

EMPRENDIMIENTO: A 2 RUEDAS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TUTOR: FREDY LEONARDO REYES ALBARRACÍN

**CAMILO ANDRÉS NEIRA CASTELLANOS
MARIO ALEJANDRO RODRÍGUEZ GARZÓN
DAVID SANTIAGO SUESCUN CRUZ**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
BOGOTÁ, COLOMBIA**

2024-2

Resumen.....	4
Abstract.....	4
Palabras clave.....	5
Introducción	5
Planteamiento problema	6
Objetivos.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos	7
Justificación	7
Logo.....	8
Misión.....	8
Valores	8
Impacto de la propuesta	9
Reconocimiento del marco legal	10
Público objetivo.....	10
Benchmarking	11
Estructura orgánica	12
Costos	12
Hallazgos.....	14
Estadísticas de Tik Tok.....	14
Estadísticas de YouTube.....	21
Estadísticas de Instagram.....	26
Conclusiones	27
Bibliografía	28

Agradecemos a quienes formaron parte de este proyecto.

Primero, honramos a nuestros padres, quienes hicieron las veces de mentores y espectadores de los contenidos; ellos aportaron su granito de arena, tanto con palabras de aliento, como denotando oportunidades de mejora.

Agradecemos a nuestros docentes por el acompañamiento brindado durante estos más de 15 meses de trabajo; sin ellos, la escritura de este texto hubiera sido imposible.

Damos las gracias a Mario Sábato, Marco Tulio Ipuerto y Brandon Rivera por acceder a los micrófonos de A 2 Ruedas y brindarnos unos minutos de su valioso tiempo.

Apreciamos enormemente el acompañamiento de nuestras parejas, amigos y conocidos durante este camino, ellos también brindaron su apoyo en el proceso.

Valoramos el trabajo de David Calderón, quien, en algunas oportunidades editó videos del canal de YouTube.

Estamos gratificados con Sara Catalina Soto, quien nos colaboró con la musicalización de múltiples contenidos.

Finalmente, agradecemos de forma mutua el trabajo de Camilo Neira, Mario Rodríguez y David Suescún para procrear en conjunto un medio de comunicación deportivo, que era una de las grandes aspiraciones de los tres en este proceso académico.

Resumen

El proyecto “A 2 ruedas” analiza la transformación del periodismo deportivo en el entorno digital, destacando el papel de las redes sociales en la producción y consumo de contenidos sobre ciclismo. Desde una perspectiva histórica y cultural, se evidencia la relevancia de este deporte en Colombia como un fenómeno social que trasciende lo competitivo y conecta con la identidad de las audiencias.

La investigación propone la creación de un emprendimiento digital enfocado en contenidos narrativos y emocionales, orientados a informar e inspirar. A través del benchmarking y el análisis de métricas en plataformas como TikTok, YouTube e Instagram, se identifican patrones de consumo que privilegian historias vinculadas a figuras reconocidas, eventos coyunturales y relatos que apelan a la emoción del espectador.

Finalmente, se concluye que existe una oportunidad para posicionar propuestas innovadoras en el ecosistema digital del ciclismo, siempre que se mantenga coherencia editorial, calidad audiovisual y capacidad de adaptación. Asimismo, se resalta la importancia de las alianzas estratégicas para la sostenibilidad del proyecto.

Abstract

The project “A 2 ruedas” examines the transformation of sports journalism within the digital environment, emphasizing the role of social media in the production and consumption of cycling-related content. From a historical and cultural perspective, cycling in Colombia is presented as a social phenomenon that goes beyond competition and connects with audience identity.

The study proposes the creation of a digital entrepreneurship initiative focused on narrative and emotionally driven content aimed at informing and inspiring audiences. Through benchmarking and metric analysis on platforms such as TikTok, YouTube, and Instagram, consumption patterns are identified, highlighting a preference for stories related to well-known figures, current events, and emotionally engaging narratives.

The study concludes that there is a clear opportunity to position innovative proposals within the digital cycling ecosystem, provided that editorial consistency, audiovisual quality, and

adaptability are maintained. It also highlights the importance of strategic partnerships for the sustainability of the project.

Palabras clave

Ciclismo, ciclistas, noticias, entrevistas, creación de contenido, contenidos digitales, redes sociales, cultura, deporte.

Introducción

El periodismo deportivo ha experimentado una evolución significativa desde sus inicios en el siglo XIX. En España, por ejemplo, surgieron publicaciones como "La Caza" en 1865, dirigida a la burguesía interesada en deportes como la caza y la pesca.

Sin embargo, el primer proceso de globalización se dio en los juegos olímpicos de Atenas en 1896, cuando, de la mano de Pierre Fredy de Coubertin se retomó el espíritu deportivo y la competencia justa entre los diferentes territorios que conforman el globo terráqueo. Para lo anterior, la prensa escrita fue el eje principal de la información.

Así fue hasta mediados del siglo XX, donde la radio toma la batuta y empieza a ser el principal medio por el que las personas podían consumir el deporte, y su eficacia para conectar con las audiencias es tal, que a día de hoy en muchos territorios se sigue eligiendo a la radio para estar al pendiente del espectáculo.

Posteriormente, con la televisión se dio una “evolución gracias a sus canales y la forma de producir contenidos” (De-Santis et al., 2022), esto porque la forma de percibir el producto había pasado de una descripción oral a la posibilidad del espectador de tener en tiempo real las imágenes de lo que acontece en los escenarios.

Finalmente, las redes sociales han sido el último gran revolcón del periodismo deportivo por la posibilidad de que cualquier persona con acceso a unos recursos (internet, dispositivos electrónicos y una cuenta en una plataforma de difusión) puede ser un productor de contenidos, destacando la facultad de cada creador de tener su propio estilo y su línea editorial.

El ciclismo llegó a Colombia a finales del siglo XIX y se popularizó en la década de los 40. En 1951 el país vio la primera gran vuelta ciclista de su historia, la “Vuelta a Colombia”, la cual coronó a uno de los más grandes, Efraín ‘el Zipa’ Forero. Posteriormente, con la evolución del deporte a nivel mundial emergieron figuras como Martín Emilio ‘Cochise’ Rodríguez, Fabio Parra o Luis Alberto ‘Lucho’ Herrera, los cuales emocionaron a toda una

generación de compatriotas. Más recientemente, campeones de grandes vueltas como Nairo Quintana, Rigoberto Urán o Egan Bernal, engancharon a los más jóvenes. Según los análisis de audiencia televisivos (también llamado rating), las grandes competencias ciclistas duplican, triplican o incluso quintuplican en visualizaciones a los programas habituales de las parrillas de los principales canales de TV abierta, RCN y Caracol televisión.

El ciclismo, más que un deporte, es un estilo de vida y una comunidad en constante crecimiento. Burbano y Paz (2023) señalan que en Colombia, el ciclismo es una construcción de la realidad de quienes se involucran con él, y a su vez, es constitutivo de la historia reciente de su sociedad, hecho que lo ha llevado a posicionarse en la conciencia de los colombianos.

Gracias a la digitalización donde la información se consume a través de plataformas como YouTube, Instagram y TikTok, tenemos la oportunidad de informar y acercarnos a no solo ciclistas sino también a gente interesada en el deporte.

El emprendimiento ‘A dos ruedas’ buscará impulsar la cultura del ciclismo a través de noticias, entrevistas y contenido atractivo que informe, inspire y motive a más personas a sumarse a este deporte. A través de las redes sociales, crear un espacio dinámico donde la comunidad ciclista pueda descubrir tendencias, conocer historias inspiradoras y mantenerse actualizada con todo lo que ocurre en el mundo del ciclismo.

Planteamiento problema

Durante años, el ciclismo en Colombia ha tenido una acogida tremenda, sin embargo, cuando los “escarabajos” no están siendo favoritos en las mejores vueltas ciclistas, el consumo de contenidos ciclistas se ve reducido significativamente, así lo muestran los índices de rating de las televisoras nacionales y también de algunos medios alternativos colombianos, como el canal TRUEQUE en YouTube, quien, según las estadísticas compiladas en SocialBlade, llegó a su pico de seguidores más alto en 2019, cuando Egan Bernal ganó el Tour de Francia y Nairo Quintana coronaba una de las etapas de la misma vuelta ciclista. No obstante, en la actualidad, el alcance de este medio se ha visto notoriamente reducido.

Ahora bien, en otros rubros, como el fútbol o la política, creadores de contenido emergentes han conseguido revitalizar sus respectivos nichos a partir de la elaboración de material audiovisual disruptivo, en el caso del deporte rey, canales como el español Iker Ruíz con EleFútbol o los dominicanos ‘Will’ y ‘Vincent’ con Los Futbolitos han conseguido nuevas comunidades a partir de las emociones fuertes, en el caso del medio español se destaca la

nostalgia y la emotividad en videos cortos (Tiktoks de un minuto), mientras que los dominicanos han apostado por el humor y el análisis en producciones largas (podcast de 20-40 minutos en YouTube). Mientras, en el caso de la política, medios como Se lo explico con plastilina u Hola soy Danny han logrado refrescar la forma en la que los colombianos ven la política, el primero, con publicaciones en instagram donde destaca el diseño de personajes con plastilina y el segundo a partir de la sátira.

Por lo anterior, el medio ‘A dos ruedas’ tiene la intención de conectar con la audiencia colombiana desde las emociones, evocando tanto a las máximas figuras del ciclismo, como a quienes lo viven en las calles de la capital, de tal forma que converjan el análisis deportivo con las emociones de los fanáticos.

Objetivos

Objetivo general

Crear un emprendimiento con contenidos digitales sobre ciclismo de ruta, en YouTube, Instagram y TikTok.

Objetivos específicos

- Proporcionar información atractiva y pedagógica para la audiencia.
- Fomentar la cultura del deporte a través de una narrativa emotiva.

Justificación

El medio A 2 Ruedas nace por la necesidad de ofrecer un contenido sobre ciclismo de una forma diferente, más en un país donde la mayoría de la audiencia está fundamentada en los éxitos de los ciclistas nacionales. Adicionalmente, se siente una pasión indescriptible por el deporte, por lo cual, se quiso plasmar ese sentimiento a través de un medio propio, alternativo y con una narrativa que encajara dentro del ecosistema de las redes sociales en la actualidad, enfocándose en el humor y el contenido emotivo.

Logo



Fondo blanco, dos ruedas representando un infinito por los caminos interminables que un ciclista puede recorrer. Estas tienen los colores: rosado, amarillo y rojo, en representación de los “maillots” de las 3 grandes vueltas respectivamente: Giro d’Italia, Tour de France y La Vuelta a España.

Texto en negro con fuente sin serifar para mostrar la rudeza que los deportistas deben tener para afrontar los caminos más difíciles.

El logo representa un proyecto multimedia dedicado al ciclismo, combinando información, entretenimiento y producción audiovisual.

Misión

Informar a la comunidad ciclista en Colombia mediante contenidos digitales dinámicos y de calidad, resaltando las figuras de los ciclistas que representan a nuestro país y al deporte por todo el mundo.

Visión: Para el año 2030, el proyecto “A 2 ruedas” busca posicionarse en el mercado colombiano como una plataforma con impacto en su audiencia, alcanzando, mínimamente los 5000 “followers” en Instagram, 1000 suscriptores en la plataforma de YouTube y 30000 seguidores en TikTok.

Valores

Transparencia

Nos comprometemos a comunicar de forma clara y abierta, tanto con nuestros colaboradores como con nuestra audiencia. Mostramos cómo se construyen nuestras historias y de dónde vienen los recursos, para generar confianza y credibilidad.

Profesionalismo

Nos tomamos en serio lo que hacemos. Cada producción, desde una entrevista hasta un documental, se trabaja con estándares de calidad, puntualidad y responsabilidad. Respetamos nuestro oficio y al público que consume nuestros contenidos.

Honestidad

Contamos historias reales, sin adornarlas ni manipular los hechos. Valoramos la verdad del ciclismo colombiano, con sus triunfos, luchas y contextos. Lo anterior con el fin de no caer en la viralidad fácil ni en técnicas poco éticas como el “clickbait”.

Desarrollo humano

Queremos que nuestro trabajo ayude a crecer a las personas, no solo a nivel profesional sino también personal. Apoyamos a talentos nuevos, damos espacio a voces diversas y buscamos que cada historia motive, enseñe o transforme.

Respeto

Tratamos a cada persona, desde el ciclista hasta el espectador, con dignidad. Respetamos las diferencias culturales, regionales y personales dentro del mundo del ciclismo, y promovemos contenidos que construyen, no que dividen.

Impacto de la propuesta

Al narrar historias reales, mostrar paisajes y rutas emblemáticas, y destacar las carreras de los deportistas más emblemáticos, se promueve la práctica del ciclismo a nivel amateur y profesional, adicionalmente, de forma indirecta, funciona como una herramienta de visibilización para zonas que podrían recibir más interés de visita y apropiación por parte de los consumidores de los contenidos. A través de las historias, se logra promover valores como el respeto en la vía, el uso de la bicicleta como elemento de deporte y los hábitos de vida saludable. Este tipo de comunicación incide indirectamente en la formación de una sociedad más consciente, activa y cohesionada.

Por otra parte, el proyecto pretende abrir espacios de colaboración con marcas deportivas, de ropa, suplementos o bicicletas, así como emprendimientos relacionados al ciclismo. La

innovación radica en usar formatos modernos (videos emotivos, contenidos cortos, entrevistas y sonovisos) que conecten emocionalmente con audiencias jóvenes y digitales, mejorando la visibilidad y posicionamiento de productos y servicios citados anteriormente. Finalmente, la tarea de “A 2 ruedas” busca elevar la calidad narrativa y audiovisual del sector del ciclismo de ruta.

Reconocimiento del marco legal

Se debe constituir a un representado como persona natural con actividad económica registrada o como persona jurídica ante la Cámara de Comercio. Posteriormente, inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN es obligatorio para efectos tributarios y facturación.

En algunos casos, sobre todo si se trata de medios comunitarios o culturales, se puede realizar un registro como medio alternativo, comunitario o independiente para acceder a convocatorias públicas, recursos y formación en MinCultura.

Se deben respetar los derechos de autor en contenidos musicales, visuales o literarios usados en tus producciones. Para proteger los contenidos propios, se pueden designar como inutilizables e inalterables ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA). Sin embargo, las plataformas como YouTube, Tiktok e Instagram, cuentan con sus propias normativas de “copyright”, las cuales deben ser usadas de forma ética.

Por último, los medios alternativos deben cumplir con las normas del Código Penal Colombiano en temas como injuria, calumnia, apología al delito, y protección de la niñez. De no acatar esas normas, los contenidos pueden ser eliminados, o incluso, los representantes de los contenidos pueden tener procedimientos legales.

Público objetivo

Jóvenes de 13 a 17 años y adultos de 18 a 34 años.

Principalmente hombres.

Apasionados del deporte, con cultura ciclística y con interés por conocer otra cara de esta práctica profesional.

La referencia socioeconómica son personas de estratos 1 a 4.

Benchmarking

La competencia directa de “A 2 ruedas” son los medios que hablan de ciclismo de ruta con un enfoque narrativo y un análisis deportivo profundo, en este caso encontramos 4 medios en la plataforma de YouTube.

TRUEQUE se ha ganado el corazón de muchos con su narrativa emocional y profunda, centrada en las hazañas y momentos clave del ciclismo colombiano. Su mayor fortaleza es esa capacidad de contar historias que conectan, que inspiran y que enaltecen el orgullo nacional. Es como si cada video fuera una crónica legendaria.

Sin embargo, este mismo enfoque local puede limitar su expansión internacional. También depende en gran parte de archivos históricos y no tanto de contenido original o en tiempo real. Pero allí hay oportunidad: si TRUEQUE se anima a cruzar fronteras temáticas o incluso formatos, podría conquistar nuevos públicos en toda Hispanoamérica. La amenaza, como siempre en YouTube, es que otros imiten su estilo o que el algoritmo deje de favorecer sus videos.

Por su parte, GCN es como una fábrica bien aceiteada: contenido técnico, visualmente impecable, respaldado por una marca global. Su llegada al mundo hispanohablante fue una jugada estratégica, trayendo el know-how del ciclismo europeo y anglosajón a esta audiencia creciente.

La debilidad de GCN, sin embargo, está en la falta de cercanía cultural. A veces se siente como un canal "prestado", no tan empático con el público latino. Pero ahí mismo hay una oportunidad enorme: si logran adaptar mejor su tono, involucrarse más con referentes de la región y tropicalizar su contenido, podrían volverse dominantes. La amenaza es clara: el ciclismo es un deporte de pasiones locales, y lo técnico no siempre genera fidelidad emocional.

Ahora bien, Ciclismo Puro es ese canal que va directo al grano. Análisis, comentarios deportivos, opinión sin rodeos. Su mayor virtud es la cercanía con el aficionado promedio: no presume de producción elaborada, pero ofrece una mirada clara y bien informada de lo que ocurre en las competencias.

Aun así, su estilo puede quedarse corto frente a los formatos más audiovisuales o creativos. Si apuesta por mejorar la calidad visual y se atreve a probar con nuevas narrativas, puede elevar su posicionamiento. Además, tiene margen para crecer en redes sociales, ampliar sus colaboraciones y diversificar su contenido. Su mayor amenaza es perder vigencia si no se adapta al ritmo veloz de la creación de contenido actual.

Finalmente, Tour Colombia es el canal oficial de uno de los eventos más icónicos del ciclismo en América Latina. Tiene acceso a contenido exclusivo, a los protagonistas, al detrás de cámaras. Es una joya en términos de acceso. Su fortaleza es esa: ser la voz oficial de un evento de prestigio.

Sin embargo, el canal sufre de intermitencia. Solo es activo durante la competencia, y eso lo hace desaparecer del radar el resto del año. Aquí hay una oportunidad gigante: crear contenido permanente, formar comunidad, contar historias detrás del evento, educar y emocionar fuera del calendario oficial. Si no lo hace, corre el riesgo de volverse irrelevante en la conversación digital, sobre todo cuando otras voces están creando contenido todo el año.

Estructura orgánica

Dirección creativa: Camilo Neira, Mario Rodríguez, David Suescún.

Community management: Camilo Neira (instagram), Mario Rodríguez (Tiktok y YouTube).

Producción de contenidos: Camilo Neira, Mario Rodríguez.

Edición de contenidos: Mario Rodríguez, David Suescún.

Análisis de métricas: Camilo Neira, Mario Rodríguez.

Canales de comunicación interna: Whatsapp.

Costos

El proyecto contempla una inversión moderada orientada a cubrir los gastos operativos básicos y garantizar la calidad técnica y logística del desarrollo periodístico. Los recursos se destinan principalmente a servicios de infraestructura digital, transporte y conectividad.

A continuación, se presenta el desglose de los costos estimados y las fuentes de ingreso proyectadas, realizando un estimado entre los tres compañeros de forma mensual:

Tabla 1. Presupuesto de gastos

Concepto	Rango estimado (COP)
Luz	200.000 – 350.000
Internet	150.000 – 250.000
Transporte	15.000 - 35.000

Total estimado de gastos: entre **365.000** y **635.000 COP**.

Tabla 2. Fuentes de financiamiento

Tras semanas de diálogo, se logró llegar a un acuerdo con dos marcas comerciales con el fin de inyectar capital en el proyecto para poder hacerlo sostenible económicamente, la primera es IMFEZA (Import Fenix Zabdi S.A.S.), enfocada en el mundo de la seguridad vial y la segunda es MG (Import Lujos), especializada en la venta de lujos para vehículos. Cada uno de los acuerdos implica alcanzar un mínimo de 5.000 visitas en las plataformas donde se comparte el contenido, teniendo cada una un tiempo en pantalla dependiendo de la duración del video. Por ejemplo, en un short, cada empresa tiene un tiempo fijo de 5 segundos (sumando entre un 16 % y un 25 % del tiempo en pantalla) con un ruido que llama a la acción del espectador, mientras que en un video largo, cada una tiene entre 30 segundos y un minuto.

Estas alianzas llegan tras analizar el público objetivo de A 2 Ruedas, mayormente adulto, masculino, con acceso a los recursos digitales de manera ininterrumpida y con un posicionamiento económico promedio o superior al S.M.M.L.V.:

Fuente de ingreso	Monto (COP)
Inyección de IMFEZA	500.000
Aporte de Import Lujos	400.000
Total ingresos	900.000

Tabla 3. Balance general

Concepto	Monto mínimo (COP)	Monto máximo (COP)
Total gastos	365.000	635.000
Total ingresos	900.000	900.000
Superávit estimado	265.000	535.000

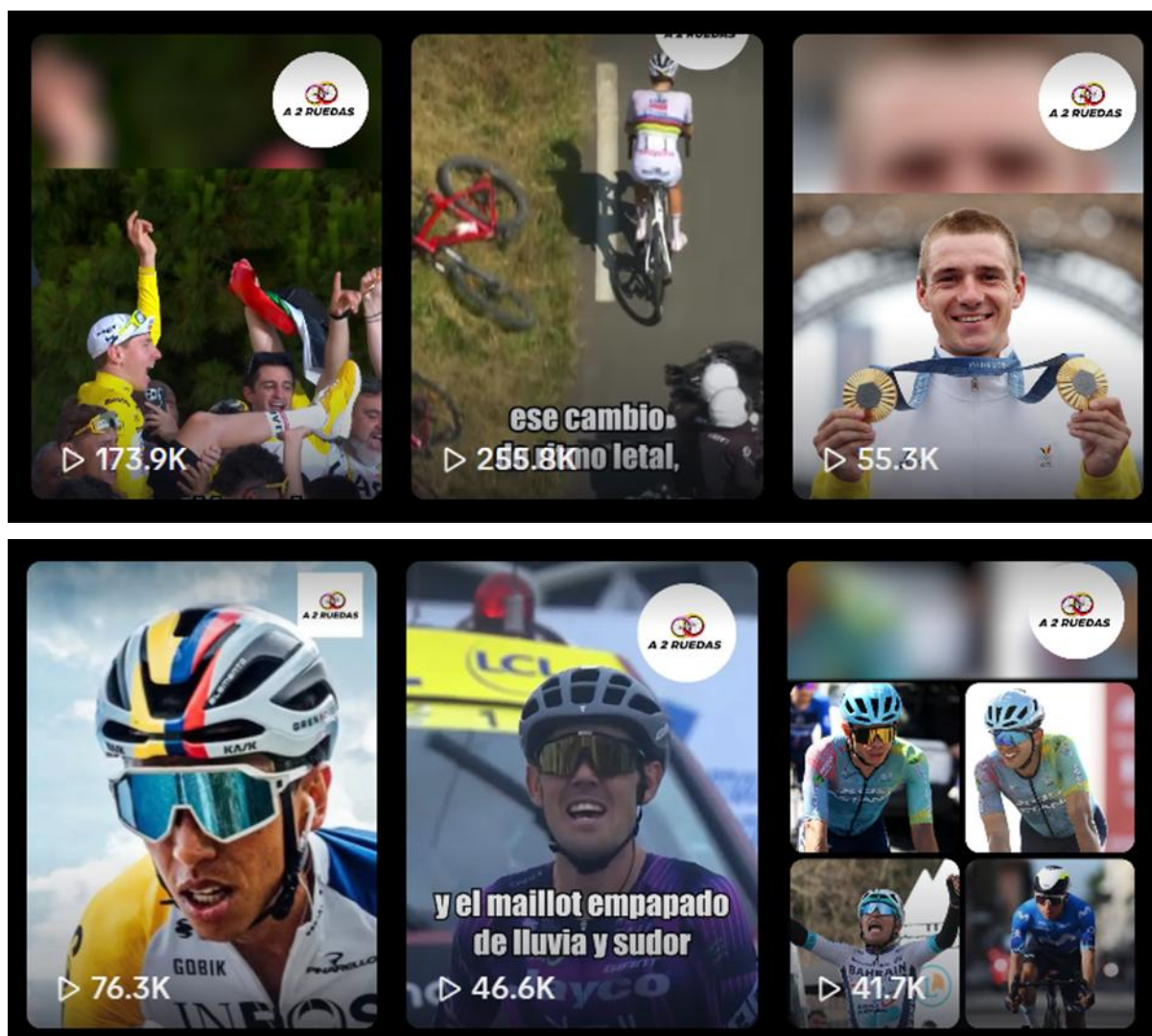
Este balance demuestra la sostenibilidad del proyecto y su potencial de crecimiento. El margen positivo permitirá reinvertir en nuevas estrategias de producción, mejora técnica y ampliación de cobertura deportiva en medios digitales.

Hallazgos

Estadísticas de Tik Tok

Con casi 2.200 seguidores y más de 32.200 likes acumulados, Tik Tok se ha consolidado como un espacio clave para la difusión de contenido emocional y auténtico. Los videos que combinan tomas reales desde la bicicleta, reflexiones personales y momentos íntimos del ciclismo han demostrado un alto potencial de viralidad. El formato corto favorece la conexión inmediata con el público, especialmente cuando se retratan desafíos cotidianos, entrenamientos o pensamientos profundos del ciclista.

En el caso de esta red social, los 3 videos más relevantes han sido plenamente enfocados a las historias del deporte de más alto rendimiento en las grandes vueltas, ejemplos: “ Tadej Pogacar ES UNA LEYENDA DEL CICLISMO  100 triunfos del esloveno”; “ El Tour de Francia NO ESTÁ ACABADO  Aunque la diferencia sea GIGANTE ”; “EGAN BERNAL VUELVE A GANAR  Hace HISTORIA en la Vuelta a España”. Lo cual denota que los contenidos más valiosos a nivel de visualizaciones, likes y comentarios están relacionados a los mejores corredores del mundo, en este caso, los nombres de mayor reconocimiento son: Tadej Pogacar (número 1 del mundo), Jonas Vingegaard (número 2 del mundo) y Egan Bernal (uno de los mejores colombianos en la historia).



Adicionalmente, otros materiales audiovisuales que destacaron en sus cifras fueron los siguientes: “🟡 Chris Froome INMORTALIZÓ su legado llegando a la meta CORRIENDO 🚴 ”; “🟡 Ben O'Connor hace HISTORIA en la ETAPA REINA del Tour de france 2025 🚴 ”; “🟡 ¿Qué COLOMBIANOS estarán en el Tour de Francia 2025? FR”. También se evidencia el interés profundo de la audiencia de A 2 Ruedas en la actualidad de las grandes vueltas, de los colombianos en los mejores escenarios del ciclismo y de algunas historias que reivindicquen a un corredor que había pasado por un mal momento previo en su carrera deportiva y encontró la gloria en un momento específico. Para este punto, se debe hacer una mención de los nombres que siempre aportan un valor fuerte para los usuarios: Nairo Quintana, Harold Tejada o Sergio Higuita, corredores colombianos de buen presente en el deporte.



Por otra parte, se ha apuntado a otras categorías de ciclismo aparte de la ruta, videos como: “coLa GALLARDÍA de Kevin Quintero NOS LLENA DE ORGULLO 🚴” y “coStefany Cuadrado LA NUEVA REINA de la Pista en Colombia 👑”; han significado una reducción en las visitas, ubicándose en el TOP 5 de los peores contenidos a nivel de interacciones. Esto es importante, sobre todo porque los intentos se dieron con nombres colombianos de alto reconocimiento dentro del mundo ciclista y en el marco del campeonato mundial de pista Chile 2025.

Esto nos lleva a analizar mes a mes cómo han sido las métricas de A 2 Ruedas en TikTok, arrancando por el mes de julio, donde se alcanzó el valor máximo de interacciones con la cuenta.



Esto se debió a que la máxima vuelta ciclista, el Tour de France, tuvo su largada el 5 de julio y terminó el 27 del mismo mes. Adicionalmente, como se mencionó, Tadej Pogacar es el mejor corredor actualmente, y este tuvo uno de sus mejores momentos deportivos en esta carrera, con 4 triunfos de etapa, coronándose con su cuarto título de campeón y derrotando a Jonas Vingegaard por más de 4 minutos en la general. Por lo tanto, fue un evento fundamental, en el que el algoritmo estuvo constantemente compartiendo los contenidos del canal.

Para el mes de agosto, se evidenció una reducción fuerte de la audiencia, con 17000 visitas, que significaron una reducción del 97% de las visitas en comparación al mes anterior, pero está justificado en la falta de situaciones relevantes en las carreteras del mundo y a la no subida de videos en ese mes.

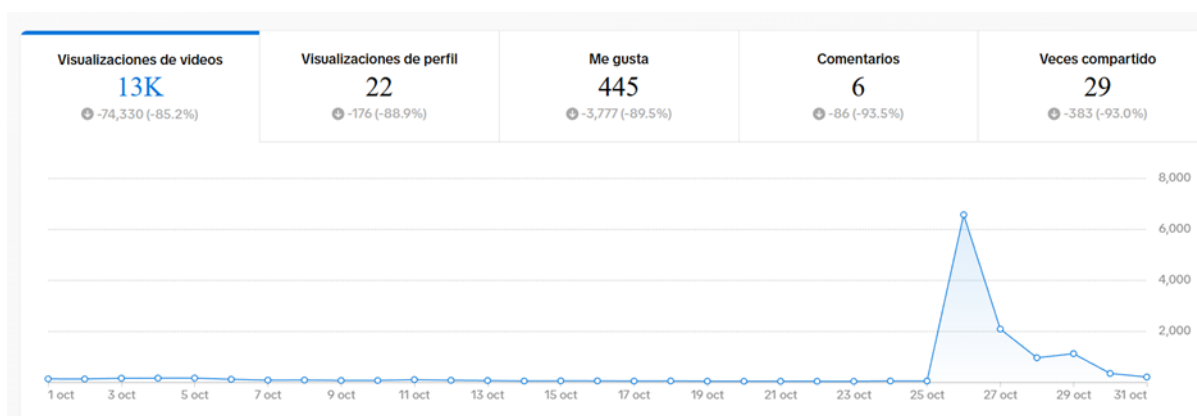


En septiembre hubo un repunte de interacciones, esto porque se corrió la última gran vuelta del año en España y se dio el sorprendente triunfo de Egan Bernal en la etapa 16 de la carrera (como ya se enseñó, ese fue uno de los 5 videos más relevantes del canal hasta la fecha). Sin embargo, se tenía una proyección más grande de visualizaciones, esta viéndose frenada, a

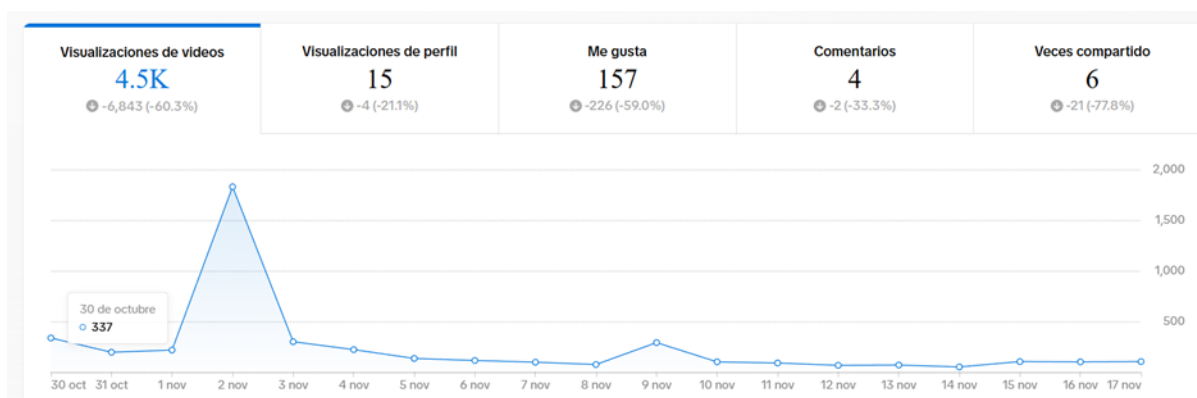
criterio del equipo, por las protestas Pro Palestina que hubo en territorio español, las cuales boicotearon el desarrollo normal del evento.



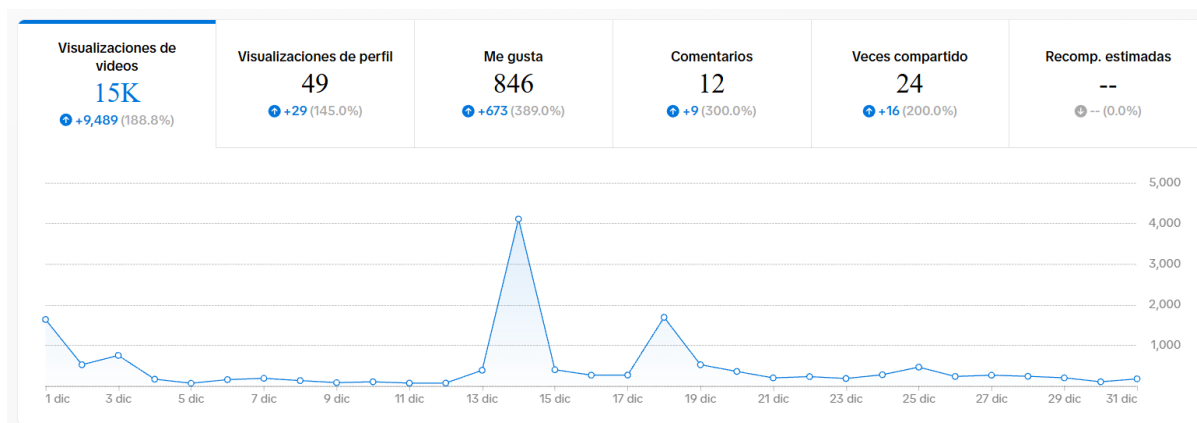
En el mes de octubre se volvió a observar un decrecimiento en las métricas del canal, con un sustancioso decrecimiento del 74% en comparación con el mes anterior.



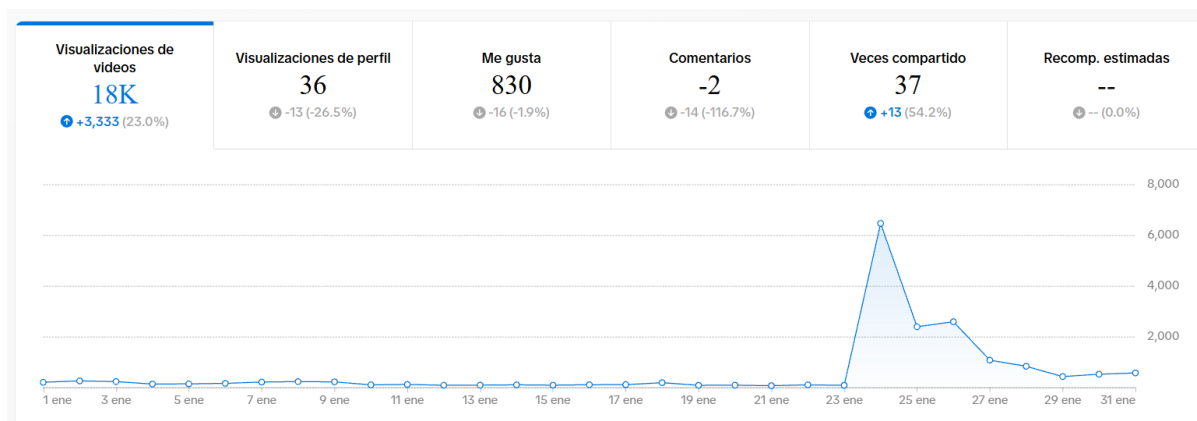
En noviembre se dio el mundial de pista en tierra austral, se realizaron contenidos en torno al tema, como se señaló previamente, con el fin de incursionar en otras categorías del ciclismo, sin embargo, los números decrecieron aún más en su proporción.



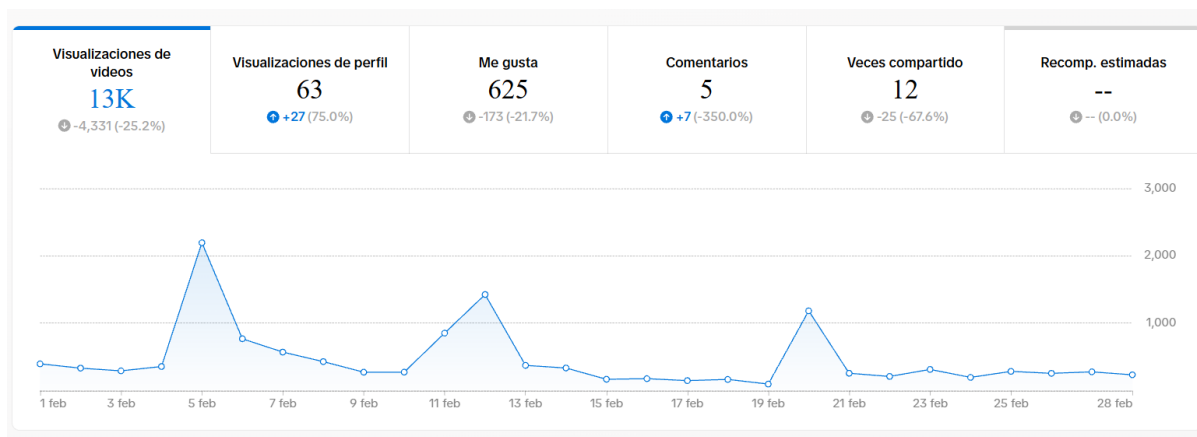
Para diciembre, nuevamente se dio un pico pronunciado con un contenido de alto valor, ya que el mexicano Isaac del Toro tuvo un año sobresaliente y el homenaje realizado desde la cuenta tuvo gran recepción.



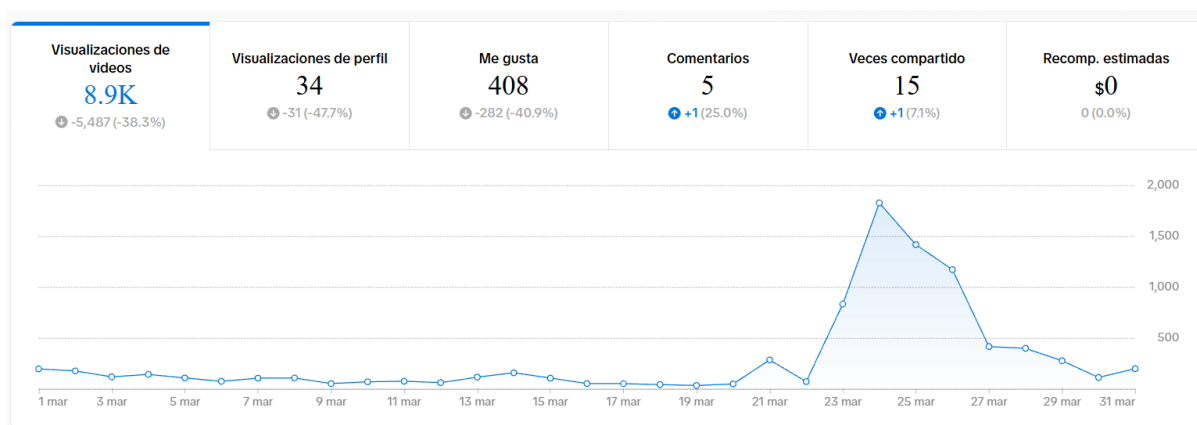
Para el primer mes de 2026, la tendencia continuó, una historia sobre la leyenda de Christopher Froome fue la que cimentó el único pico de rendimiento en visitas y comentarios, sin embargo, este contenido mantuvo la curva creciente del canal en diciembre y enero.



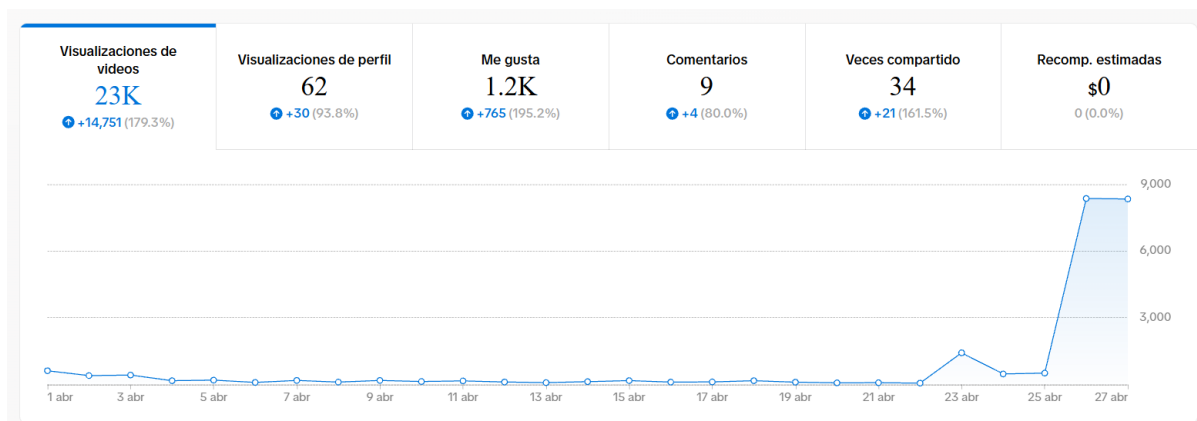
Para febrero se tomó la decisión de hacer un contenido periodístico más próximo a la carretera, para ello, Camilo Neira tomó su bicicleta y formó parte del público presente en los campeonatos nacionales de ciclismo disputados en Zipaquirá. Lo cual representó uno de los picos de la gráfica, adicionalmente, un nuevo contenido sobre Tadej Pogacar fue el que terminó de sumar en el mes. Eso sí, se notó una importante caída del 25,2 % en las visualizaciones y un 67,6 % en los compartidos.



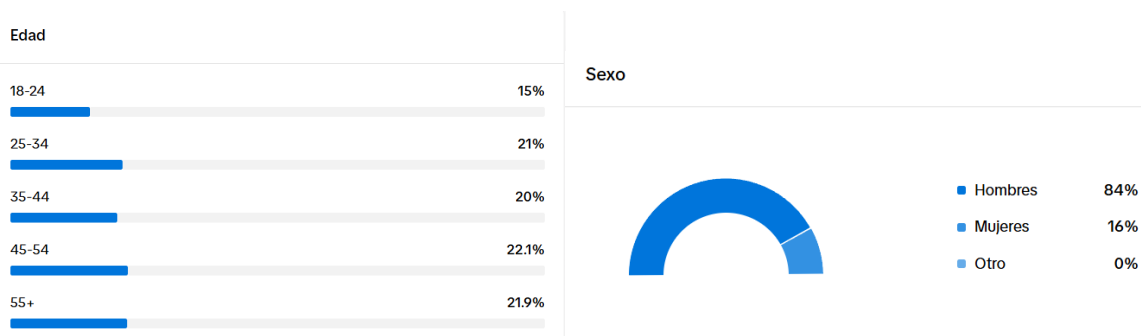
El mes de marzo fue complicado debido a la falta de tiempo de los tres productores para crear contenidos, por ello, un único video sobre la inesperada retirada de Nairo Quintana fue el que logró sumar más de 8.000 visitas en esos 31 días, los cuales representaron una caída en visitas generales, pero un “aumento” en el promedio por video.



Finalmente, el primer cuatrimestre del año cerró con una importante alza en el rendimiento de los contenidos, y es que tras el último éxito de Nairo Quintana en la Vuelta Asturias, el país recordó los “viejos tiempos” del corredor boyacense y visitaron nuestros contenidos más de 23.000 usuarios.



La audiencia responde positivamente a los contenidos que mezclan narración y sensaciones, lo que sugiere que el estilo cinematográfico y reflexivo de “A 2 Ruedas” tiene una fuerte resonancia en esta plataforma. Esto es clave para cuentas en crecimiento, ya que demuestra que las historias generan valor más allá de las métricas inmediatas, por ejemplo, conocemos que nuestra audiencia más fuerte es la masculina, con una proporción de 86/14, sin embargo, la edad está muy variada desde los 25 hasta los 55 años, como se indica en las siguientes imágenes:



Estadísticas de YouTube

El canal de YouTube se presenta como “Ciclismo de calidad en otra dimensión 🚴”, reforzando su enfoque narrativo y diferencial. Aunque aún está en proceso de consolidación, su identidad visual y su propuesta editorial apuntan a una producción seria, emotiva y conectada con la comunidad ciclista.

YouTube permite desarrollar formatos más largos, en primera instancia, ideales para el tono reflexivo del proyecto, por ello, se presentarán los 5 videos más vistos y menos vistos en formato horizontal (largos).

Primero, los videos largos brindan la posibilidad de tener una narrativa más extensa, crear un análisis más profundo y contar una historia más detallada, por esa razón, los videos más vistos son aquellos que se dan en momentos coyunturales, pero con un toque emotivo y datos curiosos para el espectador.

En los contenidos más vistos destacan los que hablan sobre la antesala de las pruebas conocidas como “monumentos” (1, 3, 4 y 5 de la lista), las cuales son carreras de una sola jornada, pero tienen un valor histórico y una dificultad inmensa para los ciclistas. En ellos se cuenta el pasado de la carrera, se dan datos curiosos, se analiza el trazado y se da la quiniela de los favoritos a ganar.

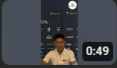
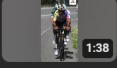
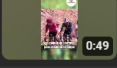
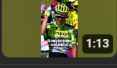
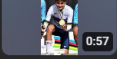
Por otra parte, el video “coLA LEYENDA de NAIRO QUINTANA 🏆 El ESCALADOR PERFECTO”, se lanzó en el momento en que el famoso corredor colombiano anunció su retirada, pero contando, de manera melancólica, sus mejores momentos y recordando lo que fueron sus grandes triunfos en las carreteras del mundo.

☐		🇧🇪 TOUR DE FLANDES 2026 BE La CARRERA d... La "Ronde van Vlaanderen", es una de las pruebas más difíciles del calendario debido a sus largas...	🌐 Público	Ninguna	2 abr 2026 Publicado	4.395	5	99,0 % 99 Me gusta
☐		coLA LEYENDA de NAIRO QUINTANA 🏆 El ESC... Nairo Quintana anunció su retiro tras 17 años de carrera en el World Tour, sin embargo, es lindo...	🌐 Público	Derechos de autor	30 mar 2026 Publicado	3.628	11	100,0 % 64 Me gusta
☐		🇮🇹 MILÁN-SAN REMO 2026 IT La CARRERA a l... "Milan-San Remo es una carrera aterradora", Tadej Pogacar. "Nueve de cada diez veces es un día...	🌐 Público	Ninguna	19 mar 2026 Publicado	2.810	4	98,7 % 77 Me gusta
☐		🇫🇷 PARIS ROUBAIX 2026 FR El INFIERNO DEL N... La "clásica de las clásicas", es una de las pruebas más difíciles del calendario debido a sus...	🌐 Público	Ninguna	10 abr 2026 Publicado	2.349	4	98,0 % 48 Me gusta
☐		🇧🇪 LIEJA-BASTOÑA-LIEJA 2026 FR Tadej Poga... Bélgica se prepara para recibir una nueva edición de la Lieja-Bastogne-Lieja, la clásica más antigua...	🌐 Público	Ninguna	23 abr 2026 Publicado	2.296	4	97,1 % 33 Me gusta

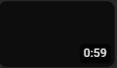
Ahora bien, los videos con menor reproducción e interacciones se dieron en los inicios del canal, cuando el contenido se enfocaba en el cubrimiento de las grandes vueltas que se corrieron, tanto en julio (Tour de Francia), como en septiembre (Vuelta a España). Este material apuntaba a contar, de forma literal, los mejores momentos de cada etapa o semana de la carrera, sin embargo, dependía mucho de la lucha por el título y por ello, los cómodos triunfos de Tadej Pogacar y Jonas Vingegaard en ambas carreras, hicieron que el contenido no fuese llamativo.

☐		● Arensman se AGIGANTA en La Plagne FR P... La etapa, recortada a 95 km por un brote de dermatosis bovina, se convirtió en la última gran...	🌐 Público	Ninguna	26 jul 2025 Publicado	8	0	100,0 % 6 Me gusta
☐		● Ben O'Connor VENCE en el Col de la Loze ... La etapa 18 del Tour de Francia emergió como el templo del sufrimiento: tres puertos fuera de...	🌐 Público	Ninguna	24 jul 2025 Publicado	9	0	100,0 % 4 Me gusta
☐		● esSEGUNDA SEMANA ASOMBROSA de la Vuel... ¡La segunda semana de la Vuelta a España 2025 fue pura adrenalina! De la etapa 10 a la 15...	🌐 Público	Ninguna	8 sept 2025 Publicado	10	0	100,0 % 8 Me gusta
☐		● Kaden GROVES se lleva la última GLORIA e... La penúltima etapa del Tour de Francia 2025 nos dejó sin aliento. Un día largo, con lluvia, ataques...	🌐 Público	Ninguna	26 jul 2025 Publicado	13	0	100,0 % 8 Me gusta
☐		● Jonathan Milan CONTRA TODO y CONTRA ... ⚡ Etapa 17 del Tour de Francia 2025 - ¡Caidas, lluvia y sprint dramático! ⚡ La etapa 17...	🌐 Público	Ninguna	24 jul 2025 Publicado	13	0	100,0 % 6 Me gusta

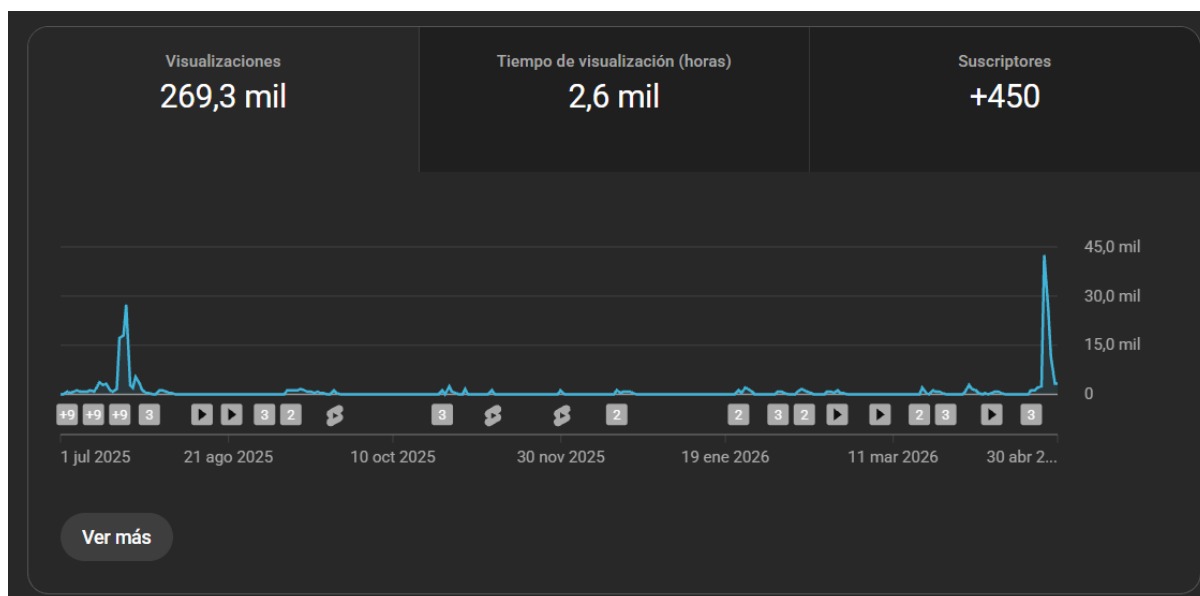
Adicionalmente, en esta red social también se hizo público el contenido vertical enfocado en contar historias cortas, pero con una fuerte carga emocional. Aquí, en líneas generales, hubo una sumatoria menor de vistas e interacciones que en Tik Tok, no obstante, hubo contenidos que destacaron en interacciones y visualizaciones, como los mostrados a continuación:

☐		coNAIRO QUINTANA CAMPEÓN 🏆 El rey vuel... 🔥 Nairoman vuelve a consagrarse como campeón. Esta vez, en su año de retiro, como una...	🌐 Público	Ninguna	26 abr 2026 Publicado	86.832	49	97,6 % 2.048 Me gusta
☐		EGAN BERNAL VUELVE A GANAR 🏆 Hace HIS... #EganBernal #LaVuelta25 #Etapa16 #OrgulloColombiano #Renacer #Ciclismo...	🌐 Público	Ninguna	9 sept 2025 Publicado	12.160	21	97,7 % 734 Me gusta
☐		● Paret Peintre CORONA UN PUERTO ETERN... Mont Ventoux ese coloso de piedra blanca y viento cruel que ha visto pasar a leyendas, hoy fue testig...	🌐 Público	Ninguna	23 jul 2025 Publicado	9.854	1	95,2 % 157 Me gusta
☐		● Rafal Majka: EL GREGARIO PERFECTO 🏆 #cl... ⚡ Rafal Majka se despide del ciclismo profesional. El gregario perfecto, el motor...	🌐 Público	Ninguna	25 oct 2025 Publicado	6.525	3	98,8 % 244 Me gusta
☐		FR Paul Seixas: EL JOVEN PRODIGIO del Ciclis... Seixas es un joven francés que está reventando las carreteras a nivel mundial. El punto que lo...	🌐 Público	Ninguna	22 abr 2026 Publicado	6.137	1	95,8 % 160 Me gusta

Incluso, el segundo video con más vistas del canal fue eliminado por temas de copyright.

☐		● El Tour de Francia NO ESTÁ ACABADOra Au... 🔥 Cada vez que pogaear gana una etapa en el Tour de Francia siembra la duda. Pero nadie se...	🚫 Retirado	Derechos de autor	19 jul 2025 Publicado	61.832	0	95,1 % 1.072 Me gusta
--------------------------	---	---	------------	-------------------	--------------------------	--------	---	--------------------------

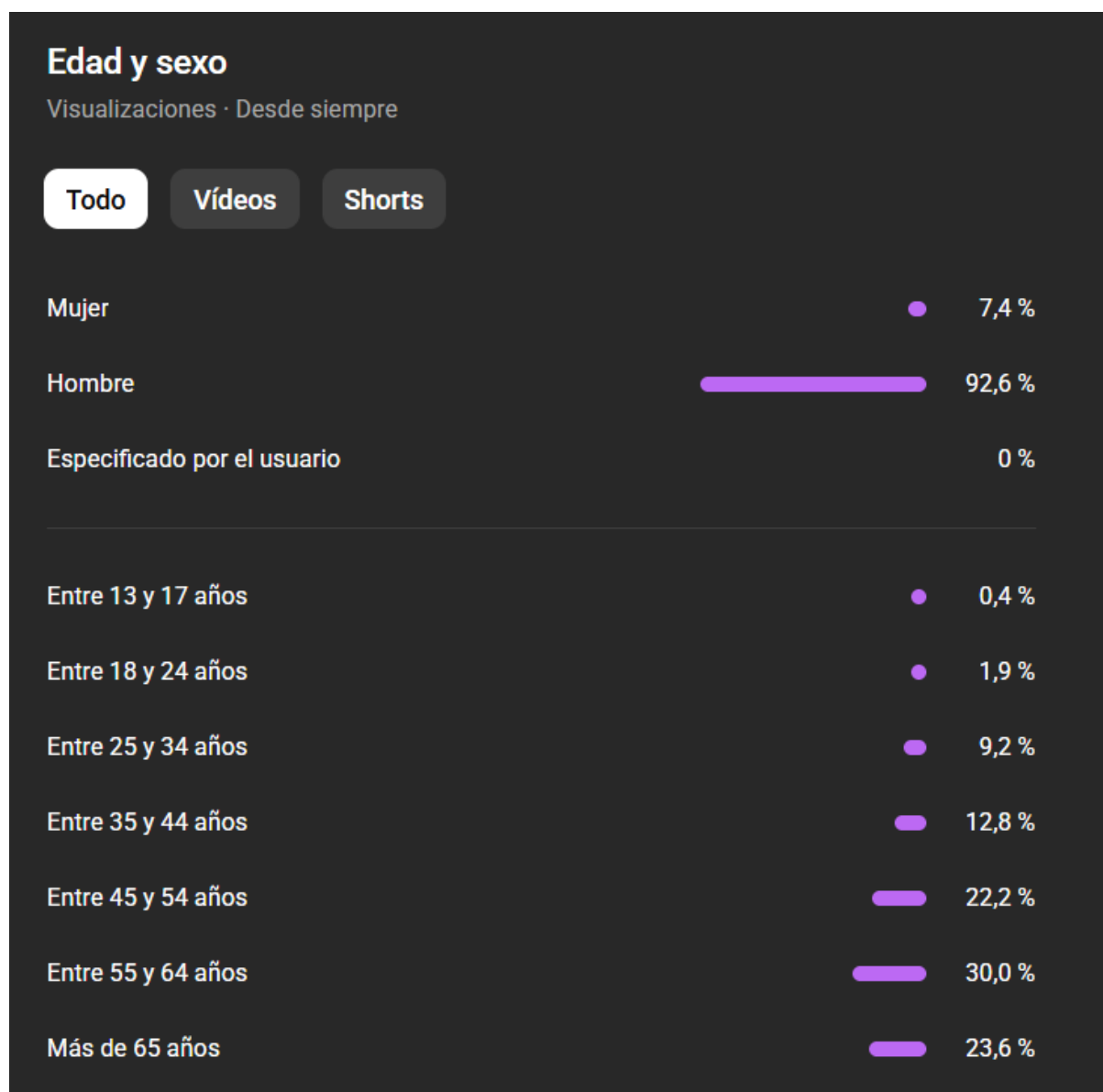
En este caso, el alcance, las visualizaciones y las interacciones son ampliamente superiores en el formato corto, donde no se baja de las 4 cifras y se logra tener un mínimo de 40 likes por publicación, mientras en el formato largo es mucho más difícil llegar a las mismas interacciones, pero cada vez se están obteniendo mejores resultados, tal como se evidencia en la gráfica total de rendimiento, donde el mejor resultado llegó en el mes de abril de 2026.



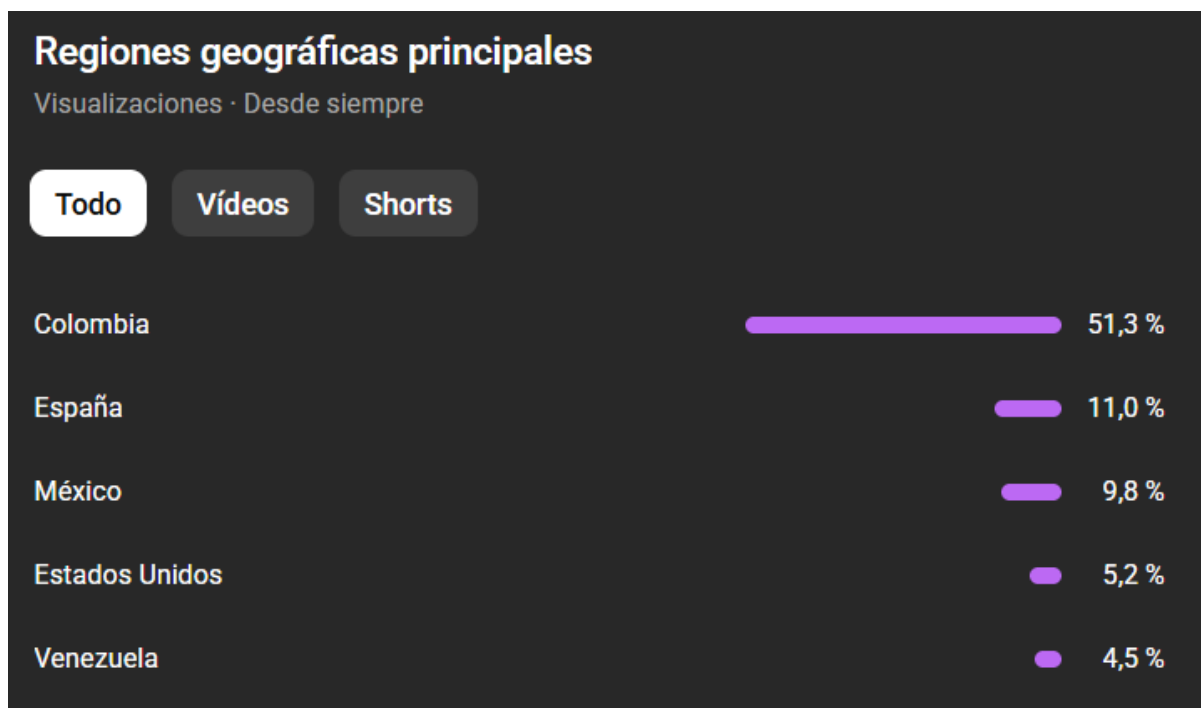
Por otra parte, la vinculación con otras redes sociales y la posibilidad de integrar playlists temáticas ofrecen oportunidades para fidelizar a la audiencia y mejorar la navegación. Además, el canal tiene potencial para colaboraciones con ciclistas, entrenadores o influencers del nicho, lo que podría ampliar su alcance y enriquecer el contenido, por ejemplo, se han realizado entrevistas con personajes de alto reconocimiento en el periodismo colombiano y latinoamericano, como Mario Sábato y Marco Tulio Ipuerto, y con un ciclista profesional del World Tour, como Brandon Rivera, del Ineos Grenadiers.

Video	Visibilidad	Restricciones	Fecha	Visualización...	Comentarios	% de Me gusta
 EL CICLISMO COLOMBIANO ESTÁ EN DECADE... Un hombre con casi 50 años de experiencia, siendo la voz de vueltas a Colombia, Guatemala, México, Franci...	Público	Ninguna	27 mar 2026 Publicado	286	7	100,0 % 21 Me gusta
 BRANDON RIVERA está ILUSIONADO con el 2026 ... El campeón nacional de contrarreloj individual 2026 habló tras su participación en la Strade Bianche y su...	Público	Ninguna	7 mar 2026 Publicado	92	3	100,0 % 15 Me gusta
 Mario Sábato: HISTORIAS DE UNA LEYENDA ... Experimento A/B completado	Público	Derechos de autor	22 feb 2026 Publicado	189	11	100,0 % 26 Me gusta

El público objetivo de A 2 Ruedas en YouTube es mayormente masculino, con una edad entre los 45 y los 64 años de edad, tal como se evidencia en las estadísticas de la plataforma:



Además, la mayoría de la audiencia proviene de territorio colombiano, sin embargo, el contenido también tiene acogida en España, México, Estados Unidos y Venezuela:

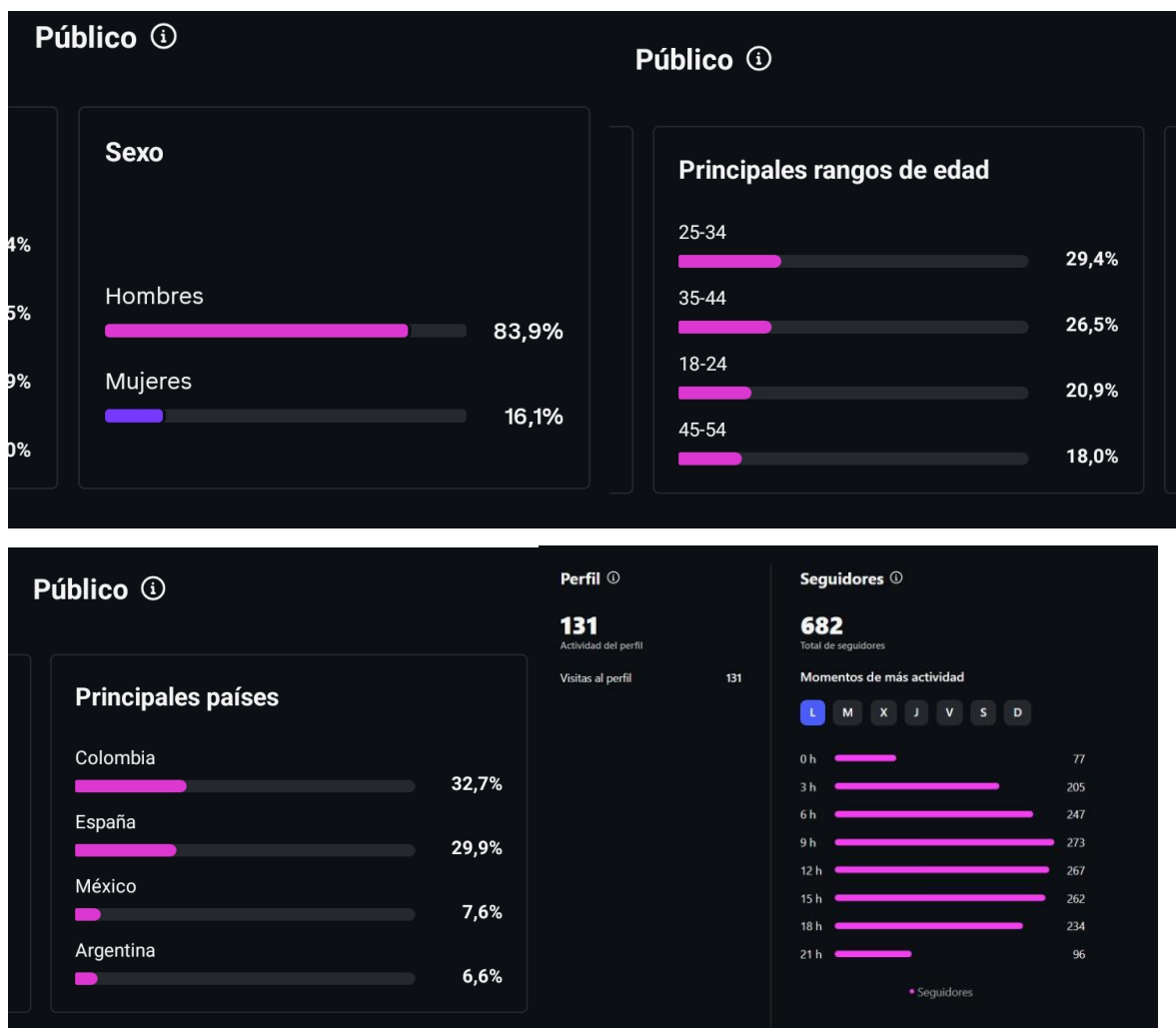


Por lo anterior, se concluye que la sostenibilidad del canal de YouTube se da por los patrocinios alcanzados con IMFEZA y MG (import lujos), porque con esa inversión, se podrá hacer un contenido de calidad sin sacrificar las bondades del formato YouTube como tal.

Estadísticas de Instagram

En la red social de Meta, A 2 Ruedas logró conseguir más de 680 seguidores, con una audiencia mayormente masculina y con una población mayormente de 25 a 44 años. Al igual que en YouTube, el público es mayormente de Colombia, sin embargo, casi un tercio de las visitas provienen de territorio español y ya mucho más atrás están ubicados México y Argentina. En adición, esta red social permite ver que los días lunes son los mejores para el canal y que los usuarios sintonizan mayormente el contenido a las 9:00 a. m.

Esta descripción se puede observar con claridad en las siguientes imágenes:



Conclusiones

El desarrollo del proyecto “A 2 ruedas” permite evidenciar cómo el periodismo deportivo, en el mercado digital encuentra una oportunidad clara para conectar con diferentes audiencias, ya que convergen diferentes edades y diferentes nacionalidades en un solo contenido.

A partir del análisis realizado, se identifica que el ciclismo en Colombia no solo mantiene una relevancia histórica, sino que también representa un nicho potencial para la creación de contenidos innovadores que integren información, emoción y narrativa.

En este sentido, el emprendimiento está en camino de consolidar una propuesta diferenciadora, esto porque se apostó por un enfoque que combina el análisis deportivo con la construcción de historias que apelan a las sensaciones de quienes consumen los contenidos, a la vez que permiten la interacción directa entre audiencia y creadores.

Los hallazgos obtenidos en las plataformas trabajadas (Tik Tok, YouTube e Instagram) demuestran que existe una respuesta positiva por parte de la audiencia cuando el contenido logra transmitir cercanía, autenticidad y un componente emocional sólido, especialmente en torno a figuras reconocidas del ciclismo mundial y nacional.

Asimismo, se evidenció que la coyuntura influye directamente en el rendimiento de los contenidos, lo que obliga a los creadores a mantener una lectura constante del contexto para aprovechar los picos de interés. Sin embargo, también se identificó la necesidad de diversificar los formatos y temáticas, con el fin de no depender exclusivamente de los resultados deportivos o de los nombres más mediáticos.

Desde el punto de vista organizacional y financiero, el proyecto demuestra ser sostenible en su etapa inicial, gracias a la correcta distribución de roles y al establecimiento de alianzas estratégicas con marcas que permiten garantizar la continuidad de la producción. Esto refuerza la viabilidad del emprendimiento como medio alternativo dentro del ecosistema digital.

Finalmente, “A 2 ruedas” se proyecta como una iniciativa con potencial de crecimiento, no solo en términos de métricas, sino también en su capacidad de impactar en la cultura ciclística del país, integrando información, entretenimiento y valores. Por esa razón, el proyecto contribuye a fortalecer la relación entre el deporte y la sociedad, posicionándose como una propuesta que entiende el ciclismo, tanto como un deporte, como una expresión social del país y la región iberoamericana.

Bibliografía

Meset F., Nancy L. (2022) Periodismo deportivo. Una revisión histórica (Capítulo 1)

Universidad Politécnica Salesiana <https://goo.su/mFq8z7Z>

Burbano L., Paz J. (2023) Ciclismo de ruta, ¿expresión, práctica corporal o práctica social en Colombia? *Universidad Santo Tomás*

<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/hallazgos/article/view/9264>

Rozo K., et al. (2022) La contribución de Lucho Herrera para el ciclismo deportivo en Colombia. *Universidade Estadual Paulista*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8072009>

Burbano L. et al. (2022) Ciclismo de ruta como fenómeno sociocultural en el departamento de Nariño (Colombia): perspectiva de los rutereros. *El ágora USB*

<https://revistas.usb.edu.co/index.php/Agora/article/view/6209/5252>

Estadísticas del canal de YouTube Trueque (actualizado abril 2025). *Socialblade*

<https://socialblade.com/youtube/c/eltruequeciclismooficial>