

TRABAJO FINAL DE GRADO
LÍNEA B: PROYECTO EMPRESARIAL
CARRERAS DE CASTELLÓN



Andreu Fabregat Franco

DNI: 20486703-M

4º Grado en Periodismo

al121344@uji.es

ÍNDICE

NATURALEZA DEL PROYECTO	3
Nombre y logotipo	3
Misión y Visión de Carreras de Castellón	4
Actividades principales	5
Antecedentes	7
Promotores	10
RECURSOS HUMANOS	11
FORMA JURÍDICA	13
Forma legal	13
Capital inicial y socios fundadores	15
Costes de registro	15
PLAN COMERCIAL	16
Producto y servicio	16
Descripción del producto y servicio	16
Necesidades que se satisfacen	21
Competencia	21
a) Medios de comunicación no provinciales	22
b) Medios de comunicación provinciales	24
c) Redes sociales	28
Rasgos diferenciales de Carreras de Castellón	28
Costes	30
Presupuesto y evolución de ventas	32
Política comercial y de marketing	35
PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	37
Plan de inversión	37
Plan de financiación	38
Equipos e infraestructura	39
ANÁLISIS DAFO	41

ANEXO I: CUESTIONARIO Y CONTACTOS	43
ANEXO II: ENGLISH SUMMARY	47

1. NATURALEZA DEL PROYECTO

El deporte siempre ha sido uno de los principales objetos de interés de los ciudadanos. Por esta razón, los medios de comunicación se han especializado en cubrir los eventos deportivos y aquello que sucede alrededor de estos. Existen infinidad de disciplinas deportivas sobre las que los medios se hacen eco ya que cada una de ellas tiene sus participantes y aficionados que quieren y buscan información. Por estas razones, el periodismo deportivo se va especializando e intenta cubrir cada uno de los deportes de la forma más completa posible.

Los deportes de montaña, especialmente las carreras de montaña, son un deporte en auge en la sociedad española y en especial en la provincia de Castellón, que es una de las zonas con más eventos de esta índole. Debido al número creciente de participantes y aficionados de esta disciplina, se pretende cubrir las necesidades informativas de un gran conjunto de personas a través de una página web.

1.1. Nombre y logotipo

Carreras de Castellón SLNE nace como una empresa de comunicación que se dedica a cubrir las carreras de montaña que se celebran en la provincia de Castellón. Nuestro trabajo va orientado a la producción, gestión, edición y difusión de información relacionada con las competiciones. Los eventos son diferentes dependiendo de si se trata de carreras competitivas o no y si se realizan a pie o en bicicleta. Además, no se trata solo de difundir información acerca de las competiciones, sino que se pretenden difundir contenidos relacionados con el deporte como hábito de vida saludable. Por esta razón, los contenidos se ofrecen a través de la página web Carreras de Castellón, cuyo dominio es carrerasdecastellon.com.

Para la constitución del nombre de la empresa, la web y el dominio que utiliza se han tenido en cuenta diferentes características de la entidad. En primer lugar, la temática sobre la que el portal ofrece sus contenidos. Después, se tiene en cuenta el área en la que va a operar, en este caso la provincia de Castellón. Finalmente, la importancia del medio en el que se va a publicar la

información. Como se trata de una publicación en internet es muy importante el posicionamiento en los buscadores, así como la relación directa con el tema que la página desarrolla.

LOGOTIPO



La razón de haber elegido este logotipo es la relación que tiene con los temas que se van a tratar en la web. Además, es de un dibujo sencillo y visual que transmite directamente la simplicidad con la que la página pretende transmitir la información.

1.2. Misión y Visión de Carreras de Castellón

Misión: *“Portal web de información deportiva relacionada con las carreras de montaña”.*

Nuestra intención es ofrecer toda la información que rodea a las carreras de montaña en sus diferentes modalidades, ya que estas se pueden disputar a pie o en bicicleta. Acercar a participantes la actualidad sobre los eventos de esta índole organizados en la provincia de Castellón. Además de ofrecer información sobre rutas y excursiones senderistas al margen de las competiciones que responden a una filosofía del deporte como hábito de vida saludable.

Carreras de Castellón pretende ser un medio de comunicación deportivo y especializado que pueda informar de forma completa sobre las competiciones que se realizan en la montaña. Se trata de un portal web que aprovecha las características de internet para ofrecer esta información de la mejor forma posible. De este modo, quiere ofrecer piezas informativas que reflejen los rasgos de los deportes de montaña y de esta forma explotar las peculiaridades audiovisuales que brinda un medio online. Además de dar diferentes contenidos relacionados con el *running* fuera de las competiciones.

Visión: “Ser una referencia como medio de comunicación especializado en el deporte de montaña y naturaleza en la provincia de Castellón”.

Se trata de un deporte relativamente joven en la provincia de Castellón, ya que las competiciones más veteranas rondan las 25 ediciones. Además, el número de participantes crece cada año llegando a los 2.000 corredores en las carreras más conocidas. El objetivo de Carreras de Castellón debe ser llegar a todo este público ofreciendo una información completa y de calidad sobre las carreras de montaña.

1.3. Actividades principales

La finalidad de Carreras de Castellón como empresa es la de generar beneficios para el mantenimiento de la propia entidad y de sus socios fundadores. Para ello la compañía desarrolla una serie de actividades dirigidas a un público concreto. Los contenidos que ofrece la página son gratuitos, por lo que esta se nutre, económicamente, con los ingresos en publicidad. La oferta de contenidos para aumentar el público y los ingresos publicitarios es el modelo de negocio de esta empresa.

La actividad principal de la página web es cubrir la información que rodea a las carreras de montaña que se celebran cada semana. A través de distintos tipos de piezas periodísticas, fotografías y videos, Carreras de Castellón da información relevante acerca de las competiciones. Mediante reportajes técnicos con información específica de cada carrera como parte previa de las competiciones y crónicas como piezas fundamentales en el desarrollo de información sobre el deporte.

Estos dos tipos de piezas son las más importantes y aquellas que más interesan al público de este portal informativo según un cuestionario realizado a clubs de montaña y organizaciones. A través de reportajes previos y crónicas se ofrece la información que los corredores más demandan. Las características de cada carrera y datos técnicos son de especial interés a la hora de preparar y competir, por lo que el portal pretende hacer reportajes completos que ofrezcan una información precisa sobre cada evento y sus características.

Cabe destacar, también, la crónica como pieza principal de los medios de comunicación deportivos. En este caso, contar el desarrollo de una competición en la montaña, así como los incidentes que en una carrera transcurren, son de especial interés para el público. Además, de ofrecer el resultado de cada evento con información complementaria como son la clasificación completa y los tiempos de todos los competidores.

Asimismo, existe más información alrededor de las carreras de montaña que se debe aportar además de los textos sobre las propias. Entrenamientos, salud y normativas sobre este deporte son otros temas relevantes que envuelven a las competiciones. Ofrecer noticias sobre estos temas, así como entrevistas a personalidades, médicos o nutricionistas son actividades secundarias que complementan a la principal y nutren de contenidos diversos a Carreras de Castellón.

Por otra parte, se debe decir que las piezas han de adaptarse a cada uno de los eventos y ofrecer información de forma diversa. Por esta razón, el uso de material audiovisual, así como videos y fotografías es habitual en el desarrollo de la información. De este modo se pretenden explotar las posibilidades que ofrece internet a la hora de informar y ofrecer la información de una forma visual y amena para el público.

Finalmente, Carreras de Castellón tiene actividad en las principales redes sociales. A través de Twitter y Facebook la página web comparte contenidos y se da a conocer con la intención de ampliar el público de la misma. Además, las redes sociales son una herramienta que permite la interacción con la gente. Esto se aprovecha para mejorar las características del medio de comunicación y ofrecer una información cada vez más precisa de aquello que el público

necesita y complacer sus necesidades informativas alrededor de las carreras de montaña.

Además, este tipo de plataformas sirve como fuente de información, ya que competidores, clubs y organizadores de eventos se promocionan y difunden información. Por ejemplo, comparten los carteles con las fechas y algunas características de cada competición.

Twitter, especialmente, tiene unas características de sencillez y rapidez que permiten comentar las carreras en directo. Por lo tanto, Esta herramienta servirá para comentar las carreras de montaña más importantes en directo de forma que los seguidores pueden conocer el transcurso de un evento deportivo de montaña en directo.

1.4. Antecedentes

Carreras de Castellón se presenta como una empresa joven, dirigida y elaborada por recién titulados en la profesión periodística. Estos pretenden adquirir experiencia desde la inversión de su tiempo y esfuerzo, así como labrar-se un futuro profesional que les permita vivir de la profesión que han estudiado.

La idea de la creación de una página web especializada en las carreras de montaña surge del aumento en la realización de eventos de estas características cada año y en el crecimiento del número de participantes en las mismas. En 2014, entre competiciones e montaña y carreras populares, hay un total de 230 eventos de *running*. También existen 42 pruebas realizadas en bicicleta (BTT). Por lo tanto, existe un público cada vez más numeroso que necesita información relacionada con aquello que le interesa. De este modo nace Carreras de Castellón como medio de comunicación deportivo.

En este caso, este nuevo portal de información aprovecha la oportunidad que ofrece un deporte joven en la provincia de Castellón. Según las entrevistas realizadas previamente a clubes deportivos de la zona y a organizadores, las competiciones más antiguas de esta región tienen más de 25 años y en estos tiempos es cuando están teniendo su punto álgido.

Por otra parte, existen diferentes razones por las que se decide que la forma del medio de comunicación sea de web y que esta va a ser la única manera de difundir contenidos. Se trata de los diferentes formatos periodísticos que permite internet, así como abaratar costes a la hora de publicar la información.

Principalmente, estas son las ideas previas que han llevado al desarrollo de un proyecto empresarial enfocado a cubrir la información especializada en un deporte y en una región concreta.

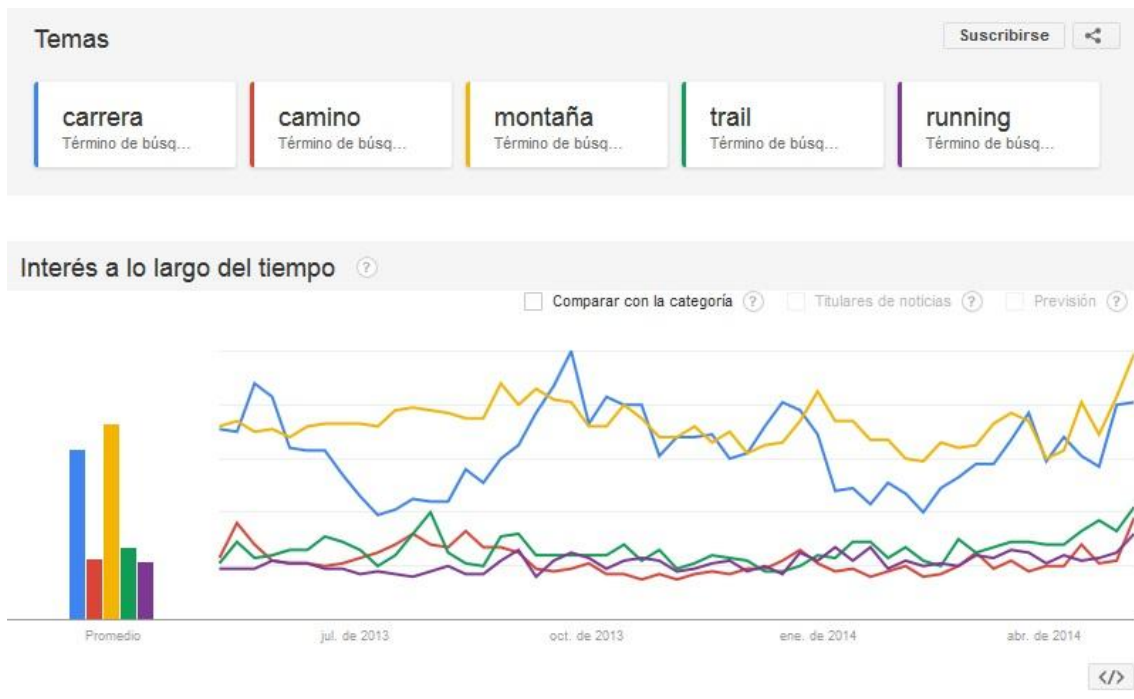
También hay que destacar que el nombre de la página web, Carreras de Castellón, no surge de la nada. En este caso, se han estudiado las diferentes características de la entidad corporativa y sus funciones para nombrar a la publicación de una forma correcta. En este caso se han tenido en cuenta diferentes aspectos como la temática que envuelve al portal web, de este modo se designaron diferentes términos relacionados con la misma (trail, track, pista, camino, montaña, mountain, senda, sendero, senderismo, carrera, cross, competición o ruta), estos están en diferentes idiomas de forma que tenemos un amplio abanico de palabras sobre el qué observar.

También se tiene en cuenta la zona que la entidad va a cubrir y el público al que va dirigida la información. Dado que el radio de acción es la provincia de Castellón, el propio nombre de la región describe perfectamente y es fácilmente identificable por el público. Además, debido a la cobertura de un área específica, el público objetivo en el que se centra es aquel que participa en las carreras que se organizan en esta provincia.

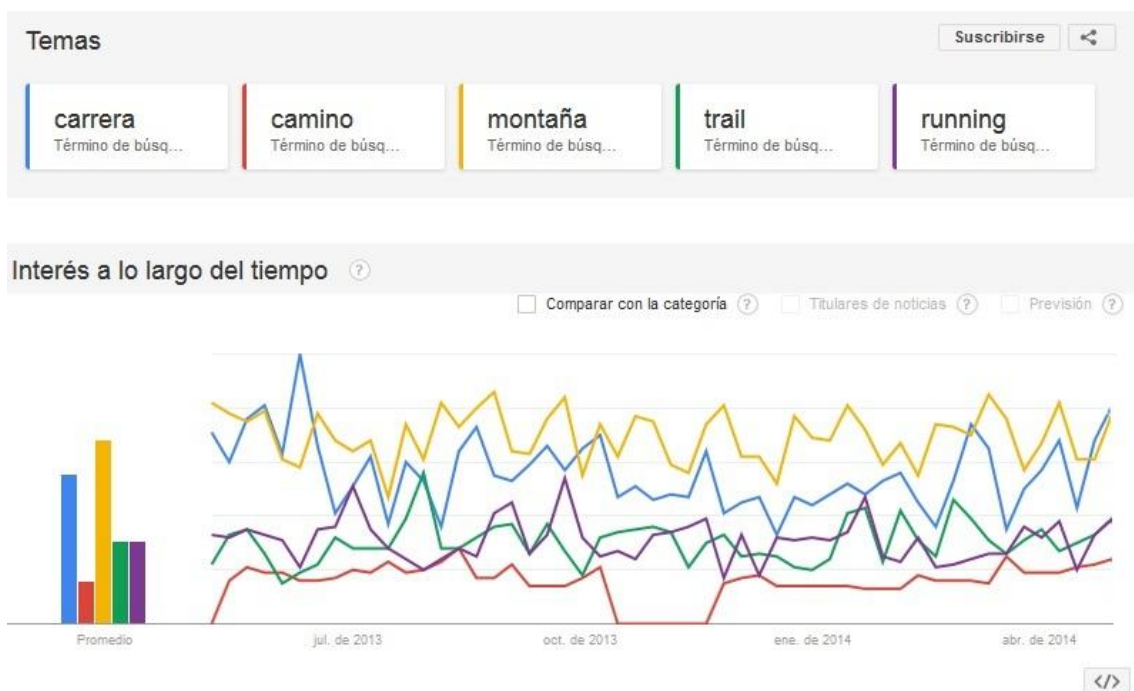
Finalmente, la importancia del medio en el que se ofrece la información, Internet, ha de tener unas características de claridad y concisión con el tema de la publicación. Es decir, el nombre de la página web ha de ser sencillo, fácil de recordar, conciso y directamente relacionado con la temática de la misma.

A raíz de estos se ha realizado un análisis comparativo en Google Trends en el que se han introducido los términos citados anteriormente con la finalidad de observar sobre cuáles de ellos se indaga en el mayor buscador de Internet, Google. Sobre estos, se han obtenido los siguientes resultados:

ÁMBITO NACIONAL



ÁMBITO AUTONÓMICO



A través de este estudio comparativo de tendencias, se puede observar que tanto a nivel nacional como autonómico, las palabras más buscadas relacionadas con las competiciones de montaña son “carrera” y “montaña”. Se ha descartado la opción del término “montaña” a causa de que contiene una

letra “ñ” que no se acepta en el dominio y se ha elegido carrera como término que describe la publicación. Al unir la palabra resultante con el nombre de la zona se obtiene Carreras de Castellón.

1.5. Promotores

Al tratarse de una empresa de nueva creación que cubre un determinado sector de público muy específico, se han de reunir una serie de rasgos que permitan que Carreras de Castellón empiece a funcionar y a generar beneficios con la máxima celeridad. Para esto, sobre todo los cuatro socios, fundadores deben tener un extenso abanico de competencias.

Como persona principal que se sitúa detrás de este proyecto está Andreu Fabregat. Este es uno de los socios fundadores y autor de la idea que desarrolla este texto. Se trata, por lo tanto, de la persona más involucrada en la creación de la empresa que ha de tener ciertas aptitudes para el buen funcionamiento de la misma.

Asimismo, el principal promotor de la idea tiene, sobre todo, conocimientos periodísticos para poder cubrir la información que la web demanda. En este caso, El conocimiento de las rutinas comunicativas y de las formas de trabajo necesarias para cubrir la información y los eventos de una forma eficiente. Además de estos conocimientos, también se destacan aptitudes de esfuerzo y constancia a la hora de trabajar, así como la implicación absoluta con la empresa, tanto para trabajar, como para repartir las funciones entre los trabajadores. Por lo que los dotes de organización y liderazgo se destacan a la hora de que la entidad funcione de forma eficiente.

De este modo, los rasgos necesarios para el comienzo y desarrollo de Carreras de Castellón no aceptan, solamente, conocimientos periodísticos y comunicativos, sino que se requiere también de nociones en otros campos como el económico y el jurídico. Estos últimos son necesarios para administrar la empresa y generar beneficios. Al fin y al cabo, se trata de la finalidad de cualquier empresa privada. Por lo tanto, los otros tres socios deberían controlar estos dos campos.

Los perfiles de los demás socios deben tener unas características que faciliten el funcionamiento de la empresa en su globalidad. Por esta razón, Carreras de Castellón necesita de unos perfiles determinados.

Uno de los socios debe tener nociones en el ámbito administrativo y económico para encargarse de estas competencias. Además, los conocimientos comunicativos y periodísticos necesarios para cubrir eventos y nutrir de contenidos a la web.

Otro de los socios debe contar con conocimientos informáticos suficientes para poder ofrecer un mantenimiento mínimo de los equipos de la redacción y de la propia web. Además, también tiene conocimientos técnicos en la utilización de las herramientas audiovisuales.

Finalmente, el cuarto socio debe tener conocimientos específicos del deporte de montaña que nutre a Carreras de Castellón. Al tratarse de un deporte joven, es necesario que, por lo menos, una de las personas al mando de la entidad controle de una forma especializada el mundo de las carreras. De este modo puede facilitar criterios periodísticos que faciliten el trabajo y reduzcan plazos de especialización al portal.

2. RECUROS HUMANOS

En sus comienzos Carreras de Castellón cuenta con cuatro personas que se ocupan de las diferentes tareas de información, gestión, administración y mantenimiento de los equipos de la redacción. Para ello se ha decidido que los cuatro socios actúen en forma de autónomos por las ventajas fiscales que esto produce para la empresa.

La situación económica en la que está sumergida el mundo laboral actual, prácticamente obliga a la creación de nuevas entidades y al crecimiento de los autónomos por diferentes razones. Al tener unas características de compañía, como empresa de nueva creación y con jóvenes emprendedores se ha decidido aprovechar las facilidades que se dan a las personas autónomas.

Esto puede abaratar costes por dos razones principales. Primero, el Real Decreto-ley 4/2013 publicado el 22 de febrero de 2013 de “*Medidas de apoyo al*

emprendedor y de estímulo al crecimiento y de la creación de empleo” permite que los autónomos que inicien una actividad económica puedan aplicarse también en el IRPF una reducción del 20% en los rendimientos netos que obtengan durante los dos primeros ejercicios en que obtengan resultados positivos (rendimiento neto positivo).

Como segunda razón, el texto recoge también medidas de fomento del autoempleo en el régimen de autónomos. Los desempleados que decidan establecerse como autónomos podrán beneficiarse de la exención completa en el IRPF de las prestaciones por desempleo cuando el abono de la prestación sea en forma de pago.

Los cuatro socios que forman parte de la empresa son autónomos y cumplen ciertas características que facilitan y abaratan la cuota de autónomo. En este caso, se trata de una compañía creada por gente joven que tiene facilidades para emprender proyectos empresariales.

En cuanto a la cuota de autónomo, existe una tarifa plana especial para jóvenes. Esta tarifa plana para autónomos consiste en el pago mensual de 53 euros a la Seguridad Social en lugar de los 261,83 euros que constituyen la cuota mensual mínima. La tarifa entró en vigor el 28 de septiembre de 2013 con la publicación en el BOE de la Ley 14/2013 de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

El Real Decreto Ley 4/2013 de 22 de febrero de medidas de apoyo al emprendedor y estímulo del crecimiento y la creación de empleo introdujo la tarifa plana para menores de treinta años.

Los demás requisitos a cumplir para beneficiarse de la tarifa plana son:

- No haber estado de alta como autónomo en los cinco años anteriores.
- No emplear trabajadores por cuenta ajena.

El régimen contractual que adquirirá con futuros trabajadores contratados será el de un contrato de trabajo indefinido para jóvenes desempleados de 16 a 30 años por diferentes razones. La más importante de las cuales es que este tipo

de contrato casa con las características de la empresa, ya que la juventud y las ganas de entrar en el mundo laboral son las principales características de Carreras de Castellón.

Las demás características responden a ventajas fiscales que permiten un abaratamiento en la contratación, así como la obtención de bonificaciones por un contrato de estas características. Según el art.2.7 de la ley 43/2006, de 29 de diciembre (B.O.E. de 30 de diciembre), existen bonificaciones que responden a unas determinadas características. En este caso, cuando el contrato indefinido o temporal sea a tiempo parcial, las bonificaciones previstas en cada caso se aplicarán en las siguientes proporciones:

- a) El 100 por 100, cuando la jornada laboral sea igual o superior a las tres cuartas partes de la jornada habitual o a tiempo completo.
- b) El 75 por 100, cuando la jornada laboral sea igual o superior a la mitad de la jornada habitual o a tiempo completo e inferior a las tres cuartas partes de dicha jornada.
- c) El 50 por 100, cuando la jornada laboral sea igual o superior a la cuarta parte de la jornada habitual o a tiempo completo e inferior a la mitad de dicha jornada.
- d) El 25 por 100, cuando la jornada laboral sea inferior al 25 por 100 de la jornada habitual o a tiempo completo.

3. FORMA JURÍDICA

3.1. Forma Legal

Esta empresa es una Sociedad Limitada que consta de cuatro socios que han aportado capital a la empresa a partes iguales. Al tratarse de una compañía creada por cuatro socios periodistas, estos mismos serian los encargados de la producción de contenidos y trato con las fuentes de información. La constitución de esta empresa por cuatro personas se justifica por las características mismas de la entidad. Se trata de una empresa constituida por personas jóvenes, las cuales, no tienen abundantes recursos. Por esta razón la sociedad se constituiría por el autor de este proyecto y tres socios más que completen el capital inicial y el trabajo que ello conlleva.

Después de este análisis previo al inicio de cualquier actividad, el primer paso ha sido consultar en el Registro Mercantil Central. La finalidad de esta visita se centra en registrar el nombre de la empresa que se ha acordado previamente (Carreras de Castellón), ya que no existe ninguna empresa registrada con este nombre. Además, también se consulta el dominio que la web utiliza en Internet y se comprueba que carrerasdecastellon.com está disponible.

A continuación la empresa procede a establecer su propia forma jurídica. Para ello se han tenido en cuenta diferentes factores como el número de socios o el capital inicial del que se dispone. Atendiendo a las clasificaciones tanto de persona física como de jurídica y las diferentes formas de constitución que cada una de ellas ofrece, se decide establecer la siguiente naturaleza jurídica:

Se constituye una sociedad civil, ya que nos encontramos delante de una empresa formada por cuatro socios los cuales han aportado el mismo capital destinado a la constitución del proyecto. Los socios han firmado un contrato privado por el que se comprometen a asumir sus responsabilidades dentro de la empresa. Al tratarse de una empresa de nueva creación, todos los socios, aun ejerciendo su profesión de profesional de la comunicación, tienen otras competencias dentro de los ámbitos jurídicos y económicos que la administración de la firma requiere.

En este caso estamos hablando de una sociedad capitalista, ya que la única forma que tiene una persona de convertirse en socio es a través de la aportación de bienes económicos.

Por todas estas razones, la mejor forma que puede adquirir una empresa como Carreras de Castellón es la de Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE) porque se trata de una pequeña entidad, además de tratarse de una compañía de nueva creación, los integrantes de la sociedad son de jóvenes que encontrarían muchas más dificultades para constituir otros tipos de sociedades que requieren una inversión inicial mayor y les costaría mucho tiempo empezar a obtener beneficios.

El número máximo de socios para fundar una SLNE es de 5, esta característica se adapta perfectamente a la compañía, puesto que la sociedad la constituirían

cuatro socios. Una vez establecida esta selección jurídica y se ha inscrito a la empresa en el Registro Mercantil, la siguiente acción es establecer el fondo común de la sociedad y depositar el capital social aportado por los socios en una entidad bancaria.

Finalmente, se llevan al notario todos los documentos necesarios para que se redacte la escritura de constitución de la empresa y se aprueben los estatutos que regirán la nueva empresa.

3.2. Capital Inicial y Socios Fundadores

El capital mínimo para la constitución de una SLNE es de 3.006 euros, por esta razón, cada uno de los socios aportaría 2.000 euros con la finalidad de tener el capital mínimo que requiere la construcción de la empresa y empezar a cubrir los gastos iniciales de inscripción en el registro mercantil y la obtención de la escritura.

Además, la empresa debe contar con los elevados gastos del desarrollo físico de la empresa y la adquisición de los bienes necesarios para garantizar su funcionamiento. En este caso se trata de montar una redacción periodística que permita obtener y ofrecer información de la forma más precisa posible. Por esta razón, se pretende conseguir una línea de crédito de 8.000 euros que completarían el capital inicial de 16.000 euros que servirían para empezar.

Un capital inicial de 16.000 euros permite cubrir todos los gastos necesarios para la creación de Carreras de Castellón. Se trata de una cifra que permite obtener los equipos necesarios para informar sobre el deporte de montaña y trabajar la información, ya sea desde la redacción o desde el lugar donde se celebre una carrera.

3.3. Costes de registro

La inscripción en el registro mercantil y obtención de los diferentes documentos y certificados necesarios para la constitución de una empresa tienen unos gastos determinados que la empresa debe cumplir. En el caso de esta empresa se trata de una SLNE que tiene una serie de características que agilizan y abaratan estos gastos. La SLNE se trata de una empresa con un capital inicial

mínimo de 3.006 euros, por lo que los gastos de inscripción son los que se detallan en la tabla siguiente.

COSTES DERIVADOS DE LA CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD LIMITADA	
PRODUCTO	PRECIO
Certificado de denominación social	25,88 €
Inscripción de la escritura (notaría)	210,45 €
Impuesto de transmisiones Patrimoniales e Impuesto de Actos Jurídicos	30,06 €
Inscripción en el Registro Mercantil	123,78 €
Legalización y sellado de libros en el Registro Mercantil	49,92 €
Total	440,09 €

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Producto y servicio

4.1.1. Descripción del producto y servicio

Carreras de Castellón es un medio de comunicación que trabaja exclusivamente *online*. Se trata de un portal web informativo con unas las características propias de las páginas web de información periodística.

El objetivo del portal es ofrecer un servicio informativo sobre un tema concreto y en un área limitada de trabajo. En este caso, la información que se va a ofrecer trata sobre las carreras de montaña y aquello que envuelve a este mundo. Además, se trata de una página informativa especializada en cubrir este deporte en la provincia de Castellón de forma que la información sea lo más completa posible dentro de este territorio.

Como portal informativo, cabe destacar que se trata de un medio de comunicación que ofrece piezas de elaboración propia, es decir, los contenidos que conforman la actualidad de la web se crean exclusivamente por los periodistas que trabajan para Carreras de Castellón. De esta forma, aunque se reciban notas de prensa o diferentes textos que ofrecen información, estos se

tratan como fuentes de información y un profesional de la empresa se encarga de tratar esta información y completarla para elaborar una pieza propia que se publica en el portal.

La información en forma de las diferentes piezas periodísticas es el contenido esencial que ha de tener la página web. Se trata de ofrecer información completa de una forma variada que mantenga el interés y a curiosidad de los lectores, al mismo tiempo que les cuente la realidad de lo que sucede en las competiciones de montaña. Cabe destacar, que la información que se ofrece en este portal no solo se limita a las competiciones estrictamente, sino que ofrece otros temas y datos de interés para competidores y aficionados que utilizan el deporte como modo de una vida saludable. Por esta razón, la página se divide en diferentes secciones que cubran todos los aspectos relacionados con *running* y su aplicación saludable.

En su forma física, los servicios de Carreras de Castellón se dividirán en diferentes secciones que contendrán las piezas informativas. Principalmente se divide en estas secciones básicas:

- **Portada:** La portada es la cara de Carreras de Castellón, la primera página que ven los internautas cuando acceden a la web. Por esto, debe de tener unos contenidos y una distribución de los mismos que incite a visualizar las piezas ofrecidas.

La portada se distribuye en 3 columnas que ofrecen contenidos distintos. Aunque principalmente se ofrecen una serie de fotografías con un titular que contienen las piezas principales de cada momento. Estas fotografías con titular integrado tienen un tamaño superior a las demás piezas y ocupan un lugar privilegiado arriba a la izquierda, ya que se trata del sitio de la pantalla que primero se ve al entrar en la web.

Debajo de los temas principales, en las columnas de la izquierda y del centro se ofrecen las demás piezas que se ofrecen en la web. Además de tener algún recuadro reservado a la publicidad. Finalmente, la tercera columna de la portada tiene en primer lugar y de forma destacada informaciones que sobre los eventos organizados en un futuro próximo.

Estas informaciones son un calendario con las fechas de las próximas competiciones y el tiempo previsto para las mismas.

- **Menú y Publicidad:** El menú ocupará la parte superior de la página en todo momento, ya que esto facilita la navegabilidad a través de la web. Este consiste en una barra horizontal que contiene las diferentes secciones de las que consta Carreras de Castellón, así como un buscador interno que ayude a buscar información dentro del portal.

La publicidad es una parte importante de la página web, a través de esta se nutre a la empresa de recursos económicos. Por esta razón, la publicidad tiene diferentes recuadros distribuidos por el portal. Estos recuadros son fijos en cada una de las secciones o de la portada. De este modo, su precio varía en función de la localización y el tamaño. Estos rasgos se detallan en el apartado de Política comercial y Marketing.

Las diferentes secciones que completan la web se distribuyen por temáticas que relacionan los diferentes deportes que se pueden realizar en la montaña, así como información que interesa a aficionados, participantes y contenidos sobre hábitos saludables en el deporte.

- **Running:** Es la primera sección del portal. Se trata de una sección que concentra la información de las competiciones que se realizan a pie. Es una sección exclusiva de las competiciones, ya que estas marcan el grueso de la información que Carreras de Castellón ofrece.
- **Bikes:** En este caso, se trata de una sección como la anterior que reúne las piezas que se relacionan por el uso de la bicicleta para competir. De este modo se separan los dos principales deportes que se practican en la montaña.
- **Aficionados:** Esta sección está destinada al público en general y no solo a los competidores. Se trata de información relacionada con rutas, hábitos de entrenamiento o excursiones de las que puede disfrutar cualquier persona. Es una sección propuesta para completar información

principal de la web así como que esta sea de interés a amantes del deporte y la naturaleza que disfruten de estos sin competir.

- **Salud:** Esta sección completa a todas las anteriores, ya que está directamente relacionada con el deporte en general. Los contenidos que contiene este apartado son variados y abarcan desde lesiones, nutrición, formas de entrenamiento y hábitos saludables del deporte y la competición. Ofrecerá contenidos diversos que ayuden a los deportistas a mejorar, por lo que cuenta con diferentes piezas dónde médicos, nutricionistas y expertos aportarán sus conocimientos a la información de la web.

Se trata de una sección muy importante porque contiene información que interesa a un sector más amplio que el de los participantes en carreras. Las personas que practican deporte en general y *running* en particular crecen cada día más, por esta razón la sección adquiere relevancia y un tratamiento especial.

- **Entrevistas:** En la sección de entrevistas se pueden consultar directamente las palabras de diferentes personalidades relacionadas con los deportes de montaña. Aunque se trata de una sección que se puede separar y ofrecer contenidos en todas las demás, creemos que teniendo una sección propia facilita a los internautas la localización de aquellas entrevistas y personalidades que les interesen.



DECATHLON

Castellón

SIEMPRE EN FORMA

Lunes, 19 de Mayo de 2014

Buscar...

Running

Bikes

Aficionados

Salud

Entrevistas



La MIM reúne a 2.100 participantes

24/05/2014 - IX 10 KM CIUTAT DE LA VALL D'UIXÓ

31/05/2014 - XXVI PUJADA DE LA MAGDALENA AL DESERT

14/06/2014 - XV VOLTA AL TERME DE SANT JOAN DE MORO

Twitter Facebook

Tweets

Seguir

Carrerasde Castellón @CdCS 10m

Los resultados del finde, ya disponibles: carrerasdecastellon.com

Abrir

Carrerasde Castellón @CdCS 10m

El Campeonato de España de Ultra Trail @PenyagolosaTr, en imágenes: carrerasdecastellon.com

Abrir

Carrerasde Castellón @CdCS 18 Mayo

Hasta el año que viene, @Transvulcania... vimeo.com/95659749

Vídeo de: Jonay GonRa

Mostrar Multimedia

Carrerasde Castellón @CdCS 18 Mayo

Aquí tenemos a los vencedores de

@TNF100AU @NuriaPicas y Stu Gibson!

Twitter a @CdCS

CRÓNICA



Santi García fue primer clasificado de la MIM 2014

Hoy ha tenido lugar la XVI edición de la Penyagolosa Trails Marató i Mitja, la clásica carrera de montaña referencia en la provincia de Castellón que esta mañana ha concentrado a 2.100 atletas en la línea de salida de las pistas de atletismo de la Universitat Jaume I.

NOTICIA



Morella Singletracks prepara su 1er enduro MTB

NOTICIA

El Mur y Castell-Tuga organiza la I Tuga Q32Q18 en la Vall

NOTICIA

El II Training Camp, ensayo para la Tritan Peñíscola-Serra d'Irta

NOTICIA

Vistabella, volcados los 365 días del año

penyagolosa TRAILS

REPORTAJE



Cómo aprovechar al máximo el entrenamiento por caminos

ENTREVISTA



Anna Frost: "Estaba preparada para competir, pero iba sin ninguna expectativa de victoria"



4.1.2. Necesidades que se satisfacen

En cuanto a las necesidades que se pretenden satisfacer, se trata de resolver las inquietudes informativas de un sector determinado del deporte. En este caso en particular, Carreras de Castellón pretende cubrir la necesidad de información de los corredores de montaña mediante los dos rasgos propios de la empresa.

Por una parte, como web de información tiene el objetivo de ofrecer todos los datos relevantes que envuelven a las competiciones por la montaña. Esta empresa comunicativa centra sus recursos en obtener las informaciones relevantes alrededor de un deporte joven que tiene un número de participantes cada día mayor. Para ello ofrece una gran variedad de piezas que, con sus diferentes características, indagan en la profundidad de estos deportes para ofrecer una información completa y de calidad.

Además de acercar a sus lectores la mejor forma de practicar deporte saludablemente. Realizar un deporte como el *running* o la BTT como hábito de vida y de forma correcta es de especial interés para los participantes de las carreras, pero también para los aficionados y el público. Además de las personas que acuden a los eventos deportivos, se pretenden satisfacer necesidades a deportistas en general.

Finalmente, la proximidad de la información que Carreras de Castellón ofrece es un rasgo que también permite que la información sea completa. La empresa actúa en la provincia de Castellón con la intención de economizar recursos a la hora de obtener la información. De este modo, el público al que va destinada la web obtendrá una información próxima a su localización. Esto permite, también, profundizar en los temas que la web aborda y que el periodista se especialice en aquello que sucede dentro de la provincia.

4.1.3. Competencia

El caso de Carreras de Castellón es excepcional dentro de la información deportiva tanto por la temática que cubre como por el rango de acción. En este caso, no existe una competencia exacta que tenga las mismas características que esta página web, aunque existen medios de comunicación que operan a

nivel nacional con unas características concretas que se asemejan. Por otra parte, también existe información sobre las competiciones que esta empresa cubre, pero se hace desde las organizaciones, principalmente.

Algunos medios como “Corredor de Montaña” o “Carreras por Montaña” son los que ofrecen un mayor volumen de información diaria a nivel nacional. A nivel provincial las publicaciones que más información reúnen sobre las carreras son los diarios provinciales “El Periódico Mediterráneo” y “Levante EMV”. Estos últimos son diarios de prensa generalista, aunque ofrecen contenidos sobre las competiciones de montaña en su sección de deportes.

Por esta razón, se va a analizar a la competencia en dos partes distintas, distinguiendo a las páginas webs de información sobre las carreras que operan a nivel nacional o a un nivel más amplio que el ámbito provincial y otros medios on-line que ofrecen información a nivel provincial de Castellón. Para esto se van a analizar diferentes medios de comunicación de forma que se estudiará el tipo de información que cubren y las piezas que utilizan. De esta forma se crean estrategias que diferencian a Carreras de Castellón de los otros medios de comunicación.

Además de las piezas periodísticas que ofrecen, también se indaga sobre la información adicional y complementaria que se ofrece sobre las competiciones. Así se puede observar cual es la información más importante además de la que se describen y ofrecen en las piezas periodísticas convencionales.

a) Medios de comunicación no provinciales

En primer lugar analizamos a los medios de comunicación que informan sobre los deportes de montaña a nivel nacional. Estos cubren las competiciones más importantes del territorio español e incluso alguna carrera extranjera. Por lo tanto, estos medios tienen un rango de acción muy amplio que necesita de unos desplazamientos largos. Para el análisis se ha elegido una muestra de piezas en sus formatos *online* que se reúnen entre el 9 de mayo y el 19 del mismo de 2014.

Los medios de comunicación nacional se centran principalmente en una serie de piezas periodísticas para informar sobre las competiciones. Son las siguientes:

	NOTICIA	CRÓNICA	ENTREVISTA	REPORTAJE
Corredor de Montaña	12	6	0	2
Carreras por Montaña	6	3	6	0
Revista Trail	0	2	0	0
Carreras Populares	18	0	0	0
Amics del Clot	0	0	0	0
Runners	16	0	0	0
Trail Runners Bike Sports	0	0	0	0
Tretze Esports	0	0	0	0
Beer Runners	3	0	0	0

Como se puede observar en la tabla, los medios de comunicación que cubren eventos deportivos de montaña se centran en ofrecer información sobre las carreras a través de noticias antes de que estas transcurran. Después del desarrollo de cada prueba, utilizan la crónica para contar aquello que ha sucedido en un evento con las informaciones más importantes de la carrera.

Al tener un territorio muy extenso en el que actuar, estos medios de comunicación se centran en las informaciones más importantes sobre cada uno de los eventos y ofrecen una variedad de piezas muy escuetas. Durante el análisis de la muestra se puede encontrar algún reportaje o entrevista, aunque no es lo habitual.

Además de los textos periodísticos, existen otros datos de interés para los competidores y aficionados que los medios de comunicación se encargan de reunir para el público. En este caso se trata de informaciones de cada una de las carreras que se celebran. Los datos e informaciones que se ofrecen se exponen en la siguiente tabla:

	CLASIFICACIÓN	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	CALENDARIO	PREVIA
Corredor de Montaña	X	X		X	
Carreras por Montaña	X	X		X	
Revista Trail		X			
Carreras Populares				X	
Amics del Clot	X	X			X
Runners			X	X	
Trail Runners Bike Sports	X			X	
Tretze Esports				X	X
Beer Runners			X	X	X

Por lo que se refiere a las informaciones que complementan las piezas periodísticas y los medios de comunicación, cabe destacar que ofrecer un calendario de las próximas carreras es la información que más abunda en los medios. También hay que decir que se apuesta muy poco por el material audiovisual, por lo que estos medios se centran en las piezas escritas y no aprovechan todas las posibilidades comunicativas que internet ofrece.

Por otro lado, también se puede observar que las fotografías en las noticias son un hábito común en las piezas periodísticas, pero pocas son las publicaciones que utilizan galerías fotográficas que muestren a los participantes, los paisajes y las rutas que componen y hacen atractivo este tipo de deporte de naturaleza.

b) Medios de comunicación provinciales

A continuación se estudia a los medios de comunicación provincial que cubren eventos deportivos de montaña. En este caso encontramos dos tipos de publicaciones distintas. Por una parte se encuentran los periódicos provinciales de referencia que se encargan de prensa generalista y guardan un espacio en los deportes para las carreras populares de Castellón. Por otro lado, se

encuentran las páginas web de los clubes deportivos, asociaciones y organizaciones que organizan y participan en las carreras.

Para el análisis de estos medios se ha elegido una muestra que contiene las publicaciones desde el 9 al 19 de mayo de 2014.

Por esta razón, existen diferentes informaciones ofrecidas dependiendo del tipo de medio de comunicación que sea. En este caso, en la provincia de Castellón se ofrecen las siguientes publicaciones:

DIARIOS EN PAPEL	NOTICIA	CRÓNICA	ENTREVISTA	REPORTAJE
Mediterráneo	9	2	0	0
Levante EMV	4	2	0	0
WEBS DE ORGANIZADORES Y CLUBS	NOTICIA	CRÓNICA	ENTREVISTA	REPORTAJE
Lliga de Curses de Muntanya Castelló Nord	0	0	0	0
MIM	0	0	0	0
CM La Pedrera	0	0	0	0
At-Zenet	0	0	0	0
Mur i Castell-Tuga	0	0	0	0
Club Muntanya Vistabella	0	0	0	0
Penyagolosa Trails	6	1	1	0
Gr 33	4	0	0	0
FEMECV	0	0	0	0
Mediterranean Xstream	0	0	0	0
Desert Amunt	0	0	0	0
42 y Pico	0	0	0	0

Por lo que respecta a los dos diarios provinciales en papel, estos cubren la información de las carreras de montaña principalmente a través de crónicas y noticias relacionadas con los eventos de cada semana. En este caso, la información se centra en ofrecer un breve espacio que describe los datos más relevantes de un evento, aunque no se profundiza en datos y estadísticas relacionados con la competición. Se trata de un espacio que ofrece datos sobre participación y resultados, por lo que la información es muy escueta.

Por otra parte, los clubes deportivos de corredores, las asociaciones organizadores tienen blogs y páginas web dónde conseguir información sobre las carreras que se celebran y en las que van a participar. En muchas ocasiones, los mismos clubes se encargan de organizar los eventos, por lo que ofrecen información sobre los mismos.

En el caso de ofrecer piezas periodísticas sobre este deporte, al igual que los periódicos en papel, se centran en las noticias que ofrecen información previa a la carrera y una crónica posterior. En este caso las crónicas son más completas y tienen información más especializada que las ofrecidas en los soportes en papel. Aunque solamente dos de los clubes analizados cubren información de forma semanal. La mayor parte de estos han dejado de publicar noticias o crónicas desde hace más de un año. Estas dos son “Penyagolosa Trails” y el “Club de Muntanya GR 33”.

Además de las piezas periodísticas, los medios de comunicación que operan a nivel provincial también publican datos que completan las piezas y que son de especial interés para los participantes. En este caso, ofrecen la siguiente información:

DIARIOS EN PAPEL	CLASIFICACIÓN	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	CALENDARIO	PREVIA
Mediterráneo	X	X			
Levante EMV	X	X		X	

WEBS DE ORGANIZADORES Y CLUBS	CLASIFICACIÓN	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	CALENDARIO	PREVIA
Lliga de Curses de Muntanya CS Nord	X	X			X
MIM	X	X		X	X
CM La Pedrera	X	X		X	X
At-Zenet	X				X
Mur i Castell-Tuga	X	X		X	
Club Muntanya Vistabella	X				
Penyagolosa Trails	X	X		X	X
Gr 33		X		X	X
FEMECV				X	
Mediterranean Xtream	X		X		X
Desert Amunt	X	X			
42 y Pico	X	X			

En el caso de las informaciones que complementan a las piezas periodísticas y completan la información de interés, destacan las clasificaciones enteras de cada carrera y las galerías fotográficas. Todos los medios de comunicación ofrecen esta información, ya que personaliza a los participantes que buscan sus resultados personales.

También cabe destacar que los dos periódicos de información general que cubren estos eventos, solo se centran en estas dos informaciones descritas en el párrafo anterior, mientras que las webs de organizaciones y clubes ofrecen otros datos adicionales. En este caso, al tratarse de los blogs y páginas web de los organizadores de algunos eventos deportivos, tanto el calendario como información previa a la carrera son datos a los que se da especial relevancia.

En este estudio, se puede destacar el poco uso de material audiovisual para ofrecer información. Solo una de las páginas analizadas utiliza el formato de vídeo para mostrar como es el deporte al cual se dedica. En este caso, Mediterranean Xtream muestra videos de alguna de las rutas que siguen. Se trata de videos con música de fondo en los que se puede ver a gente practicando en la montaña con la bicicleta.

c) Redes sociales

En lo referente a las redes sociales, cabe destacar que Facebook es la más utilizada por las publicaciones, sobre todo por las publicaciones de los clubes y organizaciones, ya que las usan para difundir los eventos que organizan y conseguir participantes. También se utiliza Twitter en muchas de las publicaciones, pero el uso de las redes sociales se centra en la difusión de las piezas que aparecen en los medios digitales. En algunos de los medios de comunicación se ofrece información adicional a los contenidos de sus webs, pero se limitan a consejos breves.

Cabe destacar que no es habitual que las redes sociales aparezcan integradas en la propia página web, debido a que los contenidos que se ofrecen son los mismos. Es lo más habitual, aunque algunas publicaciones sí que guardan un espacio para que las redes sociales aparezcan y se muestren los comentarios del público. Existe una gran interacción con el público, ya que a través de Facebook se comparten los carteles de los eventos y se resuelven dudas sobre ellos.

4.1.4. Rasgos diferenciales de Carreras de Castellón

Como resultado de este análisis se extraen algunas carencias que tienen las publicaciones existentes sobre las competiciones de montaña. De este modo, Carreras de Castellón puede crear estrategias y contenidos que diferencien a esta página web de los medios de comunicación analizados.

Principalmente, Carreras de Castellón se desmarca de las publicaciones nacionales en ofrecer una mayor profundidad y conocimiento de los eventos, ya que esta publicación reduce el territorio de actuación para una cobertura más completa de cada competición. Además, a diferencia de las revistas y páginas

analizadas, nuestra empresa ofrece una variedad de piezas más amplia que muestra la información de forma completa.

Con respecto a la información específica que se publica en la provincia de Castellón, esta web se destaca ofreciendo una cobertura total de los eventos que se desarrollan en la misma. De este modo se junta la información de muchas competiciones en una misma publicación. Carreras de Castellón también tienen en cuenta que la información que dan los organizadores y clubs deportivos que participan es de especial interés para el público que consume la información. Por esta razón, se aportan informaciones relacionadas directamente con cada carrera como pueden ser las clasificaciones o los plazos de inscripción a las mismas.

También se apuesta por el material audiovisual que en la gran mayoría de las publicaciones se omite. Se trata de un deporte con unas características peculiares. De este las piezas audiovisuales pueden mostrar diferentes aspectos de la competición y hacer piezas sobre las rutas o entrevistas en meta con los protagonistas.

Las redes sociales son un modo de difundir las piezas de la página web, pero la mejor de sus características es la del contacto directo con el público. Además de un modo de difusión, Carreras de Castellón utiliza esta herramienta para mejorar sus contenidos e informaciones con la ayuda del público. De esta manera, la evolución del portal es acorde a lo que los lectores quieren y necesitan. Además, Twitter en especial tiene unas características de rapidez y sencillez que permite contar los eventos en directo y visualizar la repercusión que tiene en el público.

En general, la ausencia de medios digitales en esta provincia específica y el creciente número de participantes que existen es la baza fundamental en la que se inspira Carreras de Castellón para ofrecer una gran variedad de contenidos y una información completa.

4.2. Costes

Una empresa como Carreras de Castellón SLNE tiene diferentes costes que permiten el funcionamiento de esta. En este caso, existen una serie de gastos

de diferentes formas que afectan a la creación y al mantenimiento de la empresa en el mercado. En el caso de esta entidad se separan los costes en tres tipos diferentes: los costes fijos que la empresa asume periódicamente, los costes iniciales para montar y alquilar una redacción periodística y otros gastos eventuales. Estos últimos se pueden deber a la reparación o compra de equipos en un futuro o a la contratación de nuevo personal. Por esta razón, estos últimos, tratan un tema futuro que no se puede predecir la cuantía y no se refleja y desarrolla en este texto.

Por lo que se refiere a los costes iniciales de la empresa, son diversos y requieren de un análisis especial en el apartado del plan de inversión donde se detallan los precios de cada una de las herramientas necesarias para montar una redacción.

Por otra parte, existen una serie de gastos fijos que se repiten a lo largo del tiempo. Algunos de estos gastos son de carácter mensual y otros de carácter anual. Se trata de unos costes que se deben tener muy en cuenta, ya que suman una cuantía importante y se requieren para el buen funcionamiento del negocio.

En el caso de Carreras de Castellón no existen gastos específicos por los salarios de los trabajadores, ya que todo el trabajo está realizado por los socios. El volumen de ganancias que corresponde a estos depende de las ganancias obtenidas por la empresa, por lo tanto, no hay un sueldo fijo.

Además de los salarios, otros costes están relacionados con la contribución con el Estado a través del Impuesto Sobre sociedades. Así pues, cabe definir el Impuesto sobre Sociedades como un tributo de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las sociedades y demás entidades jurídicas. Este impuesto tiene carácter directo y naturaleza personal. Carácter directo, porque grava la renta como manifestación directa de la capacidad económica del sujeto pasivo. Naturaleza personal, porque tiene en cuenta determinadas circunstancias particulares de cada contribuyente a la hora de concretar la cuantía de la prestación tributaria que está obligado a satisfacer.

Cabe destacar, que las características de Carreras de Castellón SLNE como ser una entidad de nueva creación y de volumen reducido aventajan a esta empresa que tiene facilidades.

Las sociedades constituidas a partir del 1 de enero de 2013 disfrutarán de dos años con una escala reducida en el impuesto de sociedades. Se aplicará en el primer periodo impositivo en que la base imponible resulte positiva (y por tanto nos obligue a pagar el impuesto de sociedades) y en el siguiente.

- Tipo del 15% por la base imponible comprendida entre 0 y 300.000 euros.
- Tipo del 20% por la base imponible restante.

Estos tipos suponen una mejora respecto interesante respecto a las escalas aplicables en el impuesto de sociedades a empresas de reducida dimensión:

- Empresas de reducida dimensión tipo I (cifra de negocios menor de cinco millones de euros, plantilla menor de 25 trabajadores y que mantengan o creen empleo): 20% para los primeros 300.000 euros y 25% para la base imponible restante.
- Empresas de reducida dimensión Tipo II (cifra de negocios menor de diez millones de euros): 25% para los primeros 300.000 euros y 25% para la base imponible restante.

Otro de los gastos fijos que se han de tener en cuenta cada mes es la cuota de autónomo. La empresa se hace cargo de estos cargos que tienen los cuatro socios de la entidad. Como se ha desarrollado en apartados anteriores, al principio es de 53 euros por cada uno de ellos.

Finalmente, existen otros gastos que no tienen que ver con las administraciones públicas, sino que son necesarios para que la empresa ofrezca su producto y se pueda trabajar. Estos consisten en gastos de luz, teléfono, internet, servidor y diferentes herramientas que permiten a la compañía ejercer sus funciones.

También son necesarios para empezar a promocionar la empresa es la inversión en campañas SEM. Se trata de anunciar el negocio en los principales motores de búsqueda de internet. En este caso se ha decidido promocionar la web en Google, como principal buscador *online* y en Facebook por su popularidad y gran número de usuarios. Se desglosan en la siguiente tabla:

COSTES FIJOS			
PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO	PRECIO TOTAL
Bienes inmuebles (alquiler)			150 €/mes
Tlf + ADSL			36,18 €/mes
Móviles	4	36,30 €/mes	145,20 €/mes
Servidor + Software + Cloud Computing + Mantenimiento			50 €/mes
Dominio + Seguridad SSL			110 €/año
Dropbox empresas			15 €/mes
Desplazamientos			400 €/mes
Campañas SEM			300 €/mes

4.3. Presupuesto y evolución de ventas

Toda empresa tiene una evolución con el paso del tiempo en la que pretende generar cada vez más beneficios y mejorar el producto o servicio que ofrece. Carreras de Castellón no es diferente, por lo que en el siguiente apartado se realiza un estudio de previsiones sobre el presupuesto y la evolución de las ventas de publicidad.

Para empezar el estudio hay que definir el mercado en el que opera la empresa, el sector donde se lleva a cabo, el público objetivo y el área de actuación, así como el público potencial que puede solicitar nuestro producto.

Para poder definir estas cuestiones se ha realizado un cuestionario a asociaciones y clubes deportivos de montaña que conocen bien y se desenvuelven en el ámbito que Carreras de Castellón pretende cubrir.

El servicio que ofrece esta empresa es un servicio informativo sobre un tema concreto. En este caso desarrolla su actividad en el sector periodístico. El trabajo de la entidad se desarrolla en el mercado de la información que informa a través de internet al 100%. Al elegirse este medio de comunicación, también se desenvuelve en el mercado *online*. Además, el radio de acción de la página web se limita a la provincia de Castellón, por lo tanto se trata de un mercado limitado a un sector reducido que se especifica en las siguientes líneas.

A partir de estos cuestionarios se puede definir al público objetivo al que va dirigida la información de Carreras de Castellón son los participantes de las carreras. En estas la media de competidores es de 560 y en las más numerosas llegan a los 2.000. Aunque existen diferentes categorías que separan a los participantes por edades, cabe destacar que la categoría sénior masculina comprende al 80% de los participantes. Por lo tanto, el público objetivo del portal informativo se especifica en los participantes en carreras de montaña de edades entre 19 i 54 años. Por esta razón, se concentran esfuerzos en dar más importancia a esta categoría, aunque las demás también tienen su espacio. Actualmente, existen más de 10.000 corredores habituales en la provincia que practican el *running* por afición o hábito según las entrevistas que se han realizado.

Además de los participantes, existe un público potencial de la información que la web ofrece. Este es el público asistente a las competiciones, principalmente está formado por familiares y amigos de los participantes por lo que cierta información es de su interés y se debe tener en cuenta. Sobre este sector de gente, cabe señalar que no se ha podido cuantificar porque no existen registros, aunque en un futuro se puede estudiar y contar con ofrecer información de su interés.

El *running* es un deporte que puede practicarlo cualquier persona. Además se trata de una disciplina de moda que crece cada año. De este modo, según

Jaume Ferrer, director de Sportpanel, empresa especializada en datos de mercado del sector del deporte, señala que “la actividades *running* supusieron en el año 2012 el 10,70 % del total de ventas en artículos deportivos en España”. Además, las encuestas de 'Runners' (revista especializada en *running* a nivel nacional) hablan de dos millones y medio de corredores en nuestro país «entre los de élite y los que salen una vez a la semana», cifras que coinciden con los números de Sportpanel y de la venta de zapatillas. En 2009 se vendieron 1,1 millones y en 2013 la cifra ascendía a 2,2 millones de zapatillas de correr. De este modo, los corredores comprendidos entre estas edades en la provincia llegan a las 50.000 personas.

A través de la definición del público objetivo, que comprende a los participantes al que van dirigidos los servicios de Carreras de Castellón se puede establecer un volumen estimado del número de entradas a la web que tendrá una evolución desde los inicios de la web hasta asentarse en el mercado. Se trata de un mercado complicado, donde el posicionamiento en los motores de búsqueda es muy importante. Durante los inicios del funcionamiento de la página web se espera un nivel de facturación bajo dónde el objetivo es cubrir los costes fijos que tiene la web.

A medida que se popularice el portal de información y crezca el número de anunciantes es cuando se espera generar beneficios que nutran a la empresa de recursos. En Castellón existen diferentes entidades interesadas en el deporte de montaña por diferentes razones, ya sea por vender productos relacionados con este deporte, como por organizar competiciones. Por esta razón se prevé un crecimiento rápido de la web y la empresa. De este modo, la empresa pretende que en los próximos 5 años se facturen 50.000 euros que cubran los gastos fijos y futuros sueldos de los socios que trabajan en la entidad.

Para obtener este volumen de facturación es necesario que las empresas de la provincia relacionadas con el deporte que cubre Carreras de Castellón confíen en la difusión del portal. Para ello se trabaja durante este periodo de tiempo de modo que se llenen todos los espacios publicitarios durante todo el año por diferentes empresas.

PROYECCIÓN DE FACTURACIÓN		
AÑO	VISITAS/AÑO	VOLUMEN FACTURACIÓN
1	75.000	10.000 €
2	125.000	17.000 €
3	185.000	23.000 €
4	250.000	35.000 €
5	325.000	50.000 €

4.4. Política comercial y de marketing

Para poder cubrir los objetivos económicos de la empresa y poder obtener beneficios por el trabajo realizado es necesaria una política comercial concreta y unas estrategias de marketing que aumenten la facturación y el volumen de Carreras de Castellón.

Así mismo, la política comercial fija unos precios por los espacios publicitarios que el portal ofrece y de donde se obtienen los principales ingresos de la empresa. Al tratarse de una publicación pequeña con un radio de acción limitado se opta por ofrecer unos precios baratos que sean atractivos para conseguir el máximo número de anunciantes posible. De este modo, se fija una tarifa plana de precios por el tiempo que el anuncio aparece en la web. Además cabe destacar que conforme se aumenta el tiempo de presencia de un anuncio, hay un descuento del 15% en el precio del mismo. Las tarifas publicitarias quedan de la siguiente forma.

TARIFAS PUBLICITARIAS			
Formato	Semana	Mes (-15%)	Año (-15%)
Megabanner (728x90 px)	25 €	85 €	867 €
Skyscraper (120x600 px)	20 €	68 €	693 €
Sekyscraper doble (240x 600 px)	35 €	119 €	1214 €
Robapáginas (300x250 px)	15 €	51 €	521 €
Separador (300x250 px)	12 €	40 €	408 €

Para poder aumentar el volumen de anunciantes y, directamente, el de facturación de la empresa se necesita una estrategia de marketing dirigida a ofrecer los mejores contenidos y difundir la web para atraer al mayor número de lectores posible.

Una de las estrategias que adquiere Carreras de Castellón desde su inicio es la de la unificación del público existente en un solo medio de comunicación. Analizando a la competencia que existe en la provincia, la empresa se ha dado cuenta de la necesidad de recolectar toda la información que se ofrece en cada una de las páginas web y blogs de los organizadores y clubes deportivos. De este modo toda la información se ofrece en una misma publicación y se facilita la obtención de la información más solicitada.

Otra estrategia tiene que ver con el radio de acción en el que opera la empresa. La reducción del espacio de actuación a una sola provincia permite un grado de especialización muy elevado y profundizar en los eventos deportivos que en esta se ofrecen. De este modo se pretende fidelizar a los lectores de la zona y que Carreras de Castellón se convierta en la web de referencia sobre estos deportes.

También cabe destacar, que aunque se ofrecen contenidos específicos enfocados a los eventos provinciales, la web ofrece secciones que pueden interesar a cualquier deportista. Esto se refiere a secciones de salud o entrevistas, donde la información que se ofrece es extrapolable fuera de la provincia. Por estos apartados, se empieza a expandir fuera de las limitaciones marcadas en el inicio de la compañía.

Las categorías femeninas en las carreras de montaña están en expansión. A medida que este deporte crece, lo hacen sus participantes femeninas que en los dos últimos años conforman el 10% de la participación total. Se trata de un volumen importante y que crece cada año. Por lo tanto, ofrecer contenidos destinados a este sector de la audiencia es también una estrategia a seguir para aumentar la facturación de la empresa.

Finalmente, se debe señalar que aunque la web está muy dirigida a los eventos de *running*, se guarda un espacio especial para las bicicletas de montaña. Se trata de un deporte que comparte algunas características y rutas, por lo que está directamente relacionado. De este modo, desde el inicio Carreras de Castellón ofrece contenidos de este deporte también. Se trata de un deporte que no tiene tantos eventos como las carreras a pie, por lo que se le da más importancia a medida que aumente el número de participantes y de eventos deportivos.

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Plan de inversión

Para empezar a funcionar como entidad empresarial, el proyecto de Carreras de Castellón requiere de unos fondos mínimos. Estos están destinados a sufragar los gastos iniciales de la empresa y a la subsistencia de la misma en el primer periodo de funcionamiento.

Para empezar, la financiación de la empresa Carreras de Castellón SLNE se basa en dos vías principales. Por una parte, los socios aportan capital de forma equitativa. Los cuatro socios fundadores de la empresa aportan 2.000 euros

cada uno. Además, la entidad cuenta con una línea de crédito del Instituto de Crédito Oficial (ICO) destinada a empresas y emprendedores de 8.000 euros.

De este modo, sumando la línea de crédito con las aportaciones de los socios, Carreras de Castellón cuenta con 16.000 euros de capital inicial. Este capital inicial está destinado a la compra de material para realizar la actividad empresarial y sufragar los gastos de constitución de la empresa.

5.2. Plan de financiación

El plan de financiación de Carreras de Castellón a largo plazo necesita de una definición concreta sobre las formas de ingresar dinero y abaratar costes para poder seguir ofreciendo un servicio informativo completo y de calidad.

Para ello la empresa tiene la intención de ponerse en contacto con las diferentes entidades que organizan eventos y crear estrategias de colaboración. Se trata de maniobras destinadas a beneficiar a ambas partes de modo que se abaraten costes. Las colaboraciones consisten en la promoción de la página web en los eventos deportivos que se estimen oportunos a cambio de una especial difusión del evento en concreto o de ciertas ventajas publicitarias.

Las estrategias van direccionadas a la promoción de la página web desde sus inicios. En este caso, se trata de posicionar el portal tanto en el medio *online*, como *offline*. De este modo, se colabora con la organización de eventos y se da una especial difusión de aquellos en los que Carreras de Castellón colabora, a cambio de esto se publicita físicamente la web a través de vallas y carteles en la meta y en la salida, los dos lugares donde se reúne más gente y, por tanto, más público al que va dirigido el portal.

También se pueden ofrecer reportajes y piezas dedicadas a cada club u organización. Es decir, ofrecer contenidos específicos internos en la organización y desarrollo de los eventos deportivos a cambio de presencia de la publicidad de la web en la salida y la meta.

Se trata de estrategias muy necesarias al inicio de la actividad empresarial, ya que además de un buen posicionamiento en los motores de búsqueda *online*, es esencial que una promoción directa del portal web sobre el público objetivo. Este impulso de la marca empresarial quiere consolidar desde el principio a la empresa sobre el público y generar beneficios de la forma más rápida posible.

Además, se cuenta con los ingresos por la publicidad que se desarrollan en el apartado anterior y son la principal fuente de financiación de la empresa.

5.3. Equipos e infraestructura

Carreras de Castellón es una empresa que se dedica a la producción y distribución de información. Para poder gestionar la misma son necesarios una serie de equipos audiovisuales para poder trabajar y una oficina donde se desarrolle la actividad empresarial.

En este punto se considera preciso justificar los gastos iniciales que tiene la empresa así como el alquiler de un local donde montar la redacción. Un lugar físico donde trabajar es importante para la gestión de la información. De este modo se favorece la comunicación entre la gente que integra la compañía y se facilita el trabajo en equipo. Al tratarse de una publicación *online* es necesaria una conexión a internet y unos equipos que se adapten al medio de comunicación y permitan crear contenidos audiovisuales que nutran la página.

Por lo que se refiere a los bienes inmuebles se ha decidido alquilar una oficina que ya tenga el mobiliario y solo requiera de la incorporación de los equipos. De este modo se disminuyen los costes iniciales en material de oficina básico.

Para producir contenidos son necesarios equipos audiovisuales. Para trabajar fuera de la redacción se usan las cámaras de réflex de fotografía y una cámara de video. Además de los equipos informáticos que hay en la redacción y una pequeña cabina de grabación para locutar las noticias que se ofrezcan en formato de vídeo.

Además, nuestra empresa ofrece los contenidos de forma *online* exclusivamente. Así, Carreras de Castellón se ha puesto en contacto con la

empresa Arsys, que gestiona el dominio, el servidor con la seguridad SSL i el mantenimiento. Además ofrece un servicio de *Cloud Computing* propio y el *software* de gestión de nuestra empresa.

Tabla de bienes y gastos iniciales

BIENES MUEBLES			
PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO	PRECIO TOTAL
PC Asus CM6730-ESH167	5	474,95 €	2374,95 €
MONITOR ASUS VE228D 21"	5	106,96 €	534,8 €
Impresora HP laser Jet PRO P1102W	1		124,95 €
Altavoces Lgitech S150	5	12,94 €	64,7 €
SONY Videocámara Alta definición HDR-AX2000	1		1.438 €
Canon EOS 1100D	1		484,99 €
Beringer Xenix 802	1		48 €
Kit micro Sennheiser E8225 + Snake SM10 BK + Millenium MS-2005	1		54,7 €
Total			5.125,09 €
BIENES INMUEBLES			
Oficina 72m ² en Vila-real,			150€/mes
INVERSIÓN INICIAL			
Costes de constitución de la entidad			440,09 €

Bienes muebles			5.125,09 €
Bienes inmuebles (1ª mensualidad)			150 €
Factura teléfono + Internet. (alta + mensualidad)			36,18 €/mes
Servidor + Software + Cloud + Mantenimiento (primer pago)			50 €/mes
Dominio + Seguridad SSL (primer pago)			110 €/año
Dropbox empresas			15 €/mes
Desplazamientos			400 €/mes
Campañas SEM			300 €/mes
Total			6.626,36 €

6. ANÁLISIS DAFO

Debilidades:

- Se trata de una empresa de nueva creación y el público no conoce el nombre y los servicios que ofrece.
- Se trata de una empresa joven y con recursos limitados.
- La poca experiencia de los integrantes de la entidad puede generar desconfianza con el público y falta de credibilidad.

Fortalezas:

- Especialización en el tema que tratamos, por esta razón el sector de público al que se dirige la información está definido perfectamente.
- La delimitación provincial del radio de acción de la web facilita la movilidad por el territorio y la gestión de una información completa.

- Contacto directo con las fuentes de información, ya que son cercanas y accesibles. Se contacta directamente con organizadores, clubs deportivos y participantes.
- La unificación de contenidos sobre las carreras de montaña en un solo portal facilita el acceso a la información.
- La variedad de piezas y contenidos garantiza un aumento constante de público al que dirigirse.

Amenazas:

- Existe una fuerte competencia. Aunque no ofrecen exactamente los mismos contenidos, la competencia es abundante y la web debe competir con publicaciones asentadas en el mercado a nivel nacional.
- Los medios generalistas consolidados en la provincia ofrecen cada vez más contenidos sobre las carreras, lo cual dificulta hacer un trabajo exclusivo.
- El medio Internet dificulta conseguir un prestigio y asentarse en el mercado. Es muy fácil crear una página web y cualquier persona puede publicar sobre los temas que quiera.

Oportunidades:

- El hecho de que la provincia de Castellón no tenga una publicación específica sobre las carreras de montaña facilita el posicionamiento en la zona.
- Existe un número creciente de competiciones y participantes. Esto es un mercado nuevo a explotar ya que necesitan información, en este caso, de su *hobby*.
- Al centrar la publicación en un tema, muchos anunciantes pueden encontrar un sitio idóneo para dar a conocer sus productos o servicios.

TRABAJO FINAL DE GRADO

LÍNEA B: PROYECTO EMPRESARIAL

CARRERAS DE CASTELLÓN

ANEXO I: CUESTIONARIO Y CONTACTOS



CUESTIONARIO

1. Quantes persones solen participar en les carreres de muntanya?
2. Quines edats i categories comprenen els participants?
 - Junior (16, 17 y 18 años)
 - Senior (de 19 a 34 años)
 - Veterano A (de 35 a 44 años)
 - Veterano B (de 45 a 54 años)
 - Veterano C (a partir de 50 años)
3. Quina categoria té més participació?
4. Els participants pertanyen a clubs esportius o associacions sempre? O participen per lliure?
5. Quines curses es poden considerar més importants a la província de Castelló?
6. Quines categories separen els diferents esdeveniments? Amb quins criteris?
7. Quant de públic sol assistir?
8. Aquest també té una edat específica?
9. Quin perfil es creu que té el públic d'aquest tipus d'esdeveniments?
10. Pel que fa a la informació sobre aquest esport, existeixen mitjans de comunicació específics que el cobreixen?
11. A quin nivell operen? Provincial, autonòmic...?
12. Hi ha revistes especialitzades? Quines?
13. Quins aspectes es consideren més importants en aquest esport? Que interessa més al públic i als participants?
14. Que es troba a faltar en la informació que es dona habitualment?
15. Quina es la informació que més demanen els participants? I el públic?

CONTACTOS

- CLUB ESPORTU MARATÓ I MITJA

Pça. Escultor Adsuara, 5, 12003 - Castellón de la Plana.

info@maratoimitja.com

www.maratoimitja.com

- CLUB MUNTANYER LA PEDRERA DE BORRIOL

Carrer Oñate Gil, 36, 12190 - Borriol

cmlapedrera@gmail.com

http://cmlapedrera.blogspot.com

- CLUB DE MUNTANYA AT-ZENET

cdmatzenet@yahoo.com

http://at-zenet.blogspot.com.es/

- CLUB MUR I CASTELL-TUGA

12600 - Vall D'Uixó

sequi@celavall.com

http://penyamuricastell.blogspot.com

- CLUB DE MUNTANYA DE VISTABELLA

Carrer Major, 13, 12135 - Vistabella del Maestrat

cursa@clubdemuntanya.org

http://www.clubdemuntanya.org

- PENYAGOLOSA TRAIL

Pl. Escultor Adsuara nº 5, 12003 - Castelló de la Plana

Dimecres y divendres de 19 a 21h

info@penyagolosatrails.com

http://www.penyagolosatrails.com

- MORELLA SINGLETRACKS

Placet de Sant Miquel, 3, 12300 - Morella

morellasingletracks@gmail.com

www.morellasingletracks.com

- CLUB DE MUNTANYA GR 33

Castelló de la Plana

clubesportiugr33@yahoo.es

http://clubesportiu-gr33.blogspot.com

- CLUB DE MONTAÑISMO MERIDIANO 0º

Carrer Sanahuja, 21, 12001 - Castelló de la Plana

meridiano-0@meridiano-0.com

- FEDERACIÓ D'ESPORTS DE MUNTANYA I ESCALADA DE LA CV

Carrer Mariano Luiña, 9 bajos 3a, 03201 - Elx

femecv@femecv.com

http://www.femecv.com

- MEDITERRANEAN XTREM

info@medxtrem.es

http://www.medxtrem.es

- CLUB DE MUNTANYA DESERT AMUNT

http://www.desertamunt.com

- 42 Y PICO

Carrer Conde de Pestagua, 9, 12001 - Castelló de la Plana

info@42ypico.es

http://www.42ypico.es

TRABAJO FINAL DE GRADO
LÍNEA B: PROYECTO EMPRESARIAL
CARRERAS DE CASTELLÓN

ANEXO II: ENGLISH SUMMARY



1. NATURE OF PROJECT

1.1. Name and logo

Carreras de Castellón was born as a medium that informs about the mountain races in the Province of Castellón. The name of the company comes from its own features and it is very descriptive indeed. The website needs a visual logo that identifies itself. For this reason, the logo shows a footprint with the name of the firm.



1.2. Mission and View of the company

Mission: *“A website of sports information about the mountain races”.*

Sports information is very popular in Spain and mountain races are still a recent sport here with a large amount of public who need information about their hobby.

View: *“It will be a model of specialized media in nature and mountain sports in the Province of Castellón”.*

There does not exist a medium like this in the province of Castellón. Some media cover information about mountain races and offer pieces of news about this theme, but they are not specific media and they just give a little information about this theme.

1.3. Principal activities

Carreras de Castellón wants to earn money. For this reason, the firm develops some activities and informative contents about mountain races. The main actions of the website deal with the information about events involving mountain races that take place every week. The website offers different pieces of news about mountain race events, training or health. Every section offers a different information associated with sports and mountain race events especially.

The medium appears in social networks where it shares its contents. The public can contact the company on social networks. *Carreras de Castellón*

answers the questions the public ask and informs about any problem than they might have with the website.

1.4. History

The company was born as a sports specialized website. Young people are the founders of *Carreras de Castellón* and the idea arises from the great amount of races and runners in the province. Mountain races are new sport events and they do not have an informative medium yet.

1.5. Developers

The developers of the website are four partners that invest money, work and time in the company. The partners have got a different profiles to develop the enterprise. The necessary profiles are a press profile, an economic profile, a sports profile and a programmer profile.

2. HUMAN RESOURCES

This department develops the management of the company. Every employee in *Carreras de Castellón* is a freelancer because it is cheap for the enterprise. The Spanish law justifies this working mode.

3. LEGAL FORM

Carreras de Castellón is a limited liability company. Four partners provide the money equally, each one spending 2,000 euros to develop the firm. The company also has a credit of 8,000 euros to complete its start up money, which reaches up to 16,000 euros.

4. MARKETING

4.1. Product and service

The website offers news about the events and races on mountains. *Carreras de Castellón* informs about these races through different of pieces news. The portal contains varied and quality information. This information is in different sections: Title page, Running, Bikes, Amateur, Health and Interviews.

The website expects to fulfill the objective public's needs and cover every race in Castellón. Its objective is to offer all the available information about mountain races.

Carreras de Castellón has no competitors though other similar media exist at national level. *Mediterráneo* and *Levante de Castellón* also offer pieces of news about the races.

4.2. Costs

Any enterprise has got different costs to start its activity. The costs to create the firm are 440 euros. The firm also has regular payments -monthly or per year-. Finally, the company buys the material necessary to work, that is, computers and a video camera.

4.3. Budget and sale development

The objective public of the website are the runners in the province of Castellón. Their are between 19 and 54 years old because this is the largest category in the races. The information on the portal is free for the followers because the website obtains funding through publicity.

The website increases its capital with different strategies. First of all, women are a public that is increasing in the races, and they are a new, different public that might increase the money earned by the company. *Carreras de Castellón* also includes information about health. Sports and healthy life are the most important worries for the objective public.

5. ECONOMIC AND FINANCIAL PLAN

5.1. Investment plan

The company starts up with the money of every partner and a bank credit, with a total amount of 16,000 euros used to buy material and pay bills.

5.2. Financial plan

Carreras de Castellón needs to invest its money through a long time. It has designed different strategies to reduce costs in the company. The strategies are

based on promoting the website, which is very important in internet. The company cooperates with organisations and sport clubs to have visual positions in the races. Besides, advertisements are our most important source of money.

5.3. Features and infrastructure

Carreras de Castellón is an enterprise that needs some equipment. The company needs a place to place its editorial office. The office has got some computers, cameras and other equipment to create pieces of news. The office is a little rented place and company also buys other materials to work with.

6. SWOT ANALYSIS

Strengths

- The website is specialized in mountain races.
- The area that the company covers is small and delimited.
- Journalists directly contact with the informers.
- The enterprise unifies different contents in one website.
- The website offers different pieces of news to inform the objective public.

Weaknesses

- It is a new enterprise and people do not know the website.
- *Carreras de Castellón* has got limited fundings.
- Young people work in the office and they have got little experience.

Opportunities

- The province of Castellón does not have a specific publication about mountain races.
- Runners are increasing in the zone.

Threats

- The media in the province of Catellón cover the mountain races and events.
- Internet complicates the stabilization in the information market.