



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE
Instituto Andaluz del Deporte

Departamento de Formación
formacion.iad.ctcd@juntadeandalucia.es

DOCUMENTACIÓN

200909701

LOS ENTORNOS WEB COMO FUENTE DE INGRESOS EN EL ÁMBITO DEPORTIVO

Difusión online y TV

DAVID CASTELLÓN
Director de TI de la FEB

Málaga
25 y 26 de septiembre de 2009



Los entornos web y la generación de ingresos (bloque V)

David Castellón. Instituto Andaluz de Deporte

De qué trata el bloque V

- Posicionar la tecnología dentro del proceso de la comunicación
- Revisar los mecanismos principales
- Ver cómo los usan otros
- Hay muchos tipos de retorno de inversión: rentabilidades económica, operativa y política
- El vídeo y la TV en Internet

Algunas cifras importantes

- www.feb.es recibe cerca de **un millón** de visitas al mes
- Más de **20.000 visualizaciones** en un fin de semana de www.FebTV.com
- Más de **5 millones de viviendas** en España con acceso a Internet
- Más de **15 millones** de usuarios habituales
 - El 25% escucha habitualmente **radio en Internet**
 - El 15% ve ya **TV por Internet**

Impacto de las TI en una organización



Comunicación y TI

● Periodismo

- Genera noticias
- Gestiona información
- Distribuye información

● Tecnologías de la Información

- Crea herramientas
- Ofrece soporte
- Gestiona infraestructuras

Herramientas principales on-line

- Gestor de contenidos
- Audio: podcast y radio on-line
- Foros, blog
- Redes sociales
- Entornos virtuales
- Distribución automática: RSS y agregadores
- Móviles: SMS, vídeo
- Widgets, gadgets, web slices
- Marketing directo
- TV on-line



Gestor de contenidos

- Es la pieza principal de un portal de contenido
- Debe ajustarse a la necesidad y volumen de información
- Permite facilitar la organización del contenido



● Gestor de contenidos

Audio: podcast y radio on-line

- Medios accesorios para llegar al cliente
- Soportes para publicidad
- Interesante su integración en móvil
- En sí mismo pueden ser objeto de venta de contenido
- Algunos sitios para ver:
 - www.radiofeb.com
 - **Yahoo Live, Stickam, Justin.tv, Blogtv, Ustream**

Enlaces

- [Windows Media Encoder](#)
- [Real Media encoder](#)



Foros, blogs

- Sencilla creación de foros, dinamizan
- ¿Moderación de comentarios?
 - Anterior
 - Posterior
- Blogs
 - Si es para publicidad, creación propia
 - Si es para difusión: blogger, wordpress
- Campañas de publicidad integrada, soporte de imagen de marca a largo plazo

Redes sociales

- Definir bien objetivos estratégicos
 - Publicidad
 - Conversión a otras fuentes de negocio
 - Estudio de mi mercado
 - Ingresos por ventas
- Alto coste de desarrollo, tener éxito es difícil
- En lugar de crear una red, existe la opción de integrarse en redes existentes: **ballers network de Nike, elarboldelavida**

Mostrar resultados de Mostrando resultados 1-10 de 55 resultados para: **gran wyoming**[1](#) [2](#) [3](#) [Siguiendo](#)

Grupo:

El Gran Wyoming se la mete a Intereconomía TV.[Unirse al grupo](#)

Tamaño:

803 miembros

Tipo:

Arte y entretenimiento - Historietas y animaciones

Nuevo:

119 miembros más, 12 publicaciones en el Muro



Grupo:

Gran Wyoming[Unirse al grupo](#)

Tamaño:

883 miembros

Tipo:

Sólo por diversión - Chistes locales

Nuevo:

25 miembros más, 1 publicación en el Muro



Grupo:

Odio al Gran Wyoming[Unirse al grupo](#)

Tamaño:

87 miembros

Tipo:

Interés común - Vino

Nuevo:

8 miembros más, 1 publicación en el Muro



Grupo:

**hasta donde vamos a llegar?????
referencia a la "broma" del Gran Wyoming**[Unirse al grupo](#)

Tamaño:

24 miembros

Tipo:

Interés común - Salud y bienestar

Nuevo:

3 miembros más, 1 publicación en el Muro



● Organizar partidos por Internet

Entornos virtuales

- Es una opción costosa, pero que puede tener un valor importante en algunos casos
- Muchas compañías grandes ya están en estos entornos virtuales
- Son lugares donde se producen negocios accesorios (venta de terrenos, por ejemplo)
- Valores adicionales:
 - El entorno “real”
 - La capacidad de vender
 - Banco de pruebas de productos

Enlaces

 secondlife.com



Distribución automática

- RSS es un estándar para consumo de información común. Gracias a ello:
 - Nuestra información se ve fácilmente en otras páginas
 - Usuarios pueden incluirnos en sus agregadores
- Semi-automático: funcionalidad “compartir”.
Principales motores: facebook, meneame, digg

Enlaces

- www.marca.com
- www.eleconomista.es
- my.yahoo.com
- www.feedreader.com (agregador RSS)



Móviles: SMS, vídeo

¿Qué otro dispositivo está más al alcance de cualquiera las 24 horas del día?

● Información de texto

- Micropublicaciones
- SMS pull
- SMS push
- Proximidad / bluetooth

● Información en vídeo: YouTube



Desarrollo de TI = TV móvil

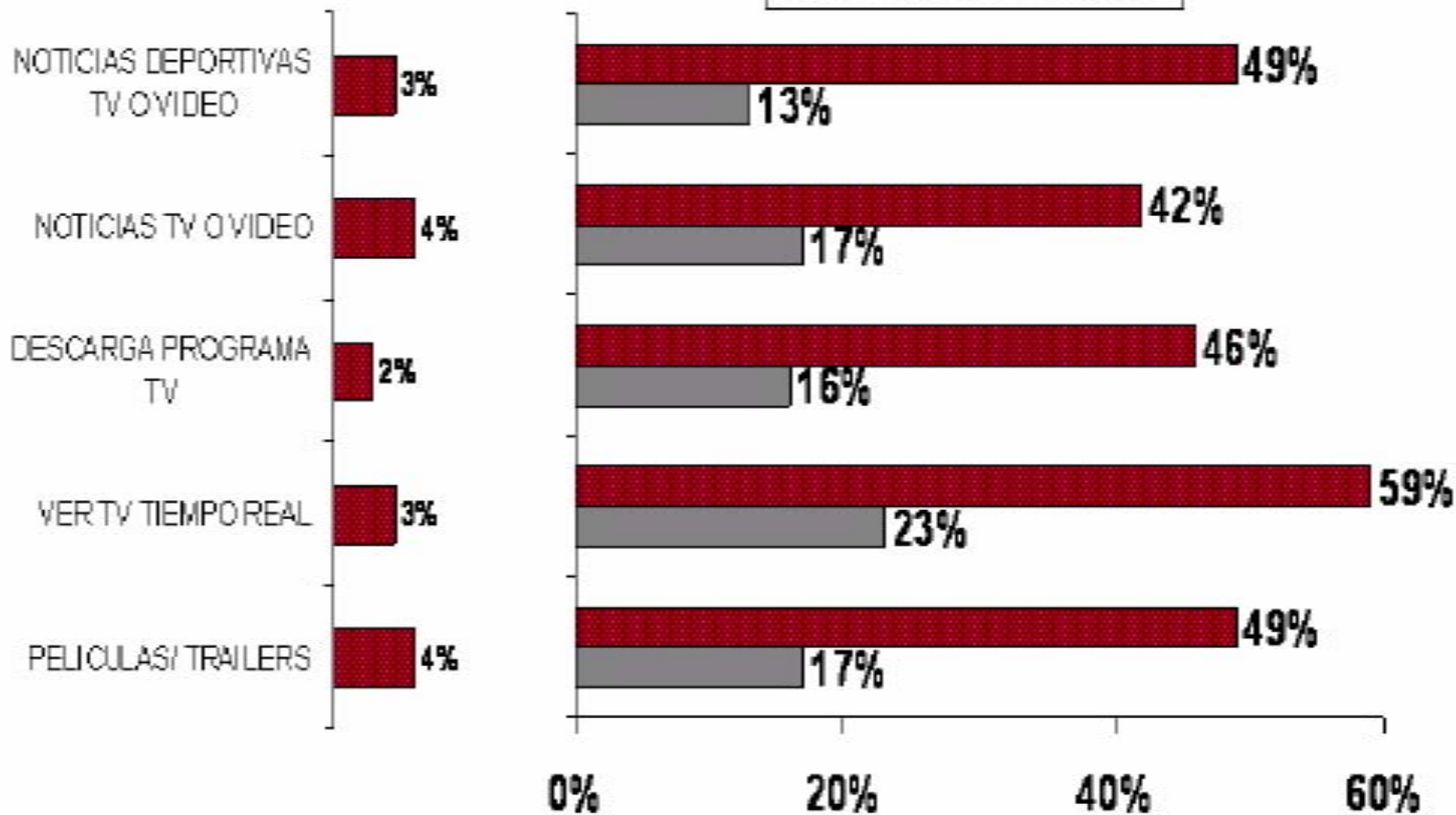


- 3G permite televisión móvil
- Nuevos estándares permitirán mejor calidad de imagen y sesiones más largas
- Los usuarios buscan en el móvil los mismos contenidos que en la TV y se muestran interesados en pagar por ello

USO ACTUAL

USO FUTURO

■ No usuarios ■ Usuarios



DIRECTO



BUCLE



Enlaces

- clubzed.com/NBA/ES
- [Descargas móviles Real Madrid en Marca](#)
- www.youtube.com/feb
- sms.feb.es





● TV móvil Antena 3

Widgets, gadgets y web slices

Herramientas adicionales avanzadas para distribución de información

- **Son funcionalidades programadas, “empaquetadas” para poder incorporarse tal cual a otros sitios:**
 - Widgets: otras páginas web
 - Gadgets: escritorio de Windows Vista
 - Web slices: navegadores



Imaginemos la TV del futuro



Televisión convencional vs. TV online



45 millones usuarios de TDT

1.200 millones usuarios de Internet

Los vídeos representan el 40% del tráfico en Internet



¿Qué vemos en la TV?



- Eurocopa 2008 (4.926.000 esp.)
- Operación Triunfo (4.061.000 esp.)



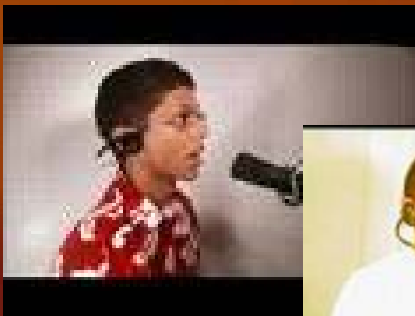
- Yo soy Bea (3.072.000 esp.)
- Los Simpson (2.803.000 esp.)
- Telediario 1 (2,746.000 esp.)

¿Dónde esta la comunicación?

- Más de 100 millones de vídeos servidos al día por **YouTube**

“Evolution of Dance”

89 millones de visionados



“Chocolate Rain”

24 millones de visionados

Por si no está claro aún

- Microsoft y la NBC acuerdan distribuir más de 36.000 horas de programas sobre los Juegos Olímpicos
- La BBC llega a un acuerdo con YouTube para ofrecer sus informativos en Internet
- Deutsche Telekom y Microsoft firman acuerdo para ofrecer TV a través de Internet por red de banda ancha
- La FEB llega a un acuerdo con YouTube para la explotación de un canal de baloncesto





- Noticias plataforma elecciones 2008
- Demo sobre TDT en Olimpiadas

Modelo basado en verbos

Los consumidores quieren algo más que leer, quieren una experiencia

Crear Subir Ver
Compartir
Enviar
Comentar
Participar



main menu



watch



listen



play



talk



read



eat



shop



kids play



quicknav

movies

music

seat-to-seat chat

drinks

movies

music videos

radio

chat rooms

snacks

tv

tv chat

meals

premium tv

email & text message

order history

multi-lingual tv

help



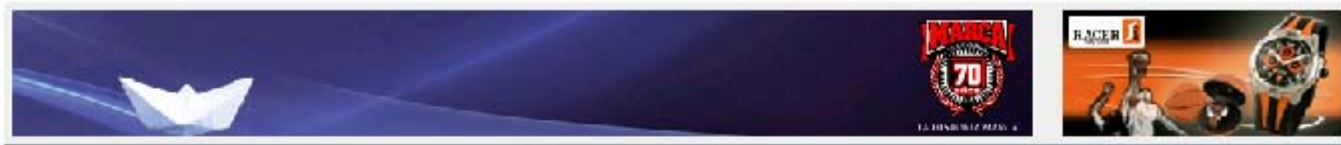
WIKIPEDIA

 **myspace.com**
a place for friends

CNN BORDER FENCE FIGHT
LAWMAKERS BATTLE OHS
U.S. MILITARY CONSIDERS 'NOT SERIOUS' - U.S. OFFICIAL

Visión global de la comunicación en Internet





MARCA.COM

MARCA.COM Google Búsqueda

FÚTBOL FÓRMULA 1 TODO MOTOR BALONCESTO TENIS CICLISMO GOLF ATLETISMO BALONMANO PÁDEL MÁS DEPORTES MÁS WEBS TIENDA

Política : Baloncesto : Basket FEB

BASKET FEB



Daniel Clark: "No me siento engañado por el

RESULTADOS

- LIGA FEB**
 - LEB ADECCO GDO Estadística Resultados Calendario Ranking
 - LEB ADECCO PLATA Estadística Resultados Calendario Ranking
 - LEB ADECCO BRONCE Estadística Resultados Calendario

EL GORDO VENDIDO AQUÍ 06381

La Bruja de Oro consigue nuevamente **El Gordo de Navidad** Otro año más de suerte. Y ahora es por la Interfaz "FIN 50", consigue.



DESTACADOS

SERGIO RODRIGUEZ

11 **5** **9** **7**

NEOLIBERISMO KIPKANDUO POKKA INOYAKKI

Conclusión

- La comunicación cada vez es más sofisticada para llegar al cliente y venderle
- Múltiples recursos: escoger los más adecuados a nuestra economía y caso
- Planificar bien la estrategia de comunicación, el usuario no quiere que le molesten
- Alcanzar a nuestro colectivo no es tan caro

¿La rentabilidad que busco es sólo económica?



Preguntas o comentarios
