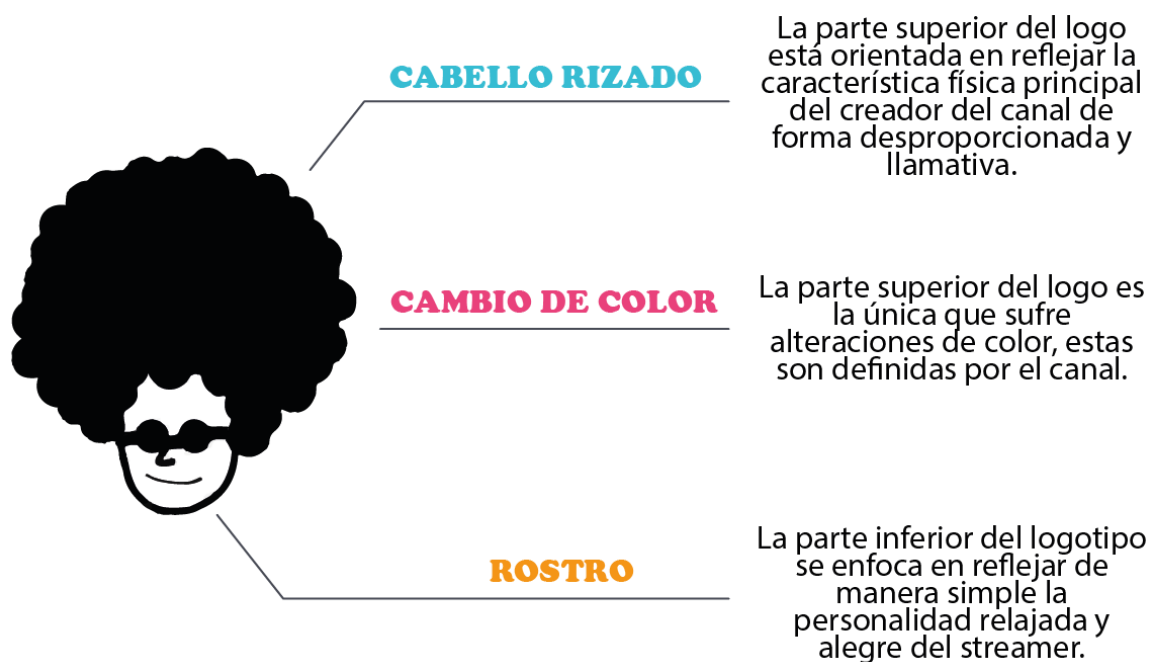
Canal de streaming Crispy_G4M3R

Nombre comercial

Crispy_G4M3R

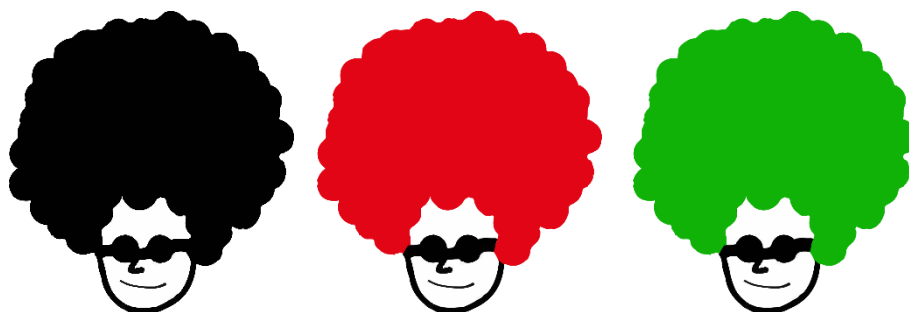
Logo

El logo ha surgido buscando representar al creador de la idea de negocio, puesto que este se ha consolidado como la imagen principal del canal durante su historia y es en cierta medida el reflejo de la intención comunicativa del proyecto, razón por la cual buscando representar de manera fiel sus rasgos físicos característicos, como el cabello rizado, su actitud alegre y vestimenta casual, se desarrolló una ilustración desproporcionada en la parte superior que hace referencia al cabello, elemento principal de la pieza al ser el único recurso que varía su tono, por otro lado, se minimizo el diseño en detalles como los ojos o la boca, razón por la cual, estos aspectos fueron expresados de forma sencilla buscando hacerlo reconocible para cualquier usuario sin necesidad de identificar estos rasgos.



30. Figura 12. Concepto de diseño.

Este diseño oficial no busca incorporar ningún texto, enfocándose en generar recordación netamente visual y facilitando su lectura, al no contar con detalles que puedan hacerse confusos en su utilización dentro de formatos inesperados o en piezas con espacios pequeños.



31. *Figura 13. Color y variaciones cromáticas.*

En cuanto al uso de los colores, el canal ha propuesto un uso relacionado con las campañas o actividades desarrolladas hasta el momento en el canal, bajo esta idea, el logo del canal ha incorporado las variaciones incluidas anteriormente, esta dinámica incorpora alteraciones exclusivamente en el color de la parte superior del diseño, una directriz definida solo por el canal a partir de su uso en sus medios de comunicación oficiales.



32. *Figura 14. Uso del logo sin texto.*

Se impone como punto de partida la utilización del logo de acuerdo con las indicaciones y usos presentados con anterioridad, en estos se evidencia la escala correcta del logo, además se

evidencia en la ilustración la forma en que este debe ser usado en el fondo blanco o negro con sus variaciones de color permitidas hasta el momento, adicionalmente se aconseja de ser posible, evitar el uso del logo en color blanco sobre fondo negro, destacando como primera opción el uso con el color actual (Verde) no obstante, en caso de ser necesario por temas de diseño, se muestra su uso correcto.



33. Figura 15. Uso del logo con texto.

Por último, en cuanto a los usos correctos del logo, se menciona el apartado de su utilización acompañado de textos, una situación en la cual se postulan como maneras correctas de ser usado a las presentadas en la ilustración 4, en ellas se puede evidenciar la proporción adecuada del logo en relación al texto y sus posiciones a partir de las necesidades de diseño, dejando ver la forma en que este se debe expresar sin tener deformaciones o estiramientos en ningún lugar, algo que se hace posible estar diseñado para encajar en espacios cuadrados, así mismo, no se aconseja la utilización de textos en la parte superior del logo, esta no será vista como valida por parte del canal a menos de que este lo apruebe luego de una revisión.

Con la intención de demostrar el reconocimiento del logo por parte de los grupos de interés, se muestra a continuación una pieza externa que han incorporado el logo hasta el momento:



	Nombre	Puntos	
#1	WerehogDark	26	CLASIFICADOS
#2	elbetonigoche	24	
#3	JahirGrnz	16	
#4	Crispy_G4M3R	5	PLAY OFF OUT
#5	AnfeikuFG	NP	

BRAWLHALLA
BATALLA DE MANCOS 2023

34. Figura 16. Torneo Batalla de Mancos, mayo 2023.

La pieza ejemplifica el uso del logo por parte de otro creador de contenido dentro de la plataforma Twitch, esta evidencia el uso adecuado del diseño al no sufrir deformaciones ni alteraciones en las dimensiones, además de haberse ceñido a los usos correctos del color aprobados para esa fecha por parte del canal.

Tipografía

De manera adicional a los elementos visuales que han dado reconocimiento a la marca como el logo, la tipografía se han consolidado como un recurso ligado a los diseños de las escenas de las transmisiones y publicaciones en redes sociales, es por ello que, a pesar de no

estar incorporada en el diseño del logotipo, esta es identificada por la audiencia como un distintivo del canal y merece ser destacada en este apartado.



35. Figura 17. Ejemplo de usos tipográficos, enero 2023.

La captura citada muestra una de las escenas de la transmisión y ejemplifica el uso dado a la tipografía 04b 30, la cual fue escogida por el canal para expresar la mayoría de los textos incorporados en las piezas del proyecto desde junio del 2022, la elección de esta se dio a partir de la necesidad de transmitir mensajes de forma dinámica y llamativa, algo que se ha evidenciado en su diseño al contar con una apariencia pixelada, un rasgo que ha captado la atención de la audiencia, permitiendo dejar de lado el impedimento de esta fuente para incorporar de forma nativa caracteres especiales como las tildes.



36. *Figura 18.* Usos tipografía 04b 30.

Sistema de negocio

En cuanto a la forma en que el canal de streaming Crispy_G4M3R ha desarrollado sus actividades y podría escalar su contenido a audiencias más grandes, maximizando a su vez sus ingresos, se entiende que el modelo de negocio que podría sustentar el proyecto debe atender a un mercado altamente competitivo, el cual no solo representa retos respecto a la constante innovación de sus formatos y contenido, sino que también hace importante el desarrollo de análisis respecto de la competencia y las nuevas tendencias que estos siguen, para identificar aspectos de mejorar o que no deben ser aplicados, al mismo tiempo, se deben evidenciar actores dentro de la plataforma que puedan ser entendidos como aliados en el desarrollo de nuevos servicios y formen parte de alianzas que beneficien la oferta recibida por los espectadores.

Entendiendo estas necesidades, se describe como parte de los grupos de interés del sistema de negocio a los moderadores, espectadores y otros creadores de contenido entendidos como posibles aliados estratégicos para el desarrollo de nuevas dinámicas y a Twitch como principal proveedor, junto con otras redes, las cuales permiten los canales de distribución para poner a disposición de los espectadores el servicio y realizar el análisis del contenido.

Aliados estratégicos

El canal de streaming Crispy_G4M3R identifica a 3 tipos de actores como posibles aliados estratégicos que permiten desde la replicación del contenido en otras redes sociales, hasta la construcción de contenido novedoso y colaborativo, permitiendo un crecimiento significativo de los alcances del canal e incrementando su reconocimiento dentro y fuera de su nicho.

Espectadores

En principio son entendidos como los principales consumidores del servicio ofertado por Crispy_G4M3R, una actividad que por sí misma representa un impacto significativo para los objetivos del canal, por lo cual se hace importante la fidelización de la mayor audiencia posible, sin embargo, el rol de este grupo de personas podría llegar a trascender con el tiempo modificando sus apariciones en las transmisiones al incrementar su presencia y consolidarse como un aliado por compartir o replicar el contenido en sus redes personales, además de permitir la creación de emisiones que incorporan su visión, generando en cierta medida una representación de los demás espectadores.

37. Tabla 18. Aliados estratégicos en la audiencia.

Aliado	Nacionalidad	Rol estratégico
cetre_18	Colombiano	Incluye su opinión deportiva frecuentemente en las emisiones, incentivando el debate entre la audiencia.
paolaaavila	Peruana	Brinda información sobre nuevas tendencias en redes sociales y participa activamente en los debates.

Moderadores

Los moderadores actuales y futuros del canal son entendidos desde todas las visiones como los aliados estratégicos más importantes del sistema de negocio de canal, esto es visto así debido a su participación es constante dentro de la creación y prestación del servicio, estos cumplen el rol de supervisar el cumplimiento de los estándares de participación para los espectadores, informan sobre errores en la información presentada, destacan datos importantes a tener en cuenta mencionados por la audiencia y brindan su opinión frente a los aspectos más significativos o que podrían mejorar para próximas transmisiones, estas actividades, las cuales son desarrolladas con la intención de aportar en el mejoramiento continuo del contenido, son las que evidencian la importancia de este grupo para alcanzar objetivos tan importantes como el cumplimiento de la misión y el logro de la visión propuesta por proyecto.

38. Tabla 19. Aliados estratégicos moderadores.

Aliado	Nacionalidad	Rol estratégico
Juan López	Colombiano	Participan de manera activa en las dinámicas del canal y supervisan la calidad del servicio.
Kassandra Michel	Mexicana	
Anthony Típula	Peruano	
Nayle Gallegos	Mexicana	
Daniel Pinzón	Colombiano	

Otros creadores

Por último, se hace válido mencionar a los que podrían representar la mejor alianza dentro del mercado y estos son los creadores de contenido dentro o fuera de Twitch, un grupo de interés que puede significar el mayor impacto para mejoramiento del posicionamiento del canal y el incremento positivo en todas métricas, esto originado a partir de la posibilidad de consolidar transmisiones colaborativas junto a otros streamers, los cuales incorporen o mencionen dentro de su contenido el nombre Crispy_G4M3R, una estrategia que hasta el momento le ha brindado un reconocimiento importante al proyecto dentro de otros canales y le ha aportado en su base de consumidores frecuentes, esta dinámica es cada vez más común dentro del mercado y podría significar en el corto plazo uno de los mejores mecanismos para maximizar las visualizaciones y ganancias del canal.

39. Tabla 20. Aliados estratégicos streamers.

Aliado	Nacionalidad	Rol estratégico
Froot_l	Colombiana	Permitir el desarrollo de transmisiones colaborativas donde los canales desarrollen actividades específicas acordadas y mencionen el nombre del acompañante, brindándose así un mayor reconocimiento y visibilidad entre ellos.
ElCalabozodelAndroide	Mexicano	
WereHogDark	Mexicana	
samara9803	Mexicana	

Proveedores

Para entender de mejor manera la dinámica de los proveedores en este mercado, se debe entender que el canal de streaming Crispy_G4M3R brinda un servicio disponible por internet dentro de una red social, atendiendo a esto, se identifican como proveedores principales a las redes sociales que permiten el desarrollo de publicaciones enfocadas en dar visibilidad al contenido, no obstante no todas participan de igual medida en la cadena de distribución debido a que el servicio o espacio donde ocurren las actividades del negocio, suceden en especial dentro de Twitch y las demás plataformas utilizadas para retransmitir partes del contenido son una segunda opción para promocionarlo.

Entendiendo estas características del servicio, se ven como proveedores del canal a Instagram, Discord y Twitch, las tres redes sociales usadas con mayor frecuencia para informar acerca de actividades desarrolladas por el canal, dentro de estas ocurre puntualmente, el desarrollo de las emisiones y el contenido extenso ofrecido a la audiencia, la difusión o notificación de inicio de las transmisiones a los seguidores en otras redes y la publicación de contenido o actividades ligadas a la marca.

40. *Tabla 21.* Proveedores octubre 2023.

Proveedor	Alcance	Servicio
Twitch	2.000 seguidores a la fecha.	Brinda el host de la señal de transmisión.
Instagram	219 seguidores a la fecha.	Permite publicar contenido de la marca.
Discord	330 seguidores a la fecha.	Notifica sobre el inicio de las emisiones.

Canales de distribución

Viendo el canal de distribución como el medio por el cual se hace posible el uso de servicio por parte de los clientes, para el canal, este es identificado de dos maneras al comprender que el contenido ofertado puede ser consumido tanto en vivo como de manera posterior a su emisión, bajo esta distinción se hace posible entender que Twitch se constituye en la plataforma o canal principal ya que a través de este, la audiencia accede al servicio en tiempo real, pero además también puede ver las emisiones resubidas durante un periodo de tiempo limitado.

Por otro lado, existe otro canal de distribución del servicio disponible en más de una plataforma, esto se hace posible debido a la capacidad existente de poder desarrollar publicaciones que vinculen el desarrollo previo de las emisiones en otras redes sociales, la retransmisión de fragmentos de alto interés para los seguidores en otras plataformas o la creación de campañas relacionadas con el contenido ya emitido o futuro, de esta manera se hace evidente la posibilidad de dos canales simultáneos de distribución, los cuales son tercerizados en ambos casos y se encuentran ubicados en el espectro virtual, una situación que facilita el contacto con los grupos de interés, al ser de manera online la forma en que se desarrollan la mayoría de las comunicaciones entre el canal y sus espectadores.

41. Tabla 22. Canales de distribución octubre 2023.

Canal	Dinámica
Twitch	Permite la llegada del servicio a los clientes por medio del canal oficial.
Instagram	Permite compartir contenido ligado al servicio del canal en formatos más dinámicos y con un nivel de producción distinto al original, permitiendo una mayor visibilidad al contenido.
Facebook	
YouTube	
Tik Tok	

Medios de comunicación

Bajo las dinámicas ya definidas y medios a través de los cuales el canal de streaming Crispy_G4M3R se comunica de manera periódica con sus espectadores, es válido afirmar que los medios de comunicación ya están definidos, un punto importante debido a que se cuenta con un grupo significativo de clientes que esperan información o contenido por medio de estos canales, sin embargo, el punto a fortalecer dentro de este apartado del proyecto es sin duda la aplicación correcta de una estrategia de medios que no solo defina el uso adecuado de las redes sociales y su periodicidad, sino que además permita el desarrollo o coordinación de publicaciones enfocadas en reafirmar el desarrollo de la marca y la posición de la forma en que el negocio aspira ser visto.

Por otro lado, los canales de comunicación con los clientes potenciales deben ser aprovechados para visibilizar el contenido que podría significarles mayor interés, entendiendo

esto, se define como primera distinción necesaria para el uso adecuado de los medios de comunicación, la consolidación del tipo de contenido que será compartido dentro de cada red social, por lo cual se plantea a continuación una tabla que expresa de manera más sencilla las formas en que cada uno de los medios de comunicación formarán parte del apalancamiento del servicio principal.

42. Tabla 23. Medios de comunicación.

Medio	Alcance actual	Tipo de publicaciones
Instagram	218 seguidores	1. Videos cortos en general en formato Reels. 2. Publicaciones de eventos o situaciones significativos. 3. Publicaciones del estilo de vida del streamer Crispy.
YouTube	115 suscriptores	1. Videos cortos divertidos en formato shorts. 2. Videos extensos resumiendo fragmentos significativos de las transmisiones. 3. Videos exclusivos para la audiencia de YouTube.
Facebook	57 seguidores	1. Videos cortos divertidos en formato Reels. 2. Publicaciones de eventos o situaciones significativos. 3. Publicaciones del estilo de vida del streamer Crispy.
Tik Tok	40 seguidores	1. Videos cortos divertidos en formato Reels.

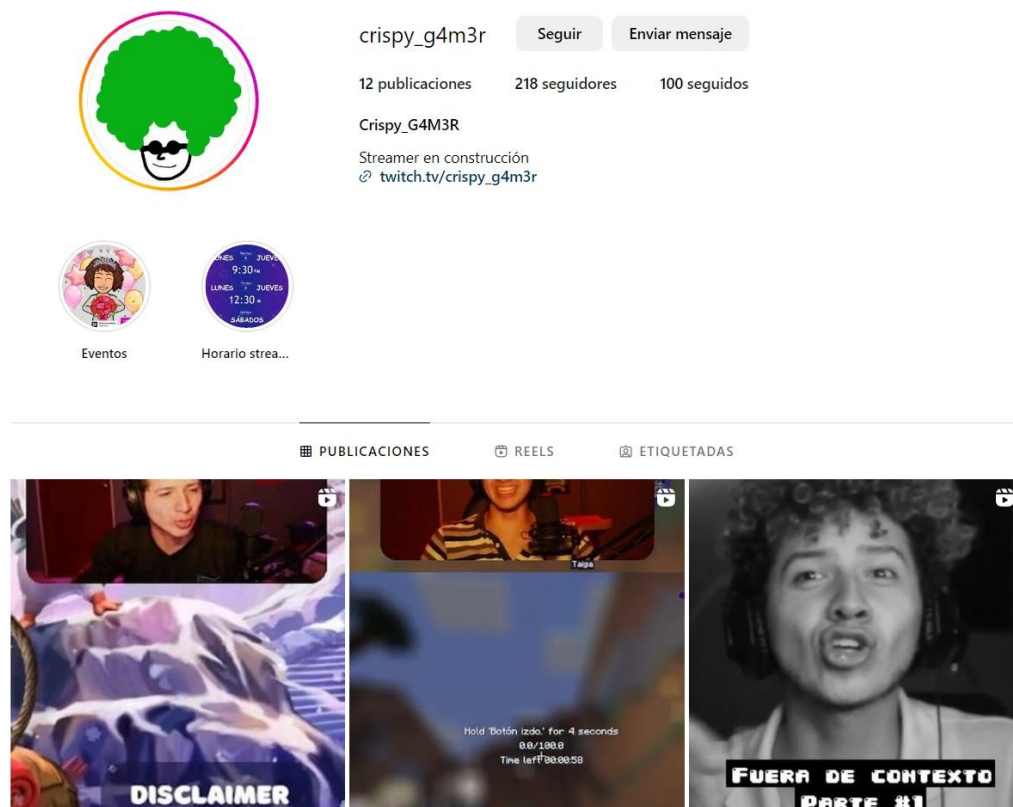
Siguiendo las anteriores directrices para el desarrollo del contenido dentro de los medios de comunicación, se definen la manera en que el canal busca impactar a los clientes que pueden estar presentes en redes sociales distintas a Twitch, plataforma a través de la cual se ha logrado el reconocimiento presente hasta el momento de dentro de los otros medios mencionados, de esta forma se identifica además que los canales son propios y aunque a pesar de ser tercerizados por ser plataformas independientes, estos son controlados netamente por el canal, teniendo una interacción directa con los grupos de interés y haciendo uso de estas redes de la forma que se considere pertinente para lograr sus objetivos corporativos.

Estrategia de medios

Con un enfoque claro de potenciar el impacto del servicio en una audiencia cada día mayor, se busca desarrollar una estrategia que potencie los alcances del contenido haciendo uso de los medios de comunicación disponibles del canal, los cuales son entendidos netamente como digitales, razón por la cual, el mercadeo del proyecto se realizará de esta manera en la mayoría de los momentos, es por esto que se presenta un cronograma de publicaciones orientado en captar la atención de las audiencias, definir la periodicidad de contenido, incrementar las audiencias dentro de las redes sociales oficiales y así mismo pautar el canal de streaming a los seguidores de estas plataformas. No obstante, antes de presentar el modo en que se coordinarán los tiempos de las publicaciones, es válido reafirmar de manera específica la forma en que cada medio digital o presencial cumplirá un rol importante no solo en la promoción del servicio principal, sino que además podría significar nuevos métodos para la generación de ingresos del proyecto.

Instagram

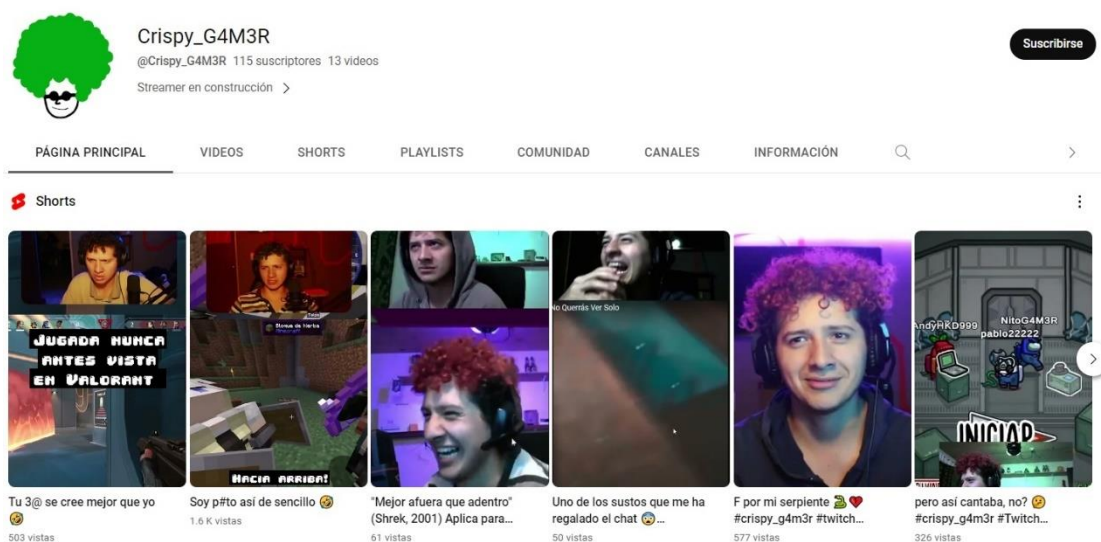
Luego de Twitch, plataforma principal por medio de la cual la ide de negocio desarrolla la mayoría de sus actividades y constituye su fuente principal de ingresos, Instragam es la segunda red social más utilizada para compartir contenido acerca del canal, mencionar actividades futuras de las emisiones, destacar fragmentos significativos del contenido emitido y compartir logros del proyecto, por esto se constituye en la actualidad como el medio de comunicación con mayor importancia para la estrategia de medios que desarrollará Crispy_G4M3R, este canal buscará brindar un ambiente de formalidad al proyecto a diferencia de los otros medios, los cuales serán aprovechados con unos objetivos completamente distintos.



43. Figura 18. Instagram, octubre 2023.

YouTube

Aprovechando la oportunidad que representa la posibilidad de hacer uso del contenido de Twitch en otras plataformas, YouTube se constituye como la mejor opción para compartir videos cortos o de una extensión superior a 3 minutos en formato horizontal que hayan sido creados durante las emisiones y merezcan además ser compartidos o destacados en un espacio independiente, permitiendo no solo contar con un repositorio para los espectadores presentes en este medio, sino posibilitando visibilizar fragmentos valorados como de alto provecho para atraer nuevos clientes desde otras plataformas al canal de streaming.



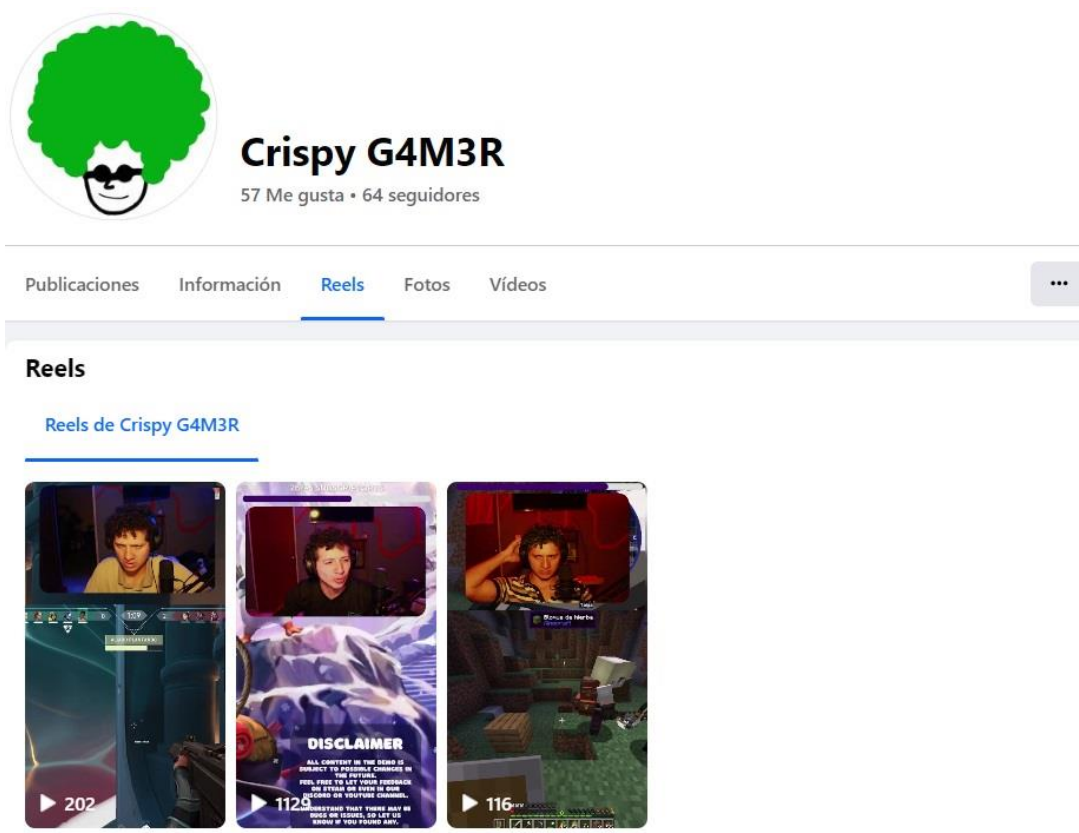
44. Figura 19. YouTube, octubre 2023.

De la misma forma este medio de comunicación puede llegar a permitir la captación de nuevas ganancias al proyecto, todo esto se hace posible ya que esta plataforma de videos, permite generar ingresos luego de una meta de suscriptores y visualizaciones, es por estas razones que esta red social será utilizada con un rol mixto, permitiendo la re difusión de contenidos casuales o divertidos y fragmentos formales e interesantes de conversación con la

audiencia, que reflejen la calidad del servicio, su enfoque pacífico de comunicación y sus ejes temáticos.

Facebook

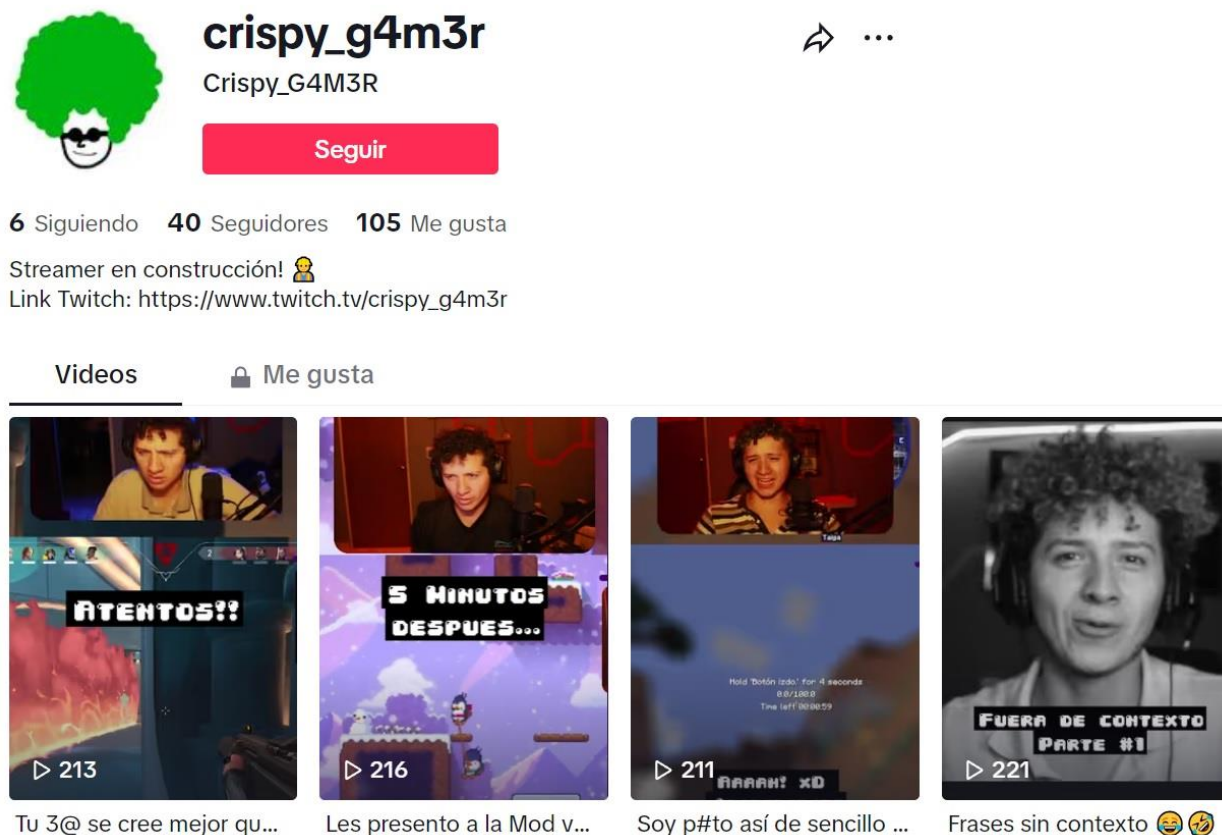
De la misma forma que YouTube, dentro de esta red social se buscará re subir contenido de carácter formal y divertido que pueda brindar mayor visibilidad al servicio desarrollado dentro de la plataforma Twitch, todo esto con el objetivo de incrementar la audiencia en el modelo de negocio actual, pero aprovechando además las dinámicas para la monetización de contenido disponibles dentro de Facebook, consolidando nuevas fuentes de ingresos en el futuro y potenciando las actuales.



45. Figura 20. Facebook, octubre 2023.

Tik Tok

Esta red social vista como medio de comunicación dentro de la estrategia del canal para impactar a sus clientes actuales y potenciales, atenderá a llamar la atención de públicos jóvenes, los cuales no solo estén interesados en el contenido en general del canal, sino que además busquen divertirse con fragmentos divertidos o llamativos de las emisiones, esta plataforma servirá como un canal que de visibilidad al negocio dentro de otros nichos y lo haga parte de la conversación en contextos donde aún no se tiene presencia, por esta razón, su contenido estará centrado en compartir videos cortos “graciosos” con un nivel de producción enfocado en ser visto y compartido.



46. Figura 21. Tik Tok, octubre 2023.

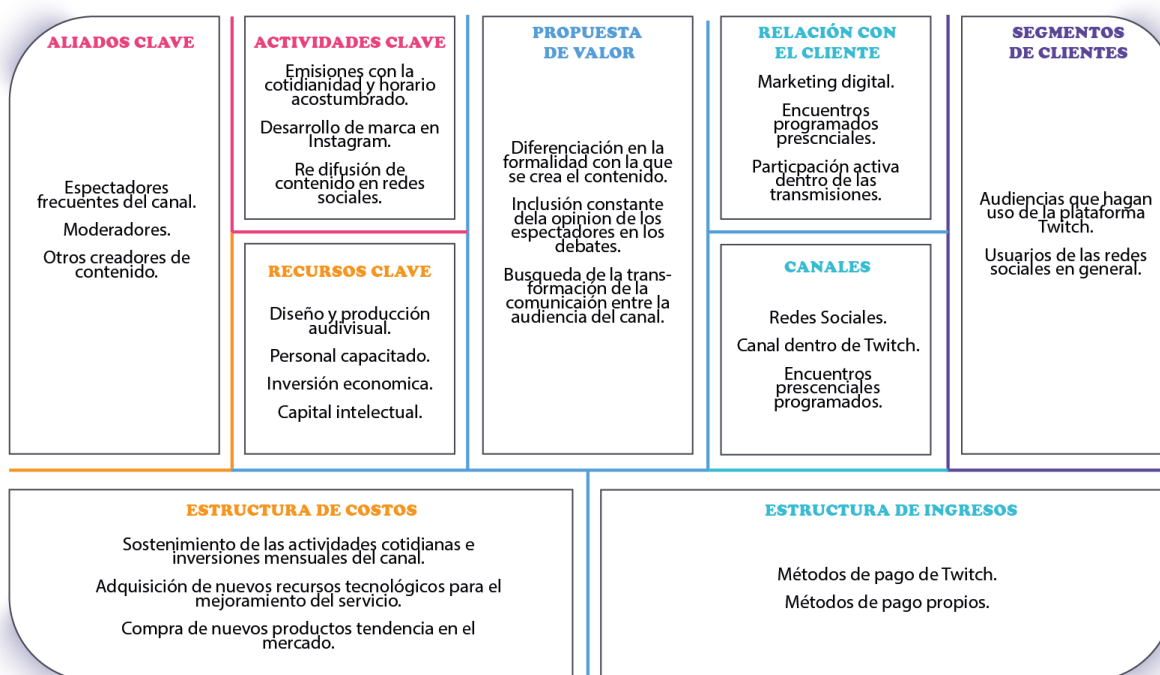
47. Tabla 24. Estrategia de medios.

Medio	Periodicidad	Objetivo del contenido
Instagram	➤ Historia por día de emisión promocionando el canal de Twitch. ➤ 1 video corto cada semana. ➤ Publicaciones a partir de situaciones cotidianas o de interés para los seguidores.	Mantener en constante movimiento la marca promocionando tanto el contenido en Twitch como servicio principal o las publicaciones en otras redes sociales.
YouTube	➤ 1 video extenso cada 2 semanas. ➤ 1 video corto cada semana.	Generar un repositorio de contenido, atraer nuevas audiencias y promocionar el servicio principal.
Facebook	➤ 1 video corto cada semana.	Captar la atención de nuevas audiencias.
Tik Tok	➤ 1 video corto cada semana.	Captar la atención de nuevas audiencias.

Por último, se hace válido mencionar dentro de la estrategia de medios las actividades en sitio que podrían significar un incremento valioso de la visibilidad de la marca en espacios dedicados a su nicho de mercado, por esta razón, se aspira formar parte de eventos dedicados en especial a la cultura geek o gamer en el futuro, teniendo presencia en estas actividades ya sea como asistente o expositor, en este sentido es válido mencionar eventos en los cuales se buscará participar como el SOFA o ferias que permitan mostrar los puntos diferenciales del servicio y

fortalecer su alcance, no obstante cabe mencionar que estos eventos aún no tienen una fecha, por lo cual se estará al pendiente de este dato para incluirlo en la actividades de promoción del canal.

Plantilla o modelo Canvas



48. Figura 22. Modelo Canvas.

Conclusiones y recomendaciones

Se evidencia el funcionamiento de las dinámicas actuales para el desarrollo de un proyecto innovador, que permita transformar los espacios comunicativos con su audiencia y que además se consolide en un proyecto que genera ingresos a partir del gusto de los espectadores con el servicio ofertado, este es altamente destacable pues representa el éxito del negocio en un grupo aun pequeño en comparación con los alcances que podría generar con la implementación de estrategias que masifiquen sus alcances.

De la misma manera, cabe destacar no solo el logro que puede representar consolidar un proyecto rentable dentro de este mercado, donde existe un amplio número de competidores cada día mayor, sino además los objetivos que este logra en cuanto a sus visualizaciones promedio e ingresos en relación con competidores de mayor reconocimiento.

Recomendaciones

Sin embargo, se hace evidente el desarrollo de las actividades propuestas para el logro de objetivos aún mayores, que permitan tanto la creación de proyectos con mayor inversión, la remuneración de los colaboradores y de ser posible la estructuración de este proyecto para permitir la generación de empleos formales.

Por último se aconseja desarrollar la estrategia de medios tal y como se propone, debido a que en momentos donde se han desarrollado publicaciones de manera frecuente en redes sociales, se ha evidenciado un crecimiento en las estadísticas de reconocimiento del canal, por lo cual se hacen vitales para alcanzar o superar con creces la visión propuesta.

Bibliografía o ciber biografía

Crispy_G4M3R. (17 de Octubre de 2023). *Twitch*. Obtenido de

https://www.twitch.tv/crispy_g4m3r/videos

Cueto, J. C. (Febrero de 2021). *BBC NEWS MUNDO*. Obtenido de

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-55826329>

EL CONGRESO DE COLOMBIA. (12 de Julio de 2018). *Función Pública*. Obtenido de Ley 1915 de 2018:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87419>

EL CONGRESO DE COLOMBIA. (1 de Septiembre de 2020). *Función Pública*. Obtenido de Decreto 1204 de 2020:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=141144>

EL CONGRESO DEL COLOMBIA. (29 de Julio de 2021). *Función Pública*. Obtenido de Ley 2108 de 2021:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=167946#>

Kemp, S. (2023). Obtenido de DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-colombia>

Twitch. (13 de diciembre de 2022). *Twitter*. Obtenido de

<https://twitter.com/Twitch/status/1602684579151757314>

Twitch. (12 de Octubre de 2023). *Directrices para las notificaciones de la Ley de Derechos de Autor de la Era Digital*. Obtenido de <https://www.twitch.tv/p/es-es/legal/dmca-guidelines/>

Pilotaje del servicio

Buscando reflejar el funcionamiento del canal bajo sus parámetros establecidos, se ha desarrollado un piloto con el objetivo de reflejar el funcionamiento de este y sus alcances permitiendo conocer las estadísticas de audiencia participante, los ingresos y duración de la transmisión entre otras. Para expresar de mejor manera esta información se presenta un gráfico que muestra los números del desarrollo de la emisión.



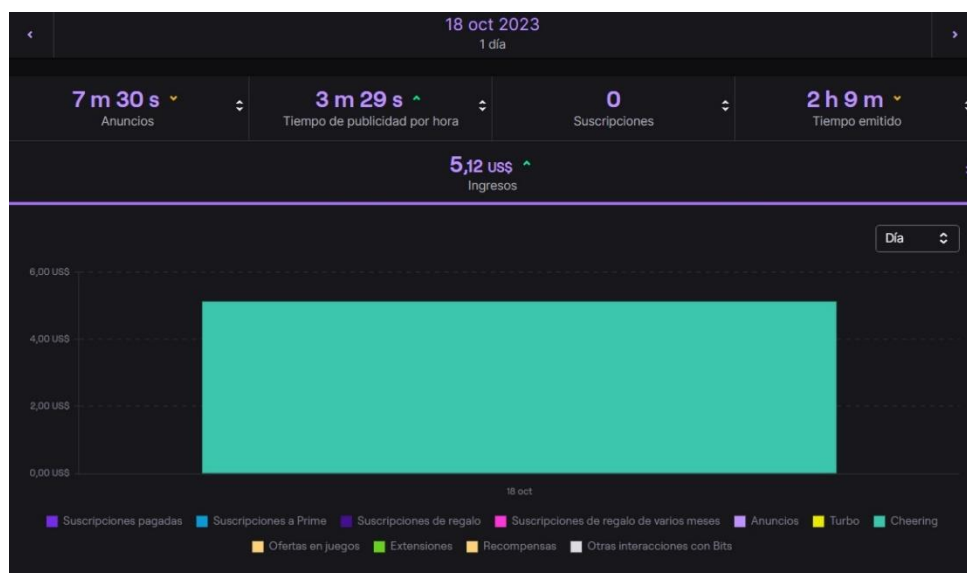
49. Figura 23. Pilotaje del servicio, octubre 2023.

En la gráfica citada anteriormente se evidencia el desarrollo de una emisión enfocada en contenido deportivo, esta fue titulada como “¡Ecuador vs Colombia! ⚽ Desde el sofá de la casa 😊” (Crispy_G4M3R, 2023), la cual ocurrió el martes 17 de octubre del 2023.

Este pilotaje conto con una duración de más de 5 horas, un periodo de tiempo que podría entenderse como superior al normal, debido a que las transmisiones suelen extenderse por cerca de 4 horas en promedio, por otro lado, se evidencian variaciones positivas en la mayoría de los ítems arrojados por parte de la plataforma, de forma específica, se destacan los números

relacionados con los espectadores únicos, los espectadores máximos de la emisión y las visualizaciones en directo, algo que puede deberse a la amplitud de la transmisión y el tipo de contenido que fue desarrollado, el cual se enfocó durante momentos específicos a integrar la opinión de la audiencia e incorporó la opinión de un invitado en sitio, dos características del contenido que fueron destacadas por la audiencia como sus favoritas dentro de la caracterización de los grupos de interés.

Por último, cabe destacar el nivel de ingresos generado durante la emisión piloto, un aspecto importante para reafirmar la solides del modelo de negocio en la actualidad, sin embargo, esta no es expresada de forma directa por parte de la red social en la gráfica anterior, esto se debe a que la plataforma evalúa esta cifra de forma distinta, consolidando los ingresos el día posterior a la emisión, permitiendo incorporar a este análisis las ganancias adicionales generadas con otros métodos de pago como los anuncios o Twitch Turbo.

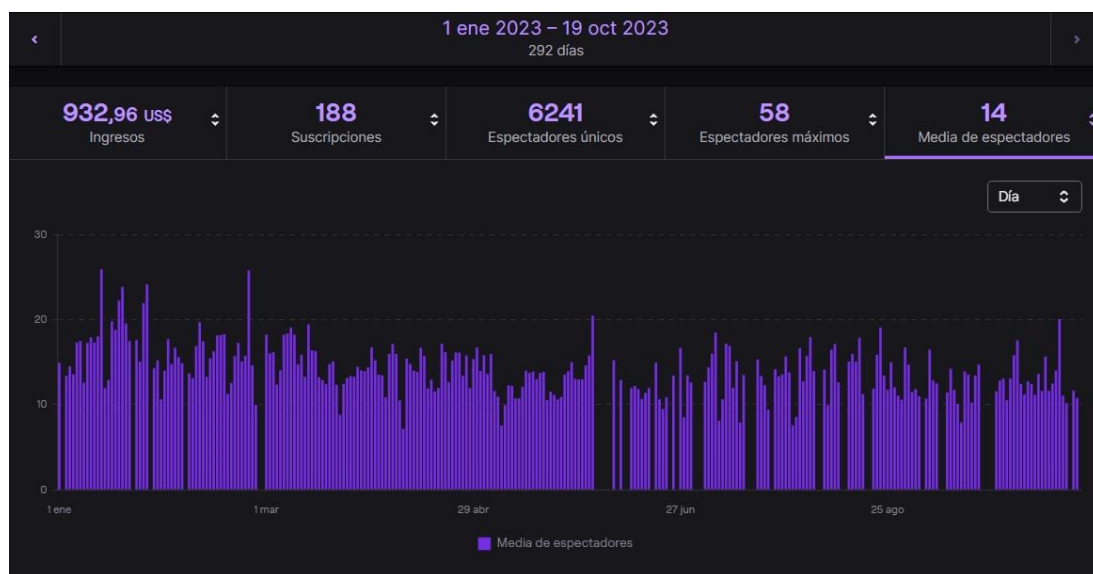


50. Figura 24. Ingresos generados en el Pilotaje.

Como se evidencia en la captura, durante la emisión desarrollada para medir el funcionamiento del canal, se obtuvieron ingresos cercanos a 5 USD, una cifra interesante al entender que los espectadores que decidieron hacer parte de estos aportes son identificados como quienes de manera frecuente generar donaciones con Bits al canal.

Pilotaje histórico 2023

De manera adicional al pilotaje desarrollado para ejemplificar una emisión cotidiana enfocada en deporte, el cual fue identificado como uno de los ejes temáticos más importantes del canal, se presenta con la intención de enriquecer el documento y destacar el valor de la propuesta, un análisis generalizado de las estadísticas de la operación durante el año 2023 del canal de streaming Crispy_G4M3R, permitiendo evidenciar su funcionamiento y el éxito en el desarrollo de sus dinámicas, las cuales le han permitido consolidarse como una forma de obtener ingresos, pero además de ello proyectarse como una innovación enfocada en transformar espacios comunicativos dentro de redes sociales como Twitch.



51. Figura 25. Ingresos generados en el 2023.

La captura presentada para este ejercicio expresa las estadísticas más importantes del canal durante el año en curso, permitiendo conocer de manera general datos como la cantidad de ingresos, las personas que han pagado la suscripción al canal, el número de personas que han visitado las transmisiones durante este periodo y la cifra de espectadores máximos y en promedio que se han manejado durante el 2023. Haciendo uso de esta gráfica se pueden conocer estos detalles de forma general, sin embargo, se ha decidido destacar de forma puntal el promedio de audiencia del canal durante todo el año, una cifra que evidencia el sostenimiento de los espectadores frecuentes, demostrando una fidelización altamente efectiva con un grupo específico de participantes y demuestra el desarrollo de actividades del canal de forma activa.

Plan de mejora

Con el objetivo de mantener en principio la base de espectadores que hasta el momento ha permitido que Crispy_G4M3R consolide un modelo de negocio exitoso e incrementar además sus alcances y nivel tanto mediático como de ingresos, se plantea la ejecución de las actividades propuestas dentro de las estrategias de medios y la continuidad misma de las operaciones actuales, como los dos mecanismos imprescindibles para el sostenimiento de la audiencia actual, sin embargo cabe destacar que como ya han sido mencionadas anteriormente, las tendencias sobre el uso que los usuarios dan a su tiempo en Internet y más aún dentro de la plataforma Twitch son altamente cambiantes en el día a día, razón por la cual, todos los planes enfocados en promocionar la marca y fortalecer sus dinámicas, deben estar al tanto de las nuevas realidades del mercado para estar a la vanguardia del mismo.

Es ante esta realidad, se propone no solo un plan de acción para el mejoramiento continuo a partir del incremento de visibilidad en otras redes sociales, sino que aprovechando además

otras características del canal y sus participantes, las cuales podrían significarle facilidad para conocer su entorno en tiempo real.

52. Tabla 25. Plan de mejora.

Problemática	Recurso	Estrategia
Permanencia de la audiencia	Contenido llamativo	Visibilizar los ejes temáticos de forma previa a las emisiones para captar la atención de las audiencias interesada.
Participación de la audiencia en los métodos de pago	Sub-servicios en Discord	Crear categorías que distingan a los participantes por sus aportes al canal.
Uso de redes sociales	Moderadores	Contar con replicadores que maximicen el impacto de las publicaciones.

Como se presenta en la tabla anterior, se desarrollarán 3 planes puntuales enfocados en fortalecer aspectos identificados como posibles riesgos del mercado y del proyecto o debilidades presentes hasta el momento en el modelo de negocio, buscando brindar solución a estas tendencias, se llevarán a cabo nuevos modelos que incluyan sub servicios o visibilicen de mejor manera tanto las características del contenido como los aportes de los participantes frecuentes del canal, permitiendo no solo que estos tengan conocimientos de las actividades actuales o futuras del canal y se agenden para formar parte de ellas, sino que además se sientan motivados a participar de las estrategias de monetización, al evidenciar las ventajas de formar parte de estas.

Anexos

Se comparten como enlaces valiosos para la validación de la información presentada en el documento, los recursos que permitieron la recolección de información de la audiencia para su caracterización y el canal en cuanto a sus ingresos actuales.

[Caracterización de Grupos, Excel](#)

[Enlace canal Crispy_G4M3R](#)