



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE
VENEZUELA



UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN DE PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y GESTIÓN DE
PROYECTOS

**PLAN DE PROYECTO PARA DEFINIR LA RED SOCIAL MÁS FACTIBLE EN
LA REALIZACIÓN DE TRANSMISIONES EN VIVO DEL HIPÓDROMO LA
RINCONADA A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA FEL.**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Planificación,
Desarrollo y Gestión de Proyectos,
presentado por:**

Araujo Pinto, Jolermi Leonor, CI: 18.363.324

Asesorado por:

Bastidas Gustavo, asesor de Seminario de Trabajo Especial de Grado III
Cressa Rudi, asesor académico

Caracas, enero de 2021

ACTA DE APROBACIÓN DEL TEG

REC-0130647281-0



Comité de Estudios de Postgrado Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: "PROYECTO PARA DEFINIR LA RED SOCIAL EN TRANSMISIONES EN VIVO DE CARRERAS DEL HIPÓDROMO LA RINCONADA", presentado por la ciudadana: ARAUJO PINTO, JOLERMI LEONOR, cédula de identidad N° 18.363.324, para optar al título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, dejan constancia de lo siguiente:

1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día 20 de febrero de 2021 de forma virtual según las herramientas tecnológicas destinadas para éste fin por la universidad.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de sus autores, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores decidieron otorgar la calificación de Aprobado "A" por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

En Caracas, el día 20 de febrero de 2021.

Prof. Gustavo E. Bastidas Ramirez
C. I. 13.716.421



Prof. Marcella S. Prince Machado
C.I. 5.003.329

Prof. Rudi L. Cressa Azahcot
C. I. 17.400.737

CARTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Caracas, 03 de Febrero de 2021

Señores
Universidad Monteávila
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Por medio de la presente informo que hemos revisado el borrador final del proyecto de Trabajo Especial de Grado de la ciudadana: ARAUJO PINTO, JOLERMI LEONOR, cédula de identidad N° 18.363.324, cuyo título tentativo es "PROYECTO PARA DEFINIR LA RED SOCIAL EN TRANSMISIONES EN VIVO DE CARRERAS DEL HIPÓDROMO LA RINCONADA", el cual cumple con los requisitos vigentes de ésta casa de estudios para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los 03 días del mes de febrero de 2021.



Prof. Rudi L. Cressa Azancot
C. I. 17.400.737

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN



Gobierno Bolivariano
de Venezuela

Ministerio del Poder Popular
para la Juventud y el Deporte

Instituto Nacional
de Hipodromo.



Caracas; 19 de Enero de 2021

Universidad Monte Ávila.

ESPECIALIZACIÓN DE PLANIFICACION, DESARROLLO Y GESTION DE PROYECTOS

Atención.

Ante todo reciban un cordial saludo, por medio de la presente comunicación se emite carta de autorización de proyecto y le informamos que el mismo se realizó bajo la siguiente denominación "PLAN DE PROYECTO PARA DEFINIR LA RED SOCIAL MÁS FACTIBLE EN TRANSMISIONES EN VIVO DE CARRERAS DEL HIPÓDROMO LA RINCONADA A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA FEL" por cuanto la estudiante **JOLERMI ARAUJO**, Cédula de Identidad Número **V-18.363.324**, quedó facultada para realizar el estudio dentro de nuestra institución con fines estrictamente académicos.

Sin más que hacer referencia y quedando a sus órdenes.

Atentamente.


DRA. TISBETH CORCEGA
CONSULTORA JURIDICA
DE LA JUNTA LIQUIDADORA DEL INSTITUTO NACIONAL DE HIPODROMOS

Para validar cualquier tipo de información; Teléfono 0414-1072917.



¡INDEPENDENCIA Y PATRIA SOCIALISTA! ¡VIVIREMOS Y VENCEREMOS!

Av. Intercomunal Valle-Coche, Edificio Sede Instituto Nacional de Hipódromos (INH), Telf.0212-6815729 / www.inh.gob.ve

Escaneado con CamScanner

DEDICATORIA

A Dios, mis hijos, mis profesores y a mi familia, en especial a mis tíos que fallecieron el mismo día durante la pandemia (15 de agosto de 2020), cuyo hecho me enseñó que la vida es un viaje corto, y nada se compara con esos momentos que nos llenan de dicha, como es la de abrazar a nuestros seres queridos cada despertar.

Aunque también enfermé y sentí que los estudios estaban en segundo plano, comprendí que debía terminar la especialización, para así cumplir una de mis metas, escribiendo una historia diferente en las páginas de mi memoria, esa que se niega a rendirse, porque no quiere borrarse de este mundo sin antes registrar la victoria en los deseos que he tenido desde niña, cuando aprendí a la fuerza a eliminar los no de mi cabeza.

Se la dedico a todos los jóvenes que vienen de sitios humildes, de luchar por sobrevivir, de trabajar por su familia, para que se motiven a pensar fuera de la caja y crean en sí mismos para marcar la diferencia.

A la constancia, a la fe, a la valentía por mejorar el destino a toda costa, a esto lo dedico.

Enero de 2021

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios, por seguir viva.

A mi familia, por ser mi motivación, en especial a mis padres por su paciencia y su apoyo incondicional y a mi hermano menor Yonder quien me guió justo cuando iba a declinar.

A la Universidad Monte Ávila, por la oportunidad de ser parte de esta prestigiosa institución y por contar con un *staff* de profesores del alto nivel como lo son Marcella Prince, Gustavo Bastidas, Rudi Cressa y David Pereira.

Al Presidente del Instituto Nacional de Hipódromos, Antonio Álvarez, por confiar y creer en mí, financiar la especialización y permitirme llevar a la práctica exitosa el proyecto de multitransmisión en las instalaciones del Hipódromo, quedando como un hito en la historia del hipismo en momentos de pandemia.

A todos: Gracias!!!



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE
VENEZUELA



UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN DE PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y GESTIÓN DE
PROYECTOS

Autor: Araujo Pinto, Jolermi Leonor

Tutor: Bastidas, Gustavo

Cressa, Rudi

Año: 2021

RESUMEN

Gestionar proyectos, exige implementar de manera efectiva los procesos de planificación, ejecución y control; promoviendo la aplicación sistemática de conocimientos, habilidades, equipos y técnicas para alcanzar o exceder los requerimientos de los involucrados, en diversos campos y áreas: finanzas, construcción, civil, eléctrico, publicitario, entre otros mediante las herramientas tecnológicas para tener un mayor alcance hacia el público cautivo. La presente investigación tiene por objeto desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL. Se plantea un estudio como proyecto Factible/Mixto de tipo Documental de nivel exploratorio-descriptivo que busca Diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada *on line*, así como definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada con el fin último de diseñar el plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada. Se presentarán los resultados para determinar la red social más utilizada por los usuarios que son asiduos a este deporte, tomando en cuenta los reportes de transmisión del INH. Además, la presente investigación buscar contribuir a la mejora continua como una práctica exitosa a través de la gestión de proyectos mediante la metodología FEL.

Palabras claves: gestión de proyecto, red social, transmisión en vivo, hipódromo La Rinconada, metodología FEL.

ÍNDICE

DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN.....	VIII
ÍNDICE	IX
ÍNDICE DE FIGURAS O GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE CUADROS O TABLAS.....	XII
LISTA DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Formulación del problema	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Justificación e Importancia.....	12
Alcance y Delimitación.....	14
Limitaciones	16
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	18
Antecedentes	18
Bases Teóricas.....	24
- <i>Gerencia de Proyectos</i>	24
- <i>Metodología FEL</i>	25
- Redes Sociales	27
- Tipos de redes sociales	28
- Instituto Nacional de Hipódromos (INH).....	31
Bases Legales	31
Conceptos Básicos.....	36
CAPÍTULO III. MARCO ORGANIZACIONAL.....	38
Historia de la Organización, constitución y objeto social.....	38
Marco filosófico y marco legal	39

Organigrama.....	40
Estructura física, personal y mercado	41
- <i>Productos o servicios</i>	41
- <i>Audiciencia y público consumidor</i>	42
- <i>Análisis de competidores</i>	42
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO	43
Línea de Trabajo.....	43
Tipo de Investigación	43
Diseño de la Investigación	43
Variables por objetivos.....	44
Población, muestra y unidad de análisis.....	46
Técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de datos	46
Presentación y análisis de los resultados.....	47
Metodología y técnicas del proyecto.....	48
CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	50
Presentación de la Propuesta	50
Objetivos	50
Desarrollo de la propuesta.....	51
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
Conclusiones	69
Recomendaciones.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
APÉNDICES Y ANEXOS	82
Apéndice N°1. Cuestionario.....	82
Apéndice N°2. Matriz de Respuesta del cuestionario	84
Apéndice N°3. Matriz FODA cruzado.....	87
Apéndice N°4. Diario de Campo (Reporte de Transmisión)	88
Apéndice N°5. Instrumentos de validez por juicios de expertos	94

ÍNDICE DE FIGURAS O GRÁFICOS

Figura 1: Triángulo Tridimensional Calidad-costo-tiempo.....	25
Figura 2: Fases de la metodología FEL.....	26
Figura 3: Organigrama de la Superintendencia Nacional del Actividades Hípicas...	40
Figura 4: Ciclo de procesos de una fase FEL.....	48
Figura 5: Ciclo de procesos en la Propuesta.....	51
Figura 6: Diagrama Fase I.....	52
Figura 7: Diagrama Fase II.....	57
Figura 8: Diagrama Fase III.....	62
Figura 9: Diagrama de Ejecución de Procesos.....	66
Gráfico 1: Planificación maestra.....	53
Gráfico 2: Transmisión en vivo.....	85
Gráfico 3: Viabilidad.....	86

ÍNDICE DE CUADROS O TABLAS

Cuadro 1: Cronograma de ejecución	17
Cuadro 2: Definición y operacionalización de las variables de investigación	45
Cuadro 3: Presentación de la Fase 1 –Fase de visualización.....	52
Cuadro 4: Presentación de la Fase 2 –Fase de conceptualización	56
Cuadro 5: Matriz de redes sociales	60
Cuadro 6: Costos estimados del recurso humano	61
Cuadro 7: Costos estimados del recurso material.....	61
Cuadro 8: Presentación de la Fase 3 –Fase de definición.....	62
Cuadro 9: Estimados de costos definitivos	66
Cuadro 10: Matriz de Respuesta del cuestionario	84
Cuadro 11: Transmisión en vivo.....	85
Cuadro 12: Viabilidad.....	86
Cuadro 13: Visualizaciones y espectadores.....	88

LISTA DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS

CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
FODA	Análisis de matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas)
EIAA	<i>European Interactive Advertisin.</i>
FEL	<i>Front End Loadin.</i>
HINAVA	Hipódromo Nacional de Valencia.
IAB	<i>Interactive Advertising Burea.</i>
IFHA	Federación Internacional de Carreras de Caballos.
INH	Instituto Nacional de Hipódromos.
MM	Mil millones.
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
PIB	Producto Interno Bruto.
SOW	<i>Statement of Work.</i>
SUNAH	Superintendencia de Actividades Hípicas
TICs	Tecnologías de Información y Comunicación.

INTRODUCCIÓN

Gestionar proyectos, exige implementar de manera efectiva los procesos de planificación, ejecución y control; promoviendo la aplicación sistemática de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas para alcanzar o exceder los requerimientos de los involucrados, en diversos campos y áreas: finanzas, construcción, civil, eléctrico, publicitario, entre otros, en el que se gestan nuevas alternativas para el logro de los fines perseguidos de manera eficiente, oportuna, valorando recursos como el tiempo y los costos.

Además, se evidencia que en los últimos años han surgido diversas herramientas que ofrecen la información de modo diferente a los formatos tradicionales, evidenciándose que el consumo de información actualmente está dominado por las plataformas tanto digitales como móviles. En ese sentido, estas tecnologías condicionan cómo el usuario recibe la información e interactúa con los contenidos.

Para ello es relevante seguir con los avances tecnológicos que permitan la creación de negocios emergentes pero también la expansión de un proyecto en negocios tradicionales, logrando niveles de calidad acordes a las exigencias mundiales, acompañada esta de procesos eficientes que conlleven a la obtención de productos que satisfagan necesidades de clientes y usuarios, apoyándose en el mejoramiento continuo de las operaciones medulares; más aún en los contextos actuales, donde las realidades plantean nuevos modelos de gestión, basados en la lógica de operaciones sustentables y benignas con el ambiente y un caso de esto para la mejora continua corresponde a las transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada.

En tal sentido, la presente investigación se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I, consiste en el planteamiento del problema detalladamente, se establece el eje central de la investigación o interrogantes que fundamenten el objetivo general, del cual se desprenden los objetivos específicos, planteándose el alcance, las limitaciones, así como la justificación e importancia de la misma.

En el capítulo II se fundamenta en el marco teórico referencial, es decir, antecedentes relacionados a la investigación, artículos, trabajos de grado, revistas asociadas al estudio, así como las bases teóricas y legales que sustentan la investigación.

Seguidamente, en el capítulo III, el lector encontrará lo referente al marco organizacional, tales como la historia de la organización, el marco filosófico y legal, así como el organigrama.

En el capítulo IV se presenta el marco metodológico, en el que se describirá la línea de trabajo, el tipo y diseño de investigación, el cuadro de variables por objetivos, la población y muestra, las técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de datos, así como la presentación y análisis de los resultados, como la metodología y técnicas del proyecto.

En el capítulo V, titulado el desarrollo de la propuesta, constituye la metodología empleada, así como la planificación del proyecto.

Por último, en el capítulo VI se presentarán las conclusiones y recomendaciones por la autora de la investigación.

En apéndices y anexos, el lector encontrará todos los materiales elaborados por la autora que respaldan los resultados en el proceso de investigación.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La globalización como proceso dinámico que incide en las áreas económica, política, social, cultural y tecnológica produce efectos en el contexto diluyendo las fronteras, apoyando el libre comercio, generando aumento del mercado laboral a través de la sociedad de consumo, produciendo la valoración de la dignidad mediante los derechos fundamentales, así como la satisfacción de necesidades individuales y colectivas.

Debido a este proceso de globalización, en el área tecnológica se evidencia avances en la conectividad como medio de comunicación e intercambio de información, masificación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y el uso y expansión del internet, estando presente en la vida de las personas desde hace tiempo, ayudando al desarrollo humano.

Y estos avances tecnológicos han producido cambios en la forma de hacer negocios, de aproximarse entre los seres humanos y hasta de recrearse, reinventando la forma en la que las organizaciones y las personas puedan ser cada vez más competitivas; por eso, con la aparición del Internet en el mundo, trajo consigo el uso de las redes sociales como una necesidad adquirida, que revolucionó los patrones de consumo, así como los canales de distribución y factores claves en la relación empresa-consumidor (Jiménez Prieto, 2014:3).

Además, Jiménez Prieto (2014), señala que desde campañas presidenciales, adjudicaciones de hechos terroristas, premios en competencias internacionales, denotan la capacidad de las redes sociales de influir sobre el consumidor, dada su rapidez, alcance, proximidad, viralización, bajo costo y *feedback*; situación que las empresas en cualquier ámbito político, económico, deportivo, religioso, deben saber aprovechar (p.3) afectando la

dinámica diaria del ser humano, cambiando costumbres, procedimientos, hábitos y a su vez, formas de concebir la vida.

A este respecto, las nuevas tecnologías de información están transformando y facilitando la interacción social ya que le ponen en contacto con un mundo total, un estudio realizado por *Computing Technology Industry Association* (CompTIA7, 2006) revelan que el PIB y el crecimiento de la productividad se aceleran en la medida en que el uso de las TIC aumenta. Los autores señalan que cada incremento de 10% en el capital de TIC aumenta el PIB en 1.6% en una economía con bajo uso de TIC y 3,6% en una con alto uso de TIC. Es decir, las TICs permiten la creación de negocios emergentes, pero también la expansión de un proyecto en negocios tradicionales

Ahora bien, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL s/f), explica que las redes sociales deben ser entendidas como un conjunto de relaciones entre personas y organizaciones, e identifica cuatro tipos de abordaje, como lo son: las redes interpersonales, las redes comunitarias, las redes institucionales tanto públicas como privadas, y las redes privadas o públicas que se desarrollan en los sectores de producción y servicios para el crecimiento y la búsqueda de nuevos mercados.

Con relación a este último aspecto, en el mundo es posible visualizar a través de las redes sociales cualquier transmisión en vivo. La cobertura de eventos en directo cobra relevancia en el mercado digital, debido al poder de conectarse con el público de manera automática, generando interacciones que construyen comunidades digitales que aumentan la atención de un evento; ya que “las tecnologías digitales han cambiado de forma radical y con rapidez la manera de trabajar, consumir y comunicarse” señala Ángel Gurría, Secretario General de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE s/f).

En América, las redes sociales se volvieron un canal de comunicación indispensable para los negocios, utilizadas para impulsar su imagen o para captar audiencia. Los videos, para el 2019, figuran como una fuente para generar más del 80% del tráfico en Internet según la agencia de Posicionamiento Web Málaga.

La premura y rutina actual impide a las personas asistir a todos los eventos, aún más en tiempos de pandemia, en los que la distancia social es imperativa. La tecnología permite la participación de los usuarios en actividades distantes, sin salir de sus casas, desde cualquier lugar del planeta Tierra, solo con un celular, tableta o portátil, gracias al *streaming*, o transmisión en vivo (EUROFORUM, 2018).

Las carreras de caballos o hípica, es una actividad destacada por sus impactos deportivos y económicos; en el ámbito mundial mueven gran cantidad de público espectador, por su carácter deportivo, así como de envite y azar. El equino y el hombre han estado relacionados en el arte de montar desde hace unos cinco o seis milenios, cuando se descubrieron los grandes beneficios de su uso en el transporte, la guerra y la cacería

La historia del caballo y el jinete es larga, aunque se trate de dos seres distintos, con mentalidad y disciplina particulares; ambos son atletas y su trabajo en conjunto en cacerías y guerras ha permitido al hombre dominar al equino en diferentes escenarios y formas.

La mayor parte de las disciplinas hípicas que figuran en el área deportiva actual, con transformaciones del trabajo con caballos empleado en años anteriores, tal como el rodeo en Estados Unidos, la charreada y jaripeo en México.

Para Deraga (2007) es fascinante cómo el caballo ha mantenido su importancia económica y social a través del tiempo, atravesando transformaciones en sus actividades con la llegada de las máquinas, pero conservando su papel fundamental con la gente y el deporte.

Las carreras de caballos como deporte profesional comenzaron en Inglaterra, donde se formó un Jockey Club en el año 1750, dominando las carreras inglesas. En el mundo figuran 10 grandes hipódromos: La Zarzuela, Madrid, España; Meydan, Dubái, Emiratos Árabes; Royal Ascot, Berkshire, Inglaterra; Longchamp, París, Francia; Churchill Downs, Louisville, EE. UU; Maroñas, Montevideo, Uruguay (Iluxenio, 2019).

De acuerdo con la Federación Internacional de Carreras de Caballos (IFHA), el 80% de toda la actividad hípica internacional se disputa en 10 países. Estados Unidos reúne más del 30% de las competencias, mientras que Australia y Japón concentran 10% cada uno. En Latinoamérica, tres países están entre los 10 primeros del mundo tales como Argentina que lidera la región en el cuarto puesto, seguidamente Chile en el quinto lugar y Brasil en el octavo.

En Estados Unidos, principal organizador de carreras hípicas, es una referencia de las transmisiones en directo vía *streaming*, a través de portales en Internet tales como: VideoHípico.com y RaceBets (RaceBets, 2020) (VideoHípico, 2020). Esta modalidad aún no existe en Venezuela.

El *streaming*, o transmisión en vivo vía redes sociales, se ha convertido en la solución más práctica para aumentar el impacto y la difusión de eventos. Aunado a que es sencillo y económico, gracias a las plataformas que permiten la opción del en directo: Facebook Live, Periscope o YouTube Live. Para llevarlo a cabo este servicio, solo es necesaria una cámara de vídeo, un ordenador y, por supuesto, una buena conexión a internet. Y para disfrutarlo bastaría con un teléfono móvil, una tableta o un ordenador fijo o portátil.

Cifras de Telefónica, la empresa de telefonía propietaria de Movistar, parecen confirmar que los venezolanos son adictos a Internet (Mundo, 2016). El auge de los

móviles promueve que los contenidos se consuman más en redes sociales (García, 2016, p.327).

De acuerdo con García (2016) en España, el 53,4% de los internautas usa las redes sociales para estar informado. El 93,9% de las personas que se conectan lo hacen vía móvil. En Estados Unidos, 39 de 50 portales de noticias reciben más tráfico desde el móvil que desde la computadora.

Ahora bien, el deporte hípico venezolano lo tutela y administra el Instituto Nacional de Hipódromos (INH), ubicado en La Rinconada, al sur de Caracas, Parroquia Coche del Municipio Libertador, lugar de difícil acceso dada la escasez de medios de transporte, gasolina y dinero en efectivo para costear el pasaje (Franquis, 2020).

De acuerdo con Arraiz (2016), la pasión hípica en Venezuela deviene de 1817, cuando se formalizaron las primeras competencias entre equinos, organizadas por personeros de la legión británica.

Los hipódromos venezolanos de El Callao (1876), Sabana Grande (1882 y 1886). El Paraíso (1908) y La Limpia (1948), dieron paso a la etapa dorada de las carreras y su notable evolución con la apertura del moderno Hipódromo La Rinconada (1959), principal en el país, con gran impacto socioeconómico e impulso definitivo a la industria hípica, catapultando otros óvalos en el interior como el Hipódromo Nacional de Valencia (HINAVA) en 1983 y el zuliano de Santa Rita en 1988 (Deivid, 2018, p. 153-154). El Poliedro de Caracas y la Maternidad Concepción Palacios figuran entre las obras materializadas con recursos provenientes de la jugada hípica.

Antes de existir el Hipódromo La Rinconada, ya El Paraíso había rebasado su capacidad. Durante el Gobierno de Marcos Pérez Jiménez se aprobó el proyecto del actual

óvalo capitalino y se edificó su majestuosa estructura en lo que era la hacienda Haras La Rinconada, mayor criadero del país (Instituto del Patrimonio Cultural , 2007).

Con una capacidad de más de 12 mil 500 espectadores, el Hipódromo La Rinconada lo rige una Junta Liquidadora, presidida por Antonio Álvarez, político, deportista y cantante venezolano, quien también es el Superintendente Nacional de Actividades Hípicas, órgano del Estado venezolano, adscrito al Ministerio del Poder Popular para el Deporte, encargado de inspeccionar, supervisar y regular la administración de los hipódromos nacionales, así como todo lo relacionado a los licenciarios de juegos y apuestas hípicas (SUNAHIP).

Esta Junta Liquidadora fue creada el 25 de octubre de 1999, por el fallecido presidente Hugo Chávez, que tendría a tres representantes nombrados por los entonces ministerios de Producción y Comercio; Finanzas y otro por el Fondo de Inversiones de Venezuela. Sin embargo, en 15 años, tuvo al menos nueve presidentes, sin concretarse el objetivo de su creación (Poderoperia , 2020).

En 2011, el Ministerio de Turismo asumió las riendas del ente liquidador que en ese entonces estaba en poder del Ministerio para el Despacho de la Presidencia. En 2013 pasó a ser manejada por el Ministerio de Deporte.

El paso de tantos presidentes por esta Junta Liquidadora ha dejado a su paso cuestionamientos, como el reseñado en el blog de la escritora, investigadora y politóloga venezolana, radicada en Nueva York, Maibort Petit (2017), en el que señala que todas esas juntas liquidadoras han dado como resultado el cierre paulatino de los hipódromos de Valencia y Maracaibo, quedando solo el de La Rinconada en Caracas, sin reestructuraciones (Petit, 2017).

La industria hípica genera fuentes de empleos para miles de personas, aporta a la economía del país, además de ser un arraigo cultural y fuente de entretenimiento. Sin

embargo, la hípica venezolana atraviesa una importante ausencia de público en las tribunas y gradas de los hipódromos, por ser lugares de remoto acceso y escasa seguridad (El Estímulo, 2016). El Catálogo del Instituto de Patrimonio Cultural (2007) reseña que el estado de conservación de este bien patrimonial es deficiente.

El sitio web El Estímulo (2016), reseñó un artículo titulado “Ruina” pegó la carrera” en el que describió de manera anecdótica el deterioro del espacio físico, así como el lenguaje y vestimenta de las personas.

Las carreras en la actualidad se desarrollan, en condiciones normales, solo los días viernes en HINAVA, sábados y domingos en las tardes en La Rinconada. Mientras que Santa Rita en Maracaibo lleva años en restauración. Las transmisiones se hacen vía circuito cerrado de televisión, es decir, solo tienen acceso los centros de apuestas autorizados y centros hípicos que hayan comprado la licencia (SUNAHIP).

Durante este 2020, el instituto anunció a través de sus redes sociales importantes inversiones en su infraestructura, que hacen más vistoso el lugar en sus pistas internas y adyacencias (@oficialinh, 2020), no obstante, hasta ahora no se conocen o registran inversiones en equipos técnicos y personal para el manejo y actualización de su canal INH Televisión, que opera dentro de las instalaciones del Hipódromo La Rinconada.

El Circuito Cerrado de Televisión de la Junta Liquidadora del Instituto Nacional de Hipódromos posee una cuenta en Twitter, creada en junio de 2013, con más de diez mil seguidores, que no lanza un tuit desde el año 2015 (@INHTElevision).

Esta señal exclusiva de los centros hípicos y agentes autorizados, conocidos como Vende Paga, también carece de apogeo, debido a la obligatoriedad del consumo durante jugadas consecutivas, para poder disfrutar de las carreras en vivo mediante monitores, además de las discusiones que traen las llamadas apuestas ilegales y porcentajes paralelos

de apuestas (Naranjo, 2016). Aunque están en lugares más asequibles, los constantes apagones también representan un riesgo (Machado, 2018).

Las redadas policiales también son típicas en los Centros Hípicos, fomentando las apuestas ilegales “matracas”, que son “pagos” de protección. Esto ha incrementado la opción de la apuesta telefónica, como se implementa en Estados Unidos y Japón (Casas, s/f).

Es fin, el público capitalino amante del deporte hípico tiene muchas trabas para disfrutar de las carreras de caballos en vivo, ya sea desde el hipódromo o desde el centro de apuestas.

Las personas buscan los resultados de cada carrera a través de las redes sociales del INH, @OficialINH en Twitter, Instagram, Facebook y YouTube, que son procesados y publicados momentos después, cuando ya se ha perdido la pasión de ligar la jugada, algo que es un sentimiento de pertenencia para el apostador.

Solicitudes de usuarios registradas en el Instagram del instituto (@oficialinh), denotan la necesidad de transmitir en vivo las carreras de caballos, vía redes sociales, para ser visualizadas desde cualquier parte, dentro y fuera del país, quedando un registro posterior perenne de la publicación, tras conocerse los resultados de forma inmediata, solo teniendo a la mano un celular inteligente o una computadora.

En este sentido, surge la necesidad de desarrollar a través de la metodología de gestión de inversión FEL (*Front End Loading*), que permite el desarrollo por etapas, con análisis de costos, reducción de riesgos y desarrollo del alcance (conexionesan, 2015), un plan de proyecto para seleccionar la red social más adecuada para transmitir en vivo, vía redes sociales, las carreras de caballos.

Formulación del problema

Para que el público capitalino pueda disfrutar cada fin de semana del espectáculo hípico, desde la comodidad de su hogar, o desde el lugar de su preferencia, sin gastos cuantiosos, de manera fácil y rápida, con base al planteamiento del problema, surgen las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuán factible es la transmisión de las carreras del Hipódromo La Rinconada vía web?
2. ¿Cuál sería el mecanismo más adecuado para transmitir las carreras del Hipódromo La Rinconada vía web?

Objetivo General

Desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en la realización de transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL.

Objetivos Específicos

- 1- Diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada *on line*.
- 2- Definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada.
- 3- Diseñar el plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada.

Justificación e Importancia

La tecnología es un medio para conectar, comunicar y persuadir a los usuarios, hacer redes y disfrutar del espectáculo de su preferencia, siendo importante en las actividades deportivas.

Es de relevancia social ya que como señala Rodríguez (2014) comunicar es en la actualidad es acceder al público de una forma rápida, directa, veraz y completa (p.169)

Este proyecto permite la innovación a través del desarrollo un plan de proyecto que haga viable estas transmisiones colocaría al INH en sintonía con la tecnología moderna, acercándolo a su público, rompiendo a través de la era digital todas las barreras geográficas, económicas y sociales, responsables de la ausencia de público en tribunas y centros autorizados.

Y, la comunidad hípica en general contaría con la probabilidad de visualizar el espectáculo de los fines de semana, sin gastar en pasaje, sin exponerse a la inseguridad, sin gastar en las famosas vende paga, solo con un portátil o celular inteligente, accediendo a una red social que permita la transmisión en paralelo.

Como aportación académica, sería la primera vez en la historia de Venezuela que se aplicaría este tipo de técnica al ámbito del deporte hípico, alineándose a potencias como Estados Unidos que figura como el principal organizador de carreras según la IFHA, donde se puede apostar y visualizar cada competencia, a través del video *streaming*, incluso desde otro país. Se conocerían los resultados en directo, aumentando la credibilidad del instituto, se pueden organizar comunidades digitales, conocedoras de pronósticos hípicos, para que las personas comenten y se identifiquen con las actividades; por otra parte, se visualizarían de antemano los equinos a correr en la próxima carrera, así como los dividendos, retirados,

tiempos y orden de llegada, así como la imagen y/o entrevista de los jinetes ganadores y propietarios. Todo esto solo con un enlace.

Como aporte práctico, transmitir en vivo tiene otro punto a favor para el INH, como para los usuarios debido a que según Whatchity, (s/f):

- No existen distancias. Sin moverse de lugar, se puede disfrutar en directo de la carrera.
- Respuesta inmediata. Las redes sociales admiten comentarios durante las transmisiones para conocer en tiempo real lo que piensa la audiencia, pudiendo el INH cambiar un enfoque o tomar riendas en el asunto de ser necesario, por ejemplo, al momento de un reclamo.
- Alcance. Se puede llegar a miles de usuarios al mismo tiempo, sin importar los límites geográficos.
- Cercanía y proximidad. Las redes sociales brindan una sensación de compañía en la intimidad de cada ser, porque las transmisiones en vivo generan naturalidad y espontaneidad.
- Anuncios especiales. Existe la opción para el INH de hacer anuncios especiales, como comunicados, sanciones y transmitirlos en directo, así como abrir la posibilidad de obtener patrocinio de clientes interesados en ofrecer sus productos o servicios a miles de espectadores en directo (publicidad).
- Humaniza la marca. La interacción instituto- espectador crece al demostrarse ver que detrás de la marca u organización, hay personas reales atendiendo solicitudes en línea, respondiendo inquietudes, es decir, trabajando para ellos.

Si las comunicaciones entre el INH y su comunidad hípica en general se han visto afectadas a lo largo de los años, la cercanía que proporcionan este tipo de transmisiones, se puede perfilar como la oportunidad de conectarlos y motivarlos.

Nuevos ingresos que pueden beneficiar a los trabajadores o a la sociedad. Este proyecto ahorra costos a los usuarios, porque evita desplazamientos innecesarios. Asimismo, abre el abanico de incorporar banners publicitarios o ceder derechos de transmisión a otros portales digitales interesados, cuyos recursos pueden destinarse a obras benéficas o mejoras laborales.

A nivel personal, sería de gran satisfacción para la autora aportar de manera innovadora la concepción del hipismo en Venezuela.

Alcance y Delimitación

La presente investigación mediante el plan de propuesta busca favorecer la realización de las carreras hípica como parte del entretenimiento de los venezolanos que se sientan aficionados a este deporte y juego de azar.

Al mismo tiempo, constituirá un elemento innovador en cuanto a la propuesta de tener un acercamiento con la población, por ello este plan de proyecto se contempla realizar en un área cercana al óvalo capitalino, que tenga a su vez cercanía con la señal del máster de INH televisión y acceso a Internet con velocidad de carga acorde para los contenidos a transmitir.

El diseño del plan de ejecución se estima realizarse en seis meses, con un cronograma de actividades que contemple al menos tres entregables o pruebas in situ durante los días sábado y domingo, cuando corran los caballos en Caracas, comenzando a transmitir de manera interrumpida por carrera desde la una hasta las seis de la tarde.

La operación técnica operacional en la fase de ejecución por parte de la directiva del INH, podría generar empleos directos e indirectos a las personas que viven en las comunidades cercanas. También, en caso de generarse patrocinios por las transmisiones, ese dinero puede usarse para acondicionar las barreadas que se deja ver como cinturón del Hipódromo La Rinconada.

De los portones que componen la metodología FEL, se abarcarán las primeras tres etapas, dejando la fase de ejecución en manos de la Junta Liquidadora del INH.

Se identificará la oportunidad de instalar la sala u oficina de transmisión con todos su equipos y personal técnico-administrativo, se planteará el proyecto seleccionado la red social más conveniente que resulte del estudio y se elaborará el alcance, la ingeniería y todo el plan de ejecución al detalle con el mínimo margen de error, con todo el desglose del presupuesto y estimaciones de la inversión.

Asimismo, la investigación se realizará en la oficina administrativa del INH, mientras que el estudio técnico operacional se realizará en los espacios abiertos del Hipódromo La Rinconada. Se estudiará la infraestructura, equipos disponibles, presencia de planta eléctrica para prever los apagones, así como la velocidad de carga de Internet adecuada para subir las carreras a las plataformas digitales. También se harán encuestas y se buscará información sobre históricos de visitas.

De los tres hipódromos que existen en el país, el estudio del marco legal se aplicará solo al Hipódromo La Rinconada. También se realizarán pruebas con la señal de circuito cerrado del INH, para determinar la calidad de la señal, el funcionamiento de su transmisión por secuencia *streaming Live* y saber si es viable conectarla a YouTube, Periscope y demás redes sociales disponibles.

Se espera alcanzar -por jornada de transmisión- la cobertura en paralelo con un alcance de al menos 50 mil espectadores, con una velocidad rápida, que permita visualizar el contenido sin necesidad de descargarlo.

Limitaciones

Este plan de proyecto se trabajará con investigación documental, de observación y visitas a las oficinas administrativas del Instituto Nacional de Hipódromos, así como a las instalaciones del Hipódromo La Rinconada y al estudio de INH Televisión, sin embargo, cada mínima información a la que se pueda tener acceso debe estar autorizada únicamente por el Presidente de la Junta Liquidadora, Antonio Álvarez, persona con múltiples actividades y de difícil acceso.

En Venezuela, además, existe una escasez bibliográfica física y digital sobre el deporte hípico, su historia y desempeño actual.

Las reuniones de la Junta de Comisarios, de la directiva, la Superintendencia de Actividades Hípicas y demás oficinas en general son a puerta cerrada, con carácter confidencial.

La Gerencia de Relaciones Públicas e Información no está operativa, tampoco cuenta con registros fotográficos.

La seguridad en las instalaciones es extrema y no permiten la visita regular ni toma de imágenes con regularidad. Todo lo explicado anteriormente denota que el acceso a la información con fuentes vivas y bibliográficas será una limitante.

Mientras que el factor tiempo y recursos no se consideran limitantes, debido a que contará con el apoyo financiero y logístico de empresas del Estado, sin presiones de alguna fecha en específico.

Cuadro N° 1: Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	1				2				3				4				5				6			
Planteamiento del proyecto	■	■	■	■																				
Revisión por parte del asesor.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Procesamiento de información					■	■	■	■																
Redacción de resultados									■	■	■	■												
Organización de recursos y herramientas									■	■	■	■												
Diseño de plan de proyecto													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Consignación del documento final																								■

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes

En el artículo presentado por Benaissa Pedriza, S. (2018) titulado “Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española” describe y analiza el contenido de redes sociales como fuentes informativas por los cuatros diarios digitales de información general, más leídos en España, mediante una metodología cuantitativa sobre contenidos gráficos escritos, audiovisuales e híbridos.

Su estudio arrojó que el ecosistema actual de la información ha llevado a los medios a analizar cuidadosamente las características de su audiencia, para intentar satisfacer con éxito sus deseos y preferencias.

La red de videos, de acuerdo con su investigación, se ubica en la cuarta posición de la clasificación de redes sociales más utilizadas como fuentes de información periodística.

La plataforma YouTube figura como una de las redes sociales más concurridas al momento de obtener información audiovisual, por ello es de relevancia para esta investigación ya que muestra uno de los mecanismos para llevar a cabo la trasmisión de carreras de caballos.

Además, señala que los redactores de medios digitales usan esta red social con mayor frecuencia que otras, lo que puede ser de utilidad para los periodistas que cubren deporte hípico y para las gacetas y revistas que se dedican a estas fuentes.

Mancebo García M. (2016) en su tesis “Innovación en formatos audiovisuales. El uso de herramientas de *live streaming* en Antena 3 y Univision”, señala que el móvil se ha consolidado como el dispositivo de consumo a nivel informativo y social.

Por ello, la autora expone que el consumo de video en línea goza de mayor relevancia con el pasar de los años, sobre todo los de tamaño reducidos que pueden ser consumidos por el Smartphone, que a su juicio son los que más éxito están experimentando.

El objetivo de la investigación consistió en conocer cómo están innovando los medios audiovisuales con el *live streaming*. Su metodología partió desde la observación de la producción de Univisión y Antena 3 Noticias, ya que usan videos en vivo llevándose a cabo a través del análisis del contenido, de las retransmisiones, entrevistas y de las implicaciones profesionales y del medio en sí. Muestra un análisis comparativo de dos herramientas en el que examina el formato, los contenidos y las estrategias de producción de dos televisiones que usan dos plataformas como lo son *Facebook live* y *persicope*.

Esta investigación es de vital importancia ya que se evidencia a través de los resultados cuantitativo y cualitativo que la herramienta más adecuada es la de *live streaming* pues aporta el uso de video en vivo a través de aplicaciones, estableciendo formatos, nuevas narrativas de la red, tipo de lenguaje e implicaciones profesionales.

En el artículo presentado por Rodríguez Gómez, Alfredo A. (2014) investigó sobre el uso de la tecnología actual como herramienta de esa comunicación en vivo y las fases de un evento tales como la preparación, el evento en sí y el pos-evento.

Para ello, la metodología empleada se basó primeramente en una revisión documental sobre los principales aspectos de la comunicación, redes sociales y eventos, para después analizar tres de ellos: Expomanagement 2012, la presentación del BMW Serie 1 en Madrid Arena y la Mercedes-Benz *Fashion Week* Madrid. También aplicó la observación directa que cuenta con una amplia experiencia en la organización de eventos institucionales y empresariales.

El estudio de Rodríguez (2014) hace uso de una encuesta de 3 mil 600 participantes, realizada por *InsightExpress* en 18 países, sobre el uso de los teléfonos en jóvenes de entre 18 y 30 años. Revela la dependencia de esta conectados en todo momento, debido a que:

- Nueve de cada diez se visten, cepillan sus dientes, y comprueban sus teléfonos inteligentes como parte de la rutina matutina.
- Un 29% revela comprobar sus teléfonos un incontable número de veces a lo largo del día.
- Uno de cada cinco revisa su teléfono para ver el correo electrónico, textos y actualizaciones de redes sociales al menos cada 10 minutos.
- Un tercio mira su teléfono al menos una vez cada 30 minutos.
- El 60% mira compulsivamente sus teléfonos para ver correos electrónicos, textos o actualizaciones de redes sociales.
- Las mujeres se sienten más impulsadas a conectarse: el 85%, frente al 63 de los hombres, mira compulsivamente sus teléfonos para hacer comprobaciones frecuentes.
- Más del 40% de los encuestados se sentiría ansioso si no pudiera revisar su teléfono constantemente.
- Tres de cada cuatro utilizan los teléfonos en la cama.
- Más de un tercio usa el teléfono en el cuarto de baño.
- Un 46% envía textos, ve correos electrónicos y comprueba las redes sociales en las comidas con familia y amigos.
- Uno de cada cinco envía textos mientras conduce.
- El 40% pasa más tiempo con amigos en línea que en persona.

- El 87% tiene una cuenta de Facebook y uno de cada 10 la tiene siempre abierta.
- El 41% actualiza Facebook al menos una vez al día, y uno de cada cinco lo hace varias veces al día.
- El 56% de los encuestados tiene una cuenta de Twitter y el 21% envía mensajes por esta red al menos una vez al día Dentro de las conclusiones de su investigación, figura que las empresas deben optimizar el uso de las redes sociales y sus ventajas tales como mayor capacidad de convocatoria, amplia visibilidad, alcance, potencialidad viral, interacciones ilimitadas, comunidades de audiencia y respuestas o retorno inmediato.

El autor concluye que las marcas pueden dirigirse a las audiencias de modo directo y, además, escucharlas a través de un diálogo que se produce en tiempo real y sin intermediarios que distorsionen los respectivos mensajes, lo que reduce el ruido de esas transmisiones y les confiere el atributo de bidireccionalidad plena, por ello el artículo es tomado en cuenta para esta investigación.

Do Rego E. (2011) en la tesis de maestría para optar al título de ingeniero electrónico, titulado “Transmisión de videos en redes de datos móviles, innovación tecnológica de cambio en la industria de noticias”, plantea que los grandes multimedios deben adaptarse a una nueva realidad, una revolución tecnológica, modificando la manera de informar generada por muchas voces e individuos, en que la audiencia participa activamente y genera oportunidades de negocios.

La metodología presentada por el autor se basó en una modalidad de investigación descriptiva y otra experimental, centradas no solo en descubrir los cambios que se está dando en los medios de difusión, sino más bien en medirlos y especificarlos.

Además, concluye que las industrias de noticias atraviesan falta de madurez tecnológica y que la transmisión en vivo es una de ellas, pese a la evolución acelerada del Internet, señalando que en la medida en que el desarrollo tecnológico planteado tome fuerza y robustez, no quedaran demasiadas restricciones para que el cambio profundo termine de darse.

De acuerdo con Do Rego (2011), las radiodifusoras tardaron 38 años para alcanzar una audiencia de 50 millones; la televisión le llevó 13 años y el Internet solo se tardó 4 años para alcanzar la cifra.

Por otra parte, señaló que el Internet, en simultáneo, consiguió en ese lapso la misma cantidad de potenciales generadores de información, por cada internauta por un costo casi nulo se convierte en un micro medio.

Además, reseñó que YouTube fue puesto en línea en febrero del 2005 y hacia octubre de 2006 fue comprado por Google. En la actualidad se ha convertido en uno de los sitios más visitados del mundo y es la plataforma de la red social número uno en publicación de videos; posicionándose como una alternativa de distribución y difusión de contenido audiovisual de manera gratuita, algo que era solamente posible a través de los canales de televisión.

Tratándose así, de comunidades digitales que van emigrando y creciendo en las redes sociales como YouTube, para intercambiar opiniones, lo que abre campo a nuevos hábitos, y patrones de consumo que se convierten en negocio u oportunidad, en ese sentido, esta investigación muestra la red social que se pudiera implementar en esta investigación.

Por último, en el artículo de Larrañaga Julio y Ruiz Amelia (2009) titulado “Modelo de Negocio de YouTube”, describe como esta plataforma gratuita, permite disfrutar y compartir videos en línea sin necesidad u obligación de ser descargados. Además, de medir el alcance a través del número de visitantes que se conectan.

Los autores analizaron el modelo económico de YouTube y las posibilidades de negocio que suponen los portales de videos online, a fin de aproximarlos a las tendencias presentes y futuras, a través de la metodología de análisis comparativo de los datos estadísticos y de la información del sector procedentes de EIAA (*European Interactive Advertising*, IAB (*Interactive Advertising Bureau*), The Cocktail Análisis y datos de empresas del mercado, llegaron a la conclusión de que el modelo de negocio de la plataforma YouTube se basa en los ingresos obtenidos por publicidad más las aportaciones voluntarias de millones de internautas.

Es así como YouTube va incrementando el uso del marketing digital y los mensajes publicitarios. Esto abre la posibilidad de que las transmisiones de caballos vía *streaming* a través de redes sociales como YouTube, puedan generar ingresos a futuro por ofertas de patrocinio en la red durante las jornadas en vivo.

De acuerdo con Larrañaga y Ruiz, el internauta prefiere un medio diferente a la televisión, debido a que podrá ejercer decisiones sobre lo que desea ver y lo que no, así como repetirlo las veces que desee.

El público hípico a la hora de jugar o disfrutar del espectáculo, prefiere la inmediatez y esta se ve limitada cuando por alguna razón no se puede asistir al Hipódromo o resulta difícil costear los gastos del centro hípico.

En este sentido, se presenta la plataforma YouTube como una alternativa para mantener la pasión de la hípica venezolana y sean las campañas de cada jornada la que llegue directo y en vivo a cada usuario.

Bases Teóricas

- *Gerencia de Proyectos*

Para Silva A. (2007) la gerencia de proyectos es “el uso temporal efectivo y eficaz de los recursos disponibles, en una organización, para lograr un producto único” (p.22), es decir, es una técnica que se utiliza para realizar tareas tomando en cuenta la planificación, la programación el control con el fin de cumplir los objetivos propuestos.

Este concepto nació en el complejo de insdutrías militares de los Estados Unidos, durante la Segunda Guerra Munidal, como una nueva modalidad para innovar, organizar y mejorar la relación de los equipos de trabajo, permitiendo una mayor eficiencia y eficacia del objetivo a perseguir, utilizando de una manera adecuada los recursos.

El gerente es la persona clave para la conducción del proyecto,tomando en cuenta el tiempo, el costo y la calidad del mismo; entre sus competencias se destaca las habilidades gerenciales, visión global, manejo efectivo de las personas a su cargo, habilidades tecnicas y conocimiento tecnológico. Por otra parte toma las decisiones y políticas vinculadas al proyecto, organiza el trabajo de las personas a su cargo, selecciona y supervisa a cada uno de las personas intervinientes en el proyecto y maneja las relaciones externas del proyecto.

Las variables tiempo, costo y calidad representan un continuo interrelacionado para que el gerente tome los criterios de éxito del proyecto, tal como se evidencia en la figura N°1 Triángulo Tridimensional Calidad-costo-tiempo.

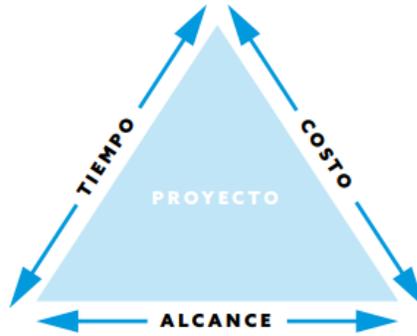


Figura 1: Triángulo Tridimensional Calidad-costo-tiempo. Fuente: Gerencia de proyectos para organizaciones de desarrollo.PM4DEV (2018:18)

Con una adecuada implementación de la gerencia de proyectos bajo la tutela del gerente líder, tomando en cuenta los tres aspectos tales como calidad-costo-tiempo incidirá en la productividad con los recursos tanto materiales como humanos.

- **Metodología FEL**

La metodología a emplear es fundamental, a efectos de este trabajo de investigación se empleará la metodología FEL (*Front End Loading*), basada en portones o etapas de aprobación, que deben aprobar de manera consecutiva.

“Un proyecto de acuerdo a las etapas FEL se diseña a través de etapas secuenciales, lógicamente establecidas para garantizar una adecuada definición de los objetivos, alcance, responsabilidades, plazo y costo del proyecto” (Anaya & Alvarado, 2017, p.74-79).

Las fases de la metodología FEL tal como se pueden ver en la figura 2, también son conocidas como: Fase de Visualización (Identificación de oportunidades), Fase de Conceptualización (Selección de alternativas), y Fase de Definición (Planificación del proyecto).

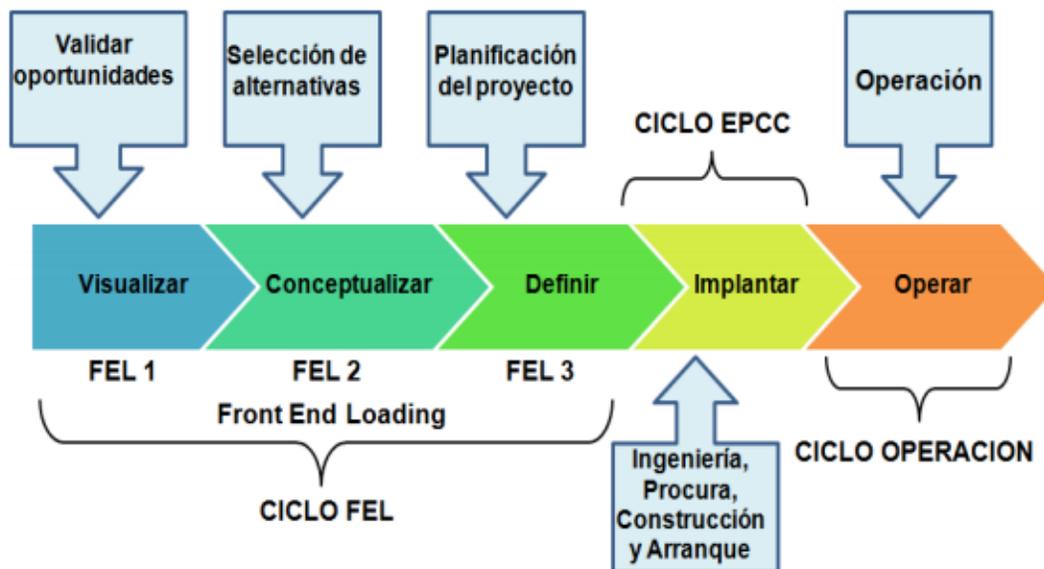


Figura 2: Fases de la metodología FEL. Fuente: Valles J (s/f p.4)

FEL 1: Es la identificación de la oportunidad, pues sirve para validar la oportunidad del negocio. Se basa en estudios de factibilidad técnico-económicos. Es posible que aun no tenga asignado a un director de proyecto

FEL 2: Conocida como la fase de proyecto conceptual; se inicia el planteamiento del proyecto. Aquí se debe seleccionar una alternativa y avanzar en las definiciones. En esta etapa aún no se realizan inversiones cuantiosas Durante esta fase, en teoría para el presente plan de proyecto, se plantearía, descubriría o seleccionaría la red social más factible de acuerdo con el estudio anterior para hacer las transmisiones.

FEL 3: Es la última etapa, denominada fase de proyecto básico. Se desarrolla el alcance, se crea el plan de ejecución, se conforman los equipos y la estructura necesaria, así como la estimación final de las inversiones. Debe tener un margen mínimo de error (ESAN , 2015).

Tras completar las tres fases, se procede a la ejecución del proyecto, considerando la ingeniería, construcción y montaje. La ejecución representa más del 80% de la inversión, pero dependerá de las tres etapas FEL (ESAN , 2015), en este sentido, la fase de ejecución quedará en manos del INH y sobre lo que decida el Presidente de la Junta Liquidadora, el señor Antonio Álvarez.

Por último, la metodología FEL permite ahorrar costos y mantener al proyecto dentro del tiempo estipulado, debido a que antes de pasar a otra fase, la anterior debe estar aprobada (ESAN , 2015)

- **Redes Sociales**

Según Jiménez Prieto (2014), las redes sociales tienen su origen en “la Teoría de los seis grados”, del escritor húngaro Frigyes Karinthy, quien expone: “cualquier persona en la Tierra puede conectarse con otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de 6 intermediarios” (p.22).

Para Hütt Herrera (2012), un aspecto interesante de la Teoría de los seis grados, descrita por el sociólogo Duncan Watts (2003), expone que las personas mantienen vínculo directo con aproximadamente 100 personas, “las cuales se van restando o sumando a lo largo de nuestras vidas”. Para entender la lógica de su auge, “si estos 100 contactos nos presentaran a sus 100 respectivos contactos, nuestra lista de referencia iría creciendo exponencialmente” (Hutt Herrera, 2012, p.4).

Según Dentzel (2008), las redes sociales representan la evolución de la comunicación en la red, con la doble funcionalidad de “incorporar nuestro perfil para darnos a conocer y poder localizar perfiles del resto de los suscriptores.

Las redes sociales han encontrado su nicho de mercado “en la gente, nosotros, seres comunicativos, necesitamos personas afines a nuestro alrededor, y hoy día ese alrededor tiene mucho de virtual” (Polo Serrano, 2010, p.25).

De acuerdo con Jiménez Prieto (2014), las redes sociales “son un conjunto de herramientas digitales donde usuarios activos y empresas participan e interactúan en un

mundo virtual, estableciendo conversaciones que aportan valor a las partes, con el fin de obtener un beneficio común” (p.23).

A efectos de la presente investigación, resalta el concepto de redes sociales definido por Cobo y Pardo (2007) que coincide con uno de los beneficios expuestos en la justificación. Ellos las definen como “herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”. (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2007).

- Tipos de redes sociales

Las redes sociales más populares admiten el uso de *live streaming*, cada una posee características y funciones particulares, así como políticas internas de uso para publicaciones en directo.

Para transmisiones de eventos completos se recomiendan Periscope o *Facebook* (Posicionamiento Web Málaga, 2019). Mientras que YouTube tiene un tiempo límite y puede usarse para competencias deportivas, por intervalos de tiempo, como por ejemplo las carreras de caballos.

Según la *American Marketing Association* (1992) el marketing basado en el intercambio es:

un proceso de planificación y ejecución, inmerso en un marco social determinado, orientado a la satisfacción de las necesidades y deseos del individuo y de las organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de bienes o servicios generadores de utilidades. (<https://www.marketing-free.com>)

En definitiva, intercambio, transacciones y relaciones entre dos o más partes son requisitos para poder hablar de marketing.

Periscope. Pertenece a *Twitter*, con más de 10 millones de usuarios, permite ver el número de personas conectadas y el tiempo que se quedan durante la transmisión. Tiene una particularidad, de que cuando está transmitiendo informa o notifica a todos los seguidores de la cuenta. El *Twitter* del INH es @OficialINH y tiene a la fecha más de 57 mil seguidores.

Desde el año 2016 es posible transmitir videos en vivo vía *Twitter* desde un celular inteligente, pero si se realiza desde otro dispositivo, debe descargarse la aplicación de Periscope (Posicionamiento Web Málaga, 2019).

Facebook Live. Desde el año 2015 Facebook lanzó su plataforma de *streaming* y *Facebook Live* ya lleva 360 millones de usuarios. Permite el uso de comentarios en tiempo real e interacciones al momento. Otra particularidad es que el video queda disponible después que culmina la transmisión, puede quedar fijo en el perfil o la página del negocio, para que sea consultado por el público las veces que así lo requiera (Posicionamiento Web Málaga, 2019).

El *Facebook* del Instituto Nacional de Hipódromos tiene 7.468 seguidores hasta el momento.

YouTube. De acuerdo con Posicionamiento Web Málaga (2019), *YouTube* es el buscador de vídeos más importante y tiene más de un billón de usuarios. La cuenta debe estar verificada para hacer streaming, sin embargo, existen otras aplicaciones que capturan la señal de la misma, mediante la página web y transmitirla por *YouTube* en paralelo. Estas implicaciones técnicas pueden hacer que la imagen salga con demora de unos segundos.

Transmitir vía *YouTube* también permite los comentarios en vivo, hacerle preguntas y respuestas a la audiencia, crear comunidades digitales y publicar anuncios entre transmisiones, por ejemplo, publicidad por emplazamiento.

“El 23 de abril de 2005 fue cargado el primer video en este sitio web que permite a la gente de manera sencilla subir y compartir material audiovisual” (Do Rego, 2011). Tan solo 21 meses después de su lanzamiento, los fundadores adolescentes de *YouTube* vendieron a *Google* la compañía por un monto de mil 650 millones de dólares. Los indicadores apuntan a que no fue una compra equivocada. El 10 de octubre de 2006, BBC News anunció que se estimaba en 100 millones los videos que eran reproducidos por día (Do Rego, 2011).

La cuenta del INH tiene aproximadamente 10 mil suscriptores y fue creada en el año 2019.

Instagram. Los videos en vivo desde *Instagram* también se han popularizado desde su lanzamiento (Posicionamiento Web Málaga, 2019).

La duración máxima del vídeo en *Instagram* es de una hora. Luego, la transmisión quedará en las historias durante 24 horas. Pero, una vez que pase este tiempo desaparecerá. Esto a diferencia del YouTube que sirve como archivo audiovisual para buscar el enlace de la transmisión y estará disponible con el pasar los años. El *Instagram* del INH supera los 13 mil seguidores.

Twitch. Es la red social de Amazon basada en video, operativa desde el 2014 la cual viene incluida con la suscripción de Amazon Prime y Prime Video. Para 2020, según la firma de investigación Newzoo el número de espectadores de deportes en todo el mundo

aumentará de 380 millones a 589 millones. Esta red tiene la capacidad de poder ver y comentar las transmisiones en directo.

- **Instituto Nacional de Hipódromos (INH)**

El Instituto Nacional de Hipódromos (INH) tiene su sede en Caracas, en la Parroquia Coche, donde además de funcionar su parte administrativa, opera también el Hipódromo La Rinconada, en cuyos espacios físicos próximos a su pista de mil 800 metros, se proyecta diseñar la ejecución del proyecto.

“El edificio de subastas fue creado para uso administrativo y data de 1980; mientras que el edificio sede del INH, fue creado para uso institucional y data de 1974; ambos obra de Marcano López Henríquez” (IAM Venezuela, 2007). Estas infraestructuras podrían apoyar con materiales y recurso humano para el desarrollo de la Oficina de Transmisión.

En las instalaciones de este recinto deportivo se reúnen amantes del deporte y apostadores asiduos, así como curiosos ocasionales. Sus instalaciones han servidos en varias oportunidades para grandes eventos y conciertos con cabida hasta para 60 mil personas, por lo que espacios amplios y puntos de red para operar un proyecto de multitransmisión.

Bases Legales

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N°

36.860, del jueves 30 de diciembre de 1999.

Artículo 57: Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura.

Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa.

Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades

Se describe en el artículo que toda persona tiene el derecho a comunicarse a través de diversos medios, asumiendo la responsabilidad del mismo.

Artículo 101: El Estado garantizará la emisión, recepción y circulación de la información cultural. Los medios de comunicación tienen el deber de coadyuvar a la difusión de los valores de la tradición popular y la obra de los o las artistas, escritores, escritoras, compositores, compositoras, cineastas, científicos, científicas y demás creadores y creadoras culturales del país. Los medios televisivos deberán incorporar subtítulos y traducción a la lengua de señas, para las personas con problemas auditivos. La ley establecerá los términos y modalidades de estas obligaciones.

En el marco de la información cultural el hipismo pudiera ser un espacio para difundir los valores culturales del país, y mostrar este deporte a la familia venezolana.

Artículo 108. Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley.

Mediante los medios de comunicación y los medios electrónicos se garantiza el acceso a la información de diferentes índoles a los ciudadanos para su disfrute ya sea de manera recreativa, educativa o de conocimiento general.

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

Gaceta Oficial N° 383.280, del lunes 7 de febrero de 2011.

Artículo 5: Tipos de Programas a los efectos de la presente Ley se definen los siguientes tipos de programas:

(...)4. Programa recreativo o deportivo: dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión (...)

Este artículo refiere a las diversas modalidades de transmisión, definiendo los programas recreativos o deportivos y entre los que se encuentra el hipismo.

Ley que suprime y liquida El Instituto Nacional de Hipódromos y regula las actividades hípicas. Gaceta Oficial N° 5.397, del 25 de octubre de 1999

Artículo 7°.- A los efectos del presente Decreto-Ley se entiende por:

Actividad Hípica: Todas aquellas actividades inherentes a la realización del Espectáculo Hípico para su explotación dentro o fuera del territorio nacional.

Espectáculo Hípico: Son las carreras de caballos, virtuales o no, sobre las cuales se constituyen modalidades diversas de juegos y apuestas aprobados por la Superintendencia Nacional de Actividades Hípicas y cuyo desarrollo será regulado y controlado por sus respectivos reglamentos. También se incluyen dentro de esta definición a aquellas carreras de caballos realizadas fuera del territorio de la República cuando las mismas sean transmitidas dentro del territorio nacional por cualquier medio de comunicación existente o por existir, en vivo o de manera diferida.

(...)Apuesta Hípica: Contrato de adhesión mediante el cual un apostador se somete a los términos, condiciones y modalidades contractuales ofrecidas por el administrador del sistema nacional de juegos y apuestas hípicas, de conformidad con las regulaciones establecidas al efecto.

Sistema Mutualista de Hipódromo: Es el conjunto de elementos técnicos y operacionales a través del cual se ofrece al Público apostador, juegos y apuestas hípicas relacionados con el espectáculo hípico, en el recinto de cada uno de los Hipódromos, y los mecanismos a través de los cuales dichas apuestas son totalizadas con el fin de determinar los dividendos para los apostadores ganadores que deberán ser pagados según lo establecido en la normativa aplicable. Cada uno de los Hipódromos sometidos al control del presente Decreto-Ley deberá tener su propio sistema mutualista de juegos y apuestas

hípicas para las actividades de apuestas en su propio recinto, sin perjuicio del sistema nacional mutualista de juegos y apuestas hípicas.

Sistema Nacional Mutualista de juegos y Apuestas Hípicas: Es el conjunto de elementos técnicos y operacionales a través del cual se ofrece al público apostador, juegos y apuestas hípicas relacionados con el espectáculo hípico, dentro o fuera de los Hipódromos, ya sea en el territorio nacional o fuera de él y los mecanismos a través de los cuales dichas apuestas son totalizadas de manera centralizada con el fin de determinar los dividendos para los apostadores ganadores que deberán ser pagados según lo establecido en la normativa aplicable.

Licenciatarios: Son las personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas por la Superintendencia Nacional de Actividades Hípicas para la operación y administración de hipódromos, nacionales o no, y para la explotación de los juegos y de la apuesta hípica dentro y fuera de cada Hipódromo a través del sistema mutualista de hipódromo y del sistema nacional mutualista de juegos y apuestas hípicas

Este artículo describe cada uno de los aspectos que conforma la actividad hípica como un espectáculo de recreación para el disfrute de los ciudadanos en el que podrá apostar a nivel nacional.

Artículo 32.- El licenciatario del sistema nacional mutualista de juegos y apuestas hípicas, los licenciatarios de los sistemas mutualistas de hipódromo, así como los administradores de hipódromos nacionales y administradores de hipódromos autorizados, según el caso, deberán presentar a la Superintendencia proyectos de reglamentos relacionados al espectáculo hípico referentes a:

- a. La reglamentación de las carreras de caballos.
- b. El establecimiento y operación de sistemas de juegos y apuestas hípicas que puedan realizarse dentro de los hipódromos, para el caso de los licenciatarios de sistemas mutualistas de hipódromos.
- c. El establecimiento y operación de sistemas de juegos y apuestas hípicas que puedan realizarse fuera de los hipódromos, para el caso del licenciatario del sistema nacional mutualista de juegos y apuestas hípicas.
- d. EL establecimiento del sistema de premios a propietarios y de dividendos a los apostadores ganadores de los respectivos hipódromos.
- e. La comercialización, grabación, transmisión y reproducción del Espectáculo Hípico por parte de los Administradores de Hipódromos.

Se menciona las normas y procedimiento para el sistema de apuesta, así como la trasmisión del mismo.

**Proyecto Nacional Simón Bolívar, Tercer Plan Socialista de Desarrollo
Económico y Social de la Nación 2019-2025. Gaceta Oficial N° 6.446, del lunes 8 de
abril de 2009**

1.1.5. Seguir construyendo la soberanía y democratización comunicacional

(...)1.1.5.9. Actualizar y desarrollar de forma permanente las plataformas tecnológicas de comunicación e información, garantizando el acceso a la comunicación oportuna y ética, a fin de contribuir a la satisfacción de las necesidades para alcanzar “la mayor suma de felicidad posible”(…) (p.9)

Este objetivo promueve el uso de las TICs como mecanismo para comunicar y así satisfacer las demandas de los ciudadanos.

1.6. Desarrollar las capacidades científico-tecnológicas que hagan viable, potencien y blinden la protección y atención de las necesidades del pueblo y el desarrollo del país potencia

1.6.4. Establecer una política satelital del Estado venezolano para colocar la actividad al servicio del desarrollo general de la nación.

1.6.4.1. Fortalecer el uso pacífico de la tecnología espacial para garantizar al país el manejo soberano de sus telecomunicaciones y sistemas de percepción remota y de herramientas asociadas, que permitan consolidar el desarrollo nacional en áreas estratégicas como educación, salud, seguridad y alimentación.

1.6.4.1.1. Maximizar el uso y aprovechamiento de las tecnologías disponibles para la transmisión de datos y el monitoreo satelital.

1.6.4.1.2. Culminar la implantación de la fábrica de pequeños satélites (p15)

En este objetivo se describe la relevancia que tiene el uso de las tecnologías de información como medio para atender las necesidades y el desarrollo del país, en este sentido, las transmisiones del hipismo, pudiera ser un aspecto para el disfrute de los venezolanos.

3.2. Profundizar la construcción de una Nueva Geopolítica Nacional empleando como elementos estructurantes la regionalización sistémica, geohistórica y funcional, el sistema urbano regional y la infraestructura, servicios y movilidad en el desarrollo de la dimensión espacial del Socialismo (...)

(...)3.2.7. Ampliar, fortalecer y desarrollar la infraestructura de telecomunicaciones nacional como elemento clave del soporte de la actividad económica productiva y del desarrollo del sistema urbano regional (p.41)

Mediante este objetivo se pretende que con la infraestructura de las telecomunicaciones fomente el movimiento económico y productivo del país, lo que el hipismo contribuye a este tipo de actividad.

Conceptos Básicos

Ancho de banda: según Verizon (2020), es la máxima cantidad de datos transmitidos a través de una conexión a Internet en determinada cantidad de tiempo. No se trata de la velocidad de Internet, sino al volumen de información que se puede enviar, mediante una conexión en un tiempo. Se calcula en megabits por segundo (<https://espanol.verizon.com/info/definitions/bandwidth/>).

Fibra óptica: Tecnología para transmitir en forma de pulsos de luz, mediante hilos de fibra de vidrio o plástico, a través de largas distancias, de forma rápida (<https://espanol.verizon.com/info/definitions/fiber-optics/>).

Streaming: de acuerdo con el portal web [spanol.verizon.com](https://espanol.verizon.com) es un tipo de tecnología que se refiere a cualquier contenido de medios, en vivo o grabado, que se puede disfrutar en computadoras y aparatos móviles a través de Internet, en tiempo real. Por su parte Do Rego (2011) describe el video *streaming* como la descarga de un video desde un dispositivo a través Internet, al mismo tiempo que está siendo reproducido en otro. La

diferencia principal de este concepto es que previo a la aparición de esta técnica, quien deseaba verlo, debía descargarlo completamente, para luego reproducirlo.

Streaming en vivo: se refiere a la transmisión de un evento por Internet, en el momento en que sucede. Los programas de lotería, deportes, combates de boxeo, videojuegos y eventos especiales emitidos por única vez son los tipos más populares de *streaming* en vivo. Se pueden realizar desde cualquier celular inteligente, tableta, televisor, computadora o consola de juego compatible con una conexión a Internet rápida (<https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/>). Mientras más calidad de transmisión en vivo se requiera, mayor debe ser la velocidad de Internet.

Transmisión: se define como la tecnología que permite transmitir archivos de audio y video en un flujo continuo, mediante conexión a Internet (<https://espanol.verizon.com/info/definitions/transmission/>).

CAPÍTULO III. MARCO ORGANIZACIONAL

Historia de la Organización, constitución y objeto social

La industria hípica tiene importancia desde el punto de vista económico ya que comprende criaderos que representan una inversión y según el Informe Especial del INH (2001) los propietarios invierten en caballos pura sangres de carreras más de Bs. 6.000 MM, por ello es considerado el “deporte de reyes” ya que es necesario tener un equipo conformado por entrenadores, caballerizos, veterinarios, capataces y herreros ara poder mantener un ejemplar en óptimas condiciones.

En Venezuela, el Instituto Nacional de Hipódromos (INH) es el ente del estado dueño de los hipódromos nacionales que coordina la realización del espectáculo hípico, organiza las carreras y la infraestructura para la realización de apuestas que tiene por objetivo

la organización, funcionamiento, administración y explotación de Hipódromos Nacionales, con el fin específico de contribuir al fomento y mejora de la especie equina dentro del país, y promover con sus ingresos, actividades dirigidas a propósitos de bien social, tales como: Asistenciales, Benéficas, Culturales, Científicas y Deportivas. (<https://inh.gob.ve/nosotros/>)

Fue construido durante el gobierno de Marcos Pérez Jiménez, decretado por ley el 3 de septiembre de 1958 y reformado mediante otro decreto de ley el 21 de julio de 1985 con el objeto de construir al fomento y mejora de la especie equina con el fin de promover ingresos socioculturales a nivel benéfico, deportivo y cultural.

No fue, sino hasta el día 5 de julio de 1959 inauguración, además, este Instituto, tiene como misión y visión:

Misión: velar por la explotación, funcionamiento y organización de los Hipódromos Nacionales, contribuir con el fomento y mejore de la raza equina

del país, estimulando así el hipismo en el ámbito Nacional e Internacional, desarrollando un espectáculo grato para todos los espectadores.

Visión: ser un Instituto que contribuya al despliegue del Hipismo Nacional y del reconocimiento Internacional, estimulando la Cría de Pura Sangre de carreras para fomentar un buen espectáculo hípico en el Instituto Nacional de Hipódromos generando ganancias que se incrementarán a medida que se desarrolle a plenitud el hipismo, acrecentándose de esta manera las ayudas de orden social, cultural y recreativo. (<https://inh.gob.ve/nosotros/>)

Marco filosófico y marco legal

El Instituto Nacional de Hipódromos, fue creado por el Decreto Ley N° 357 de fecha 03 de septiembre de 1958, publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 25.750 de la misma fecha, reformado mediante decreto N° 675 de fecha 21 de junio de 1985, publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 33.308 de fecha 16 de septiembre de 1985 y liquidado en Decreto N° 422 de fecha 25 de octubre de 1999 bajo la ley que suprime y liquida el Instituto Nacional de Hipódromos y regula las actividades hípicas mediante La Junta Liquidadora integrada por tres (3) miembros de libre nombramiento y remoción.

Actualmente se rige por la Ley que suprime y liquida El Instituto Nacional de Hipódromos y regula las actividades hípicas. Gaceta Oficial N° 5.397, del 25 de octubre de 1999, dicho marco legal contempla 47 artículos, dividido en cinco capítulos y ocho títulos a saber:

- De la supresión y liquidación del Instituto Nacional de Hipódromos.
- De las actividades hípicas.
- De la superintendencia nacional de actividades hípicas.
- Del superintendente nacional de actividades hípicas.
- De la organización de la Superintendencia Nacional de Actividades hípicas y sus atribuciones.

- Del régimen financiero de la Superintendencia Nacional de Actividades hípcas del régimen de personal.
- De las licencias y de los licenciarios.
- De los reglamentos de Juegos, carreras y transmisión del espectáculo hípcico.
- Del fomento equino.
- De las infracciones y sanciones.
- Disposiciones transitorias y finales.

Organigrama

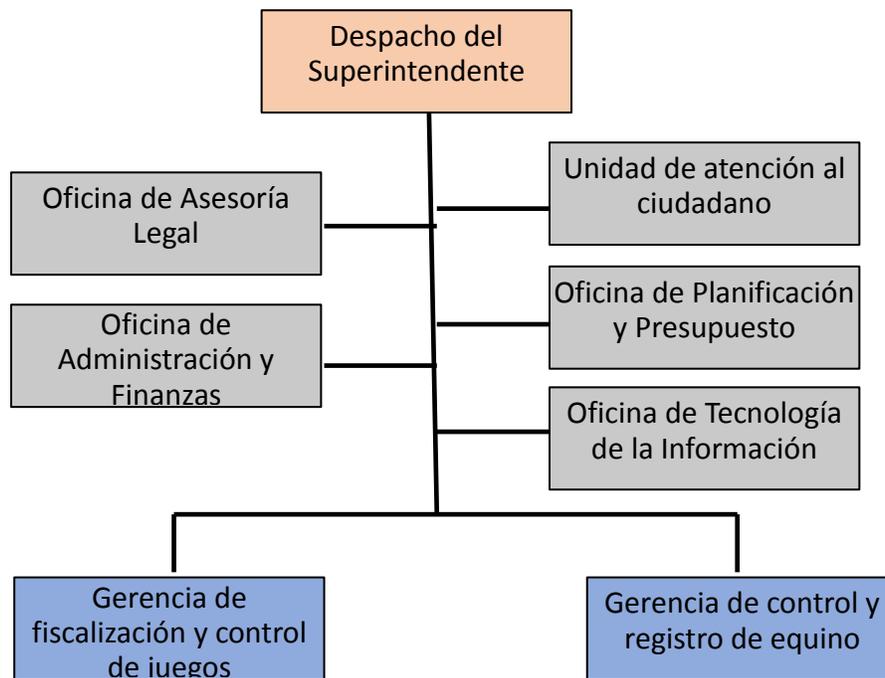


Figura 3: Organigrama de la Superintendencia Nacional del Actividades Hípicas. Fuente: elaboración propia (2020)

Estructura física, personal y mercado

En cuanto al espacio físico, el hipódromo, consta de 12 localidades y tres tribunas con 12.500 butacas, además de bares, cafetines y salones comedores para el disfrute del público.

Cada tribuna tiene seis entradas de acceso, y en dos de ellas (A y C) estacionamientos para ocho mil vehículos. Asimismo, tiene área de expansión y recreo, miradores y espejos de agua. Las localidades tienen igualmente, entre 15 y 40 taquillas para la venta y cobro de boletos. Posee un óvalo de 1.600 m, con dos salidas en ángulos opuestos; adjunto a este uno de grama para competencias en este tipo de canchas. Otra tribuna se ubica en el poste de los ochocientos metros finales y detrás las caballerizas.

El edificio de subastas fue creado para uso administrativo y data de 1980; mientras que el edificio sede del INH, fue creado para uso institucional y data de 1974; ambos obra del ingeniero Marcano López Henríquez.

- *Productos o servicios*

El INH ofrece tres servicios para el público consumidor que son:

- Apuestas web online: mediante plataforma vía web se realiza la apuesta y se cobra de manera segura.
- Apuestas vía mobile: a través de la app oficial el usuario o público juega a través de esta plataforma para android o ios.
- Permisos para centro hípicas: el usuario puede solicitar la documentación necesaria para tramitar el permiso de instalación de manera legal.

- *Audiciencia y público consumidor*

Consumidores:

- Condición geográfica: toda la región venezolana
- Rasgo social y demográfico: principalmente hombres con edades comprendidas de 20 años en adelante.

- *Análisis de competidores*

El INH es el único ente autorizado por el estado para la realización del espectáculo hípico, que incluye organización de las carreras de los equinos, así como y la infraestructura para la realización de apuestas de los mismos.

Ahora bien, si existe diversos centros hípicos que se dedican a la apuesta y que entre ellos son competidores, tales como:

- Parley Venezuela.
- Apuestalo todo.
- Bet Cris.
- Juega en línea.

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

Línea de Trabajo

El presente trabajo de investigación califica dentro de los proyectos de control de gestión: está basado en técnicas informáticas, que permitirán la práctica en vivo de las carreras de caballos en el Hipódromo La Rinconada. Incluye la evaluación por portones de los parámetros de la Metodología FEL (Vivian, 2009; p. 6,7)

Este plan de proyecto definirá la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada.

Tipo de Investigación

Es una investigación Proyectiva, debido a que propone soluciones a una situación determinada (Barrera, 2008), como la alternativa de ver por las redes sociales en vivo las carreras, ante el impedimento de asistir a los hipódromos y centros hípicos por la pandemia, así como la ausencia de DIRECTV y de transmisión de carreras de caballos por señal abierta.

El presente trabajo busca explorar, describir, explicar y proponer alternativas al planteamiento del problema, sin necesidad de ejecutar la propuesta (Barrera, 2008), por ello se considera como proyecto Factible/Mixto de tipo Documental de nivel exploratorio-descriptivo.

Diseño de la Investigación

Esta investigación se considera de carácter mixto ya que se abordará de forma cualitativa pues permitirá establecer relaciones entre los datos y opiniones recopilados; y

cuantitativa ya que se obtendrá estadísticas que ayudarán a recopilar información para la investigación.

Variables por objetivos.

En el cuadro N°2 se presentará a continuación las variables que inciden en los objetivos de esta investigación en curso; describiendo los indicadores, las técnicas y herramientas a emplear para solventar las hipótesis el problema descrito por la autora en el capítulo I.

Cuadro 2: Definición y operacionalización de las variables de investigación

Objetivo General: Desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL.					
Objetivo	Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Herramienta
1.-Diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada vía <i>online</i> .	Factibilidad de las transmisiones	Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo a nivel financiero, técnico, humano y operacional la información (Araujo J, 2020)	Impacto	-Factores que favorecen las transmisiones de carreras. -Factores que dificultan las transmisiones de carreras.	Técnica: encuesta Herramienta: cuestionario
2.-Definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada.	Mecanismo para las transmisiones	Funcionamiento de las maquinarias para llevar a cabo la información. (Araujo J, 2020)	Comunicaciones	-Redes sociales más utilizadas. -Número de interacciones en las diferentes redes sociales. -Número de personas conectadas en vivo.	Técnica: observación no estructurada Herramienta: Diario de campo (Reporte de transmisión)
3.-Diseñar el plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada.	Plan de ejecución	Es un documento formal, normalmente breve, que describe tu proyecto en su totalidad, incluidos cuáles son los objetivos, cómo se llevará a cabo y quiénes son las partes interesadas.(www.wrike.com)	Proyecto	-Diseño de la propuesta de valor compartido	Metodología FEL Etapas 1,2,3

Población, muestra y unidad de análisis

Según Arias (2006:81) una población puede ser definida como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. En el caso de la presente investigación la población está compuesta por las personas que laboran en la Superintendencia Nacional de Actividades Hípicas.

La muestra será de tipo no probabilístico intencional “ya que los elementos son escogidos con base a criterios preestablecidos” (Arias, 2006: 85). En este caso participará los tres (3) miembros que conforman la Junta Liquidadora.

La unidad de análisis corresponde al Hipódromo de la Rinconada y los reportes de transmisión del mes de enero hasta la fecha de 2021.

Técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de datos

Para recolectar la información referente a la investigación mixta en desarrollo, se utilizará la técnica de la encuesta, para dar respuestas al primer objetivo específico en cuanto a diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada vía *on line* se plantea como instrumento un cuestionario de tipo estructurado que contempla seis (6) preguntas el cual será aplicado a los tres (3) miembros que conforman la Junta Liquidadora para solventar la variable asociada a la factibilidad de transmisiones, las dos primeras preguntas serán mediante una escala de estimación y las cuatro posteriores serán preguntas abiertas para con las respuestas elaborar una matriz DOFA.

Para definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada vinculado al objetivo específico número dos, se plantea utilizar la técnica de la observación no estructurada, mediante un diario de

campo con las interacciones de las diferentes redes sociales que posee INH, al igual que los usuarios más conectados, alcances, visitas y suscriptores, para esto se vaciará la información de las carreras de caballos durante el mes de enero del presente año, y así se pretende solucionar la variable relacionada con el mecanismo para las transmisiones.

Respecto al tercer objetivo, en cuanto al diseño del plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada se mostrará la planificación del proyecto utilizando como herramienta la metodología FEL en sus tres primeros pasos como lo son visualización, conceptualización y definición, descritos en el Capítulo V sobre la propuesta.

Presentación y análisis de los resultados

Para el análisis del cuestionario en el marco de la presente investigación se vaciará las respuestas de los tres miembros de la Junta Liquidadora, en una matriz de respuesta con el análisis mediante cuadros y gráficos para los ítems 1 y 2, seguidamente se usará una matriz DOFA con las respuestas a las preguntas 3, 4, 5 y 6, para diagnosticar la factibilidad y así se presente solventar el objetivo específico uno en el que se permita diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada vía *on line*.

Para el diario de campo se utilizará las estadísticas descriptivas, procesadas con las diferentes interacciones en las redes sociales, alcances y visitas, para definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada.

Y finalmente para el plan de ejecución de las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada se empleará la metodología FEL en sus tres etapas iniciales, tales como conceptualización, visualización y definición.

Metodología y técnicas del proyecto

FEL es una metodología basada en el concepto de *gate*, es decir puertas de aprobación. El proceso comienza cuando la idea del proyecto es concebida por el resultado de los análisis del ambiente del negocio, del análisis de la matriz FODA o de una iniciativa por un grupo o unidad de negocio.

Cada fase de los procesos, antes de ser iniciada, debe estar correctamente planificada y su fase anterior auditada y aprobada; además cada una debe cumplir una serie de actividades y puntos de verificación y control para poder avanzar a la siguiente fase de procesos sin comprometer los recursos del proyecto.

A continuación, se muestra en la figura N°4 el ciclo de procesos de una fase FEL.

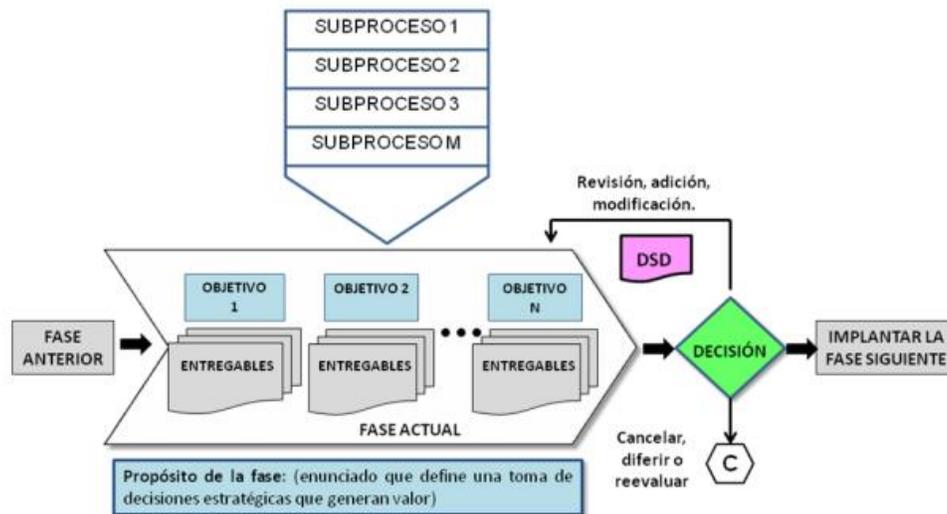


Figura 4: Ciclo de procesos de una fase FEL. Fuente: Sánchez A. (2019)

Tal como se señala en la figura 4 en el ciclo de procesos cada fase está conformada por objetivos según las características que tenga el propósito y en consonancia con el plan de proyecto para definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del

Hipódromo La Rinconada, en este sentido se detallará la conformación de procesos de las fases que servirá de referencia para la gestión de este plan de proyecto, a saber:

FEL 1 – Fase de visualización:

- Planificación maestra del proyecto.
- Balance de los materiales

FEL 2 – Fase de Conceptualización:

- Diseño preliminar de equipos.
- Diseño preliminar del sitio de transmisión
- Estimado de costos preliminar.

FEL 3 – Fase de Definición:

- Especificaciones para la procura de equipos.
- Estimados de costos definitivos.
- Plan de ejecución del proyecto.
- Lista de equipos eléctricos

CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Presentación de la Propuesta

La siguiente propuesta responde al objetivo general de este trabajo de grado y tiene como propósito, desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL.

Cabe destacar, que la misma se encuentra a la estructura curricular de Control de Gestión, considerando la mejora continua en el INH en cuanto a la transmisión de las carreras de caballos para los usuarios que siguen este deporte.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en la realización de transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada *on line*.
2. Definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada.

3. Diseñar el plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada.

Desarrollo de la propuesta

Dicha propuesta consta de una breve descripción de los factores a considerar para desarrollar el proyecto y así definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL. Se detallará la conformación de procesos de las fases que servirá de referencia para la gestión de este plan de proyecto.

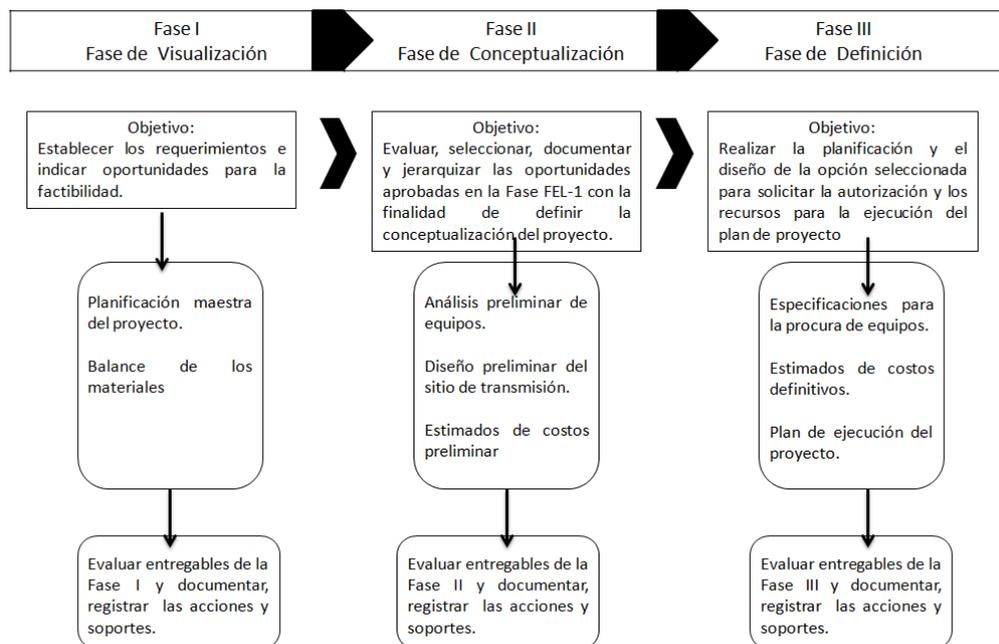


Figura 5: Ciclo de Procesos en la Propuesta. Araujo J. (2021)

Para esto, en la primera etapa, en la fase de visualización, se plantean dos actividades, el objetivo a desarrollar y tres entregables, tal como se señala en el siguiente cuadro:

Cuadro 3: Presentación de la Fase 1 –Fase de visualización

FEL 1	Objetivos	Entregables
Fase de visualización		
a.-Planificación maestra del proyecto objetivos y propósito. b.-Proyecto como estrategia de negocios c.-Desarrollo del proyecto en versión preliminar.	Establecer los requerimientos e indicar oportunidades para la factibilidad.	Documento con el alcance preliminar y objetivos, así como la identificación del equipo de trabajos tanto materiales como humanos. Identificación de riesgos y evaluación de la factibilidad, con estimado de costos

Para esta fase se presenta el diagrama del proceso que cumplirá en las etapas señaladas:

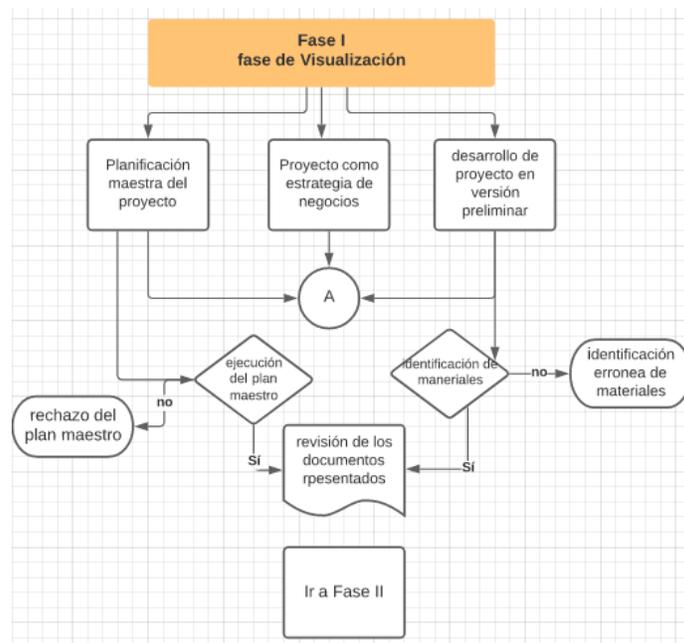


Figura 6: Diagrama de la Fase I. Araujo J. (2021)

Etapa 1 Planificación maestra del proyecto

A continuación se presenta el plan maestro a ejecutar en seis meses de trabajo para poder desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en la realización

de transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL.

		2020					2021
		Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
FEL 1	Etapa 1 Etapa 2	Planificación	Ejecución				
FEL 2	Etapa 1 Etapa 2 Etapa 3		Planificación	Ejecución			
FEL 3	Etapa 1 Etapa 2 Etapa 3				Planificación	Ejecución	
							Ejecución

Gráfico N° 1: Planificación Maestra. Fuente: Araujo J. (2021)

En este plan se pretende como alcance preliminar lograr cada una de las fases en el tiempo establecido tanto en la planeación del mismo como en la ejecución, tomando en cuenta las etapas que lo conforman, atendiendo al objetivo de esta investigación que es Desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en la realización de transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL, así como las personas involucradas para ejecutar el proyecto y el modelo de negocio sin embargo los riesgos están asociados a las tareas que se lleve a cabo,

En esta versión preliminar, la autora, luego de un proceso de observación y levantamiento de matriz DOFA alistó posibles riesgos vinculados con el proyecto:

- Presupuesto elevado para la adquisición de equipos, mantenimiento y personal capacitado para poder llevar a cabo el plan de transmisiones.
- Factores asociados a la prestación de los servicios para una transmisión adecuada tales como electricidad e internet.

Etapas 2 Proyecto como estrategia de negocios

Debido a la Pandemia de la COVID-19, las actividades culturales y deportivas se vieron afectadas pues obligó que la población estuviera en un confinamiento preventivo y con distanciamiento social, acarreando la suspensión de eventos públicos, lo que produjo un desafío financiero, y de logística para darle acceso de manera remota a los espectadores y públicos de estas actividades, en ese sentido, se planteó desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en la realización de transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL, para:

- Diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada *on line*.
- Definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada.
- Diseñar el plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada.

Y ofrecer el servicio de carreras de caballo en un formato diferente al presencial a través de las redes sociales.

Entre las amenazas se destaca los factores asociados a la prestación de los servicios tales como electricidad e internet. Y entre las oportunidades; la inexistencia de competencia en el mercado, aliados comerciales en replicar y transmitir las carreras de caballo, alcance de éxito como modelo de negocio y público interesado en ver en vivo las transmisiones.

Entre las estrategias para la promoción de este nuevo formato, se hará un análisis de las diferentes redes sociales que utiliza el aficionado a este deporte, se buscará aliados

comerciales de apuestas para las transmisiones tales como: Parley Venezuela, Apuestalo todo, Bet Cris y Juega en línea.

Para dicho proyecto se necesitará un equipo multidisciplinario conformado por un Coordinador del área, un técnico en Máster, un *Community Manager* y un operario, así como un espacio físico para las transmisiones y la aprobación por parte de la Junta Liquidadora. Este proyecto tiene una inversión de \$1610 en la adquisición de equipos, \$300 en gastos operativos de nómina mensual y un retorno del 30% en la publicidad de las casas de apuestas para transmitir las carreras de caballo.

Balance de los materiales

Para dar respuesta a la actividad referida al balance de los materiales, se hizo la identificación de equipos existentes y los complementarios, descritos a continuación:

A través del proceso de observación, se alistó los recursos que posee el INH para la transmisión de carreras de caballos, a saber:

- 2 equipos de cómputo bajo la licencia y sistema operativo Windows 10pro.
- 1 consola amplificada de audio 6 canales.
- 1 capturador de video SDI.
- 1 audífono estéreo.

Además, es necesario para completar los equipos tanto materiales como humanos y así realizar la transmisión de caballos en vivo contar con:

Recurso material

- Mantenimiento y actualización de los equipos de cómputo.
- 1 servidor RTMPS / RTMP dedicado para el envío de la transmisión a las diversas redes sociales.

- 1 profesional en Ingeniería Informática o Industrial para el rol de máster
- 1 profesional en comunicación social para interacción en redes sociales

Recurso Humano

- 1 operario, técnico medio.
- 1 coordinador o jefe de unidad.

Es posible llevar a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad con la tecnología disponible y la adquisición del servidor RTMPS/RTMP, así como el recurso humano que operará cada uno de estos equipos.

Dado el cumplimiento del objetivo de la etapa 1 con sus actividades y entregables, se propone en la segunda fase titulada Fase de conceptualización tres actividades, un objetivo y tres entregables, descritos en el siguiente cuadro:

Cuadro 4: Presentación de la Fase 2 –Fase de conceptualización

FEL 2 – Fase de Conceptualización	Objetivos	Entregables
a.-Análisis preliminar de equipos. b.- Definición de roles y responsabilidades del equipo humano. c.-Evaluación de las redes sociales de transmisión. d.-Diseño preliminar del sitio de transmisión. e.-Estimado de costos preliminar.	Evaluar, seleccionar, documentar y jerarquizar las oportunidades aprobadas en la Fase FEL-1 con la finalidad de definir la conceptualización del proyecto.	Listado de equipos tecnológicos, así como explicación del lugar físico de transmisión. Listado de equipo humano de proyecto, así como roles y responsabilidades Presentación de costos estimados en cuanto a equipos y talento humano

Para esta segunda fase se presenta el diagrama del proceso que cumplirá en las etapas señaladas:

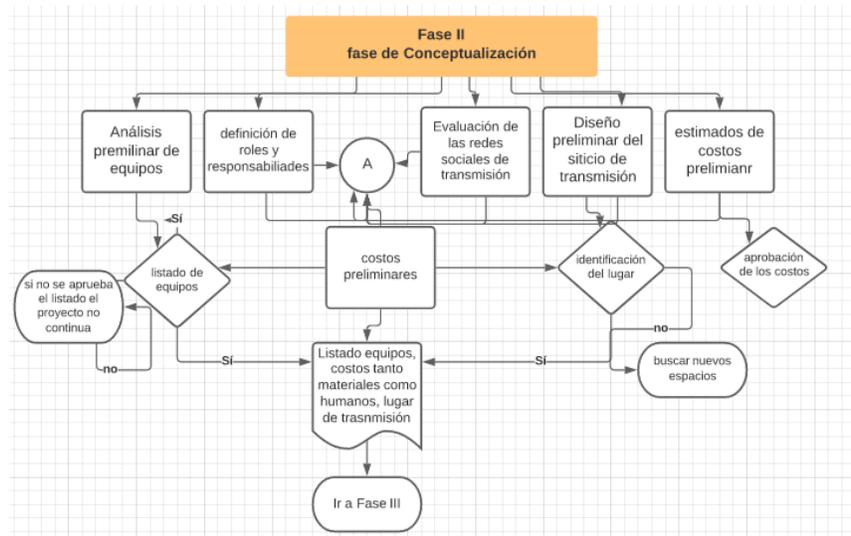


Figura 7: Diagrama de la Fase II. Araujo J. (2021)

Etapas 1 Análisis preliminar de los equipos

En cuanto a la primera actividad para el análisis preliminar de los equipos a utilizar en las transmisiones en vivo de las carreras de caballo la autora se reunió con un equipo multidisciplinario compuesto por un ingeniero en el área de tecnología y un comunicador social pertenecientes al INH, para alistar los equipos tecnológicos necesarios, dando como resultado, los siguientes:

- Computador Core I7 3era Gen 12gb Ram, Disco Ssd 128gb, tarjeta de video estándar 1gb Ddr3.
- Consola Amplificada de Audio 6 Canales Profesional.
- *Blackmagic Design Decklink SDI* - Tarjeta de captura y reproducción 4K.
- Audífonos Estéreo.

Etapa 2 Roles y responsabilidad del equipo humano

Coordinador de área

- Planificar, organizar, controlar los recursos humanos, materiales y financieros asignados para el cumplimiento del proyecto
- Asegurar que los equipos, instrumentos, herramientas especiales, y de uso común, sean controlados y mantenidos disponibles para el uso en los trabajos del proyecto.
- Informar y justificar a la Junta Liquidadora, las necesidades de presupuesto del área.
- Generar reuniones de equipo a fin de evaluar, mejorar los procedimientos y acciones de cada uno
- Vigilar el cumplimiento de las acciones establecidas en la Matriz de Riesgos.

Técnico en Master

- Tomar las decisiones para la mejor transmisión.
- Propiciar el flujo de comunicación.
- Dar soporte a los miembros del área.

Community Manager

- Administrar las redes sociales.
- Generar las métricas de tráfico de cada una de las redes sociales.
- Generar el contenido de las redes sociales.
- Gestionar la identidad de la marca y el modelo de negocio.

Operario

- Operar los equipos de manera adecuada para la transmisión.
- Proporcionar los enlaces para el *streaming*.

Etapas 3 Evaluación de las redes sociales

Se propone utilizar como red social Youtube ya que luego de hacer una evaluación de experto y estadísticas de uso como modelo de negocios el reporte anual de *The Global State of Digital in 2019* determinó que esta red social es más utilizada en los países de habla hispana con un 90% tomando en cuenta que el 70% proviene de teléfonos inteligentes y con una audiencia de público consumidor de 24 años en adelante en un 46%.

Esta propuesta de utilizar la red social Youtube se debe al análisis preliminar elaborado por la autora relacionado con los criterios de: suscriptores actuales del INH, etiquetas de la búsqueda, segmentación del target o público cautivo, capacidad de suscripción de ese público y el multisegmento. A continuación se muestra un cuadro con los cinco criterios y los datos pertenecientes a cada red social, luego de haber realizado un estudio conciso y extrayendo la información relevante en los diferentes artículos de revistas arbitradas sobre cada red.

Por otra parte, la autora le adjudicó mediante una escala de Likert, del cero al uno, en función a los criterios para evaluar la red social más apropiada:

- Más de 10 mil suscriptores, un punto.
- Aplicación de etiquetas de búsqueda, un punto.
- Target o público con mayoría de edad, un punto
- Alta capacidad de suscripción, un punto.
- Alta segmentación, un punto.

Cuadro 5 Matriz de redes sociales

Red social	Suscriptores	Etiquetas de búsqueda	Segmentación Target/público	Capacidad de suscripción	multisegmento	Total Puntos
Periscope	57 mil seguidores	Sí aplica	25 a 44 años	Alta	Media	4
Facebook Live	7.468 seguidores	No aplica	45 a 64 años	Alta	Alta	3
YouTube.	10 mil suscriptores	Sí aplica	16 a 45 años	Alta	Alta	5
Instagram	13 mil seguidores.	Sí aplica	12 a 18 años	Alta	Media	4
Twitch	N/A	N/A	16 a 30 años	Alta	Media	2

En este sentido, la red social más idónea para llevar a cabo el proyecto para definir la red social más factible en la realización de transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada es Youtube, pues cumple con los cinco criterios tomados en cuenta descritos en el párrafo anterior.

Etapa 4 Diseño preliminar del sitio de transmisión

Seguidamente, con los miembros que conforman el Despacho del Superintendente, la oficina de Tecnología de Información y la oficina de Planificación y Presupuesto la autora se reunió con los miembros para conversar y determinar el mejor lugar en el espacio físico y así ejecutar la transmisión en vivo de las carreras de caballos.

En esta reunión se concluyó que el espacio físico a utilizar será la cabina de transmisión que posee el hipódromo ubicado al sur de Caracas, Parroquia Coche del Municipio Libertador, la misma tiene una mesa en forma de U en el que se ubicarán los equipos para las transmisiones, dos sillas para el talento humano, tiene además una adecuada iluminación y ventanas de vidrio para el contacto visual con la carrera; este espacio físico se encuentra cercano a la antena de transmisión.

Etapas 5 Estimado de costos preliminar.

Con respecto al estimado de costos preliminar y para que el proyecto tenga rendimiento económico es necesaria la inversión en recursos humanos y materiales, posterior al listado conversado con el equipo multidisciplinario, a saber:

Cuadro 6 Costos estimados del recurso humano

Capital Humano	Cantidad	Gastos operativos mensual
Coordinador del área	1	\$100
Técnico en Máster	1	\$100
<i>Comunity Manager</i>	1	\$50
Operario	1	\$50
Total:	4	\$300

Cuadro 7 Costos estimados del recurso material

Equipos	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Computador Core I7 3era Gen 12gb Ram, Disco Ssd 128gb, tarjeta de video estándar 1gb Ddr3.	2	\$500	\$1.000
Consola Amplificada de Audio 6 Canales Profesional.	1	\$300	\$300
<i>Blackmagic Design Decklink SDI</i> - Tarjeta de captura y reproducción 4K.	1	\$300	\$300
Audífonos Estéreo.	1	\$10	\$10
Total:	5	\$1.610	

Finalmente, posterior al cumplimiento del objetivo de las etapas anteriores con sus actividades y entregables, se propone en la tercera fase titulada Fase de definición tres actividades, un objetivo y tres entregables, descritos en el siguiente cuadro:

Cuadro 8: Presentación de la Fase 3 –Fase de definición

FEL 3 – Fase de Definición	Objetivos	Entregables
a.-Gestión de riesgos. b.-Especificaciones para la procura de equipos. c.-Estimados de costos definitivos. d.-Plan de ejecución del proyecto. e.-Aprobación del proyecto	Realizar la planificación y el diseño de la opción seleccionada para solicitar la autorización y los recursos para la ejecución del plan de proyecto	Descripción de riesgos y matriz de interesados. Descripción de equipos para las transmisiones. Presentación de costos definitivos. Explicación del procedimiento para la transmisión.

Para esta tercera y última fase se presenta el diagrama del proceso que cumplirá en las etapas señaladas:

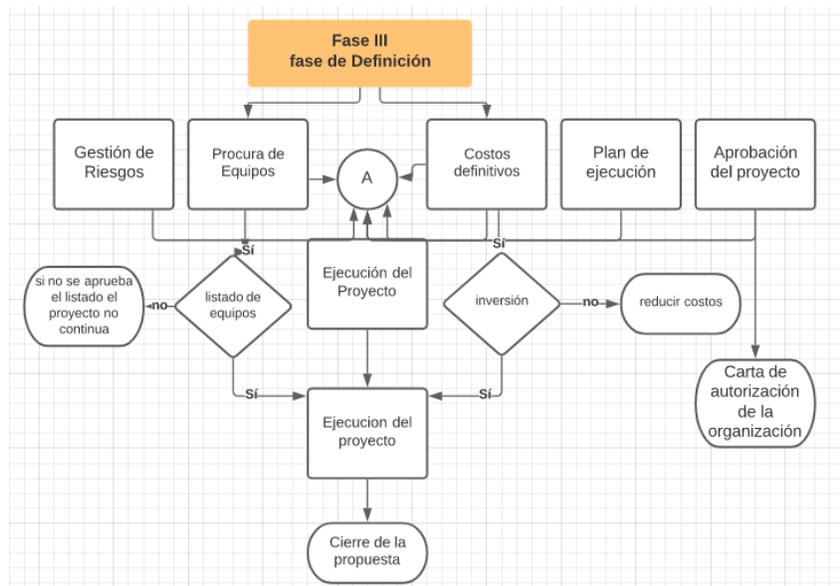


Figura 8: Diagrama de la Fase III. Araujo J. (2021)

Etapa 1 Gestión de riesgos

Los riesgos están asociados a las tareas que se lleve a cabo y pueden ocurrir de manera interna y externa a la organización, para esto la autora indica los riesgos internos vinculados con el proyecto:

- Presupuesto elevado para la adquisición de equipos, mantenimiento y personal capacitado para poder llevar a cabo el plan de transmisiones.
- Personal seleccionado con poca experticia en los equipos de alta tecnología.
- Espacio físico con dimensiones no acorde a los equipos y personal de trabajo.
- Factores asociados a la prestación de los servicios para una transmisión adecuada tales como electricidad e internet.

Por otra parte la autora, considera como riesgos externos relacionado con el proyecto, los siguientes:

- Cambio de Gobierno, cambio de Presidente del INH, siendo éste un ente del Estado, un posible cambio de mando afectaría el proyecto a nivel de detenerlo o paralizarlo por completo.
- Suspensión definitiva de las actividades deportivas por factor pandemia. Pese a que se labora con el personal mínimo con amplias medidas de seguridad, un posible rebrote masivos de casos o aparición de una variante del virus COVID-19, podría desencadenar una cuarentena radical definitiva e indefinida.
- Fallas en los servicios eléctricos y de internet. Aunque, el INH cuenta con una planta eléctrica, un apagón general o ataque al Servicio Eléctrico Nacional podría afectar el sistema de multitransmisión.

- Cambios en las políticas internas de los servicios de redes sociales vía *streaming*, que puedan restringir el uso de sus plataformas para las transmisiones en vivo.
- Cambios en los estatutos legales nacionales e internacionales sobre la transmisión de deportes de invite y azar.
- Obsolescencia de equipos e infraestructura en las instalaciones del INH. Se trata de un nuevo proceso tecnológico que va asumiendo nuevos retos, por lo que la actualización de equipos siempre será necesaria y continua.
- Actualización y mantenimiento constante de los servidores, ya que conexiones no previstas y de forma masiva podría colapsar los servidores en caso de que la cifra de conectados supere la medición o proyección de impacto.
- Supervisión formal de la SUNAHIP para evitar que la plataforma de *streaming* se preste como banca virtual para jugadas ilegales.

Dichos riesgos, conlleva a establecer relación entre el INH con los socios estratégicos, para mejorar la experiencia y disminuir los riesgos mencionados anteriormente; para ello se plantea como matriz de grupos de interés o *stakeholders*, lo siguiente:

- Ministerio del Deporte: para apoyo financiero y logístico que esté relacionado con la adquisición de nuevos equipos para el servicio de *streaming* y servidores.
- SUNAHIP: Para supervisión directa de las jornadas en vivo mediante *youtube* para evitar la proliferación de páginas y grupos de apuestas ilegales, que se sirvan de los datos e informaciones de los dividendos que saldrían de manera gratuita por las redes sociales del INH en cada jornada.

- Páginas Web Legales: Relación comercial y publicitaria con las paginas legales del INH que promuevan una campaña para jugar legal y seguro con la plataforma virtual del Instituto.
- CANTV/ Movistar/ Digitel: Alianza con entes públicos y privados asociados al servicio de fibra óptica e internet para garantizar una velocidad y carga estable del servicio.
- CORPOELEC: Relación con esta empresa del Estado para servicio de electricidad estable, así como la tienen los canales de televisión públicos del país.
- Ministerio de Comunicación e Información: alianza con este ente para estar al día e informados de las políticas internas y externas sobre el uso de *streaming*.

De esta manera se puede garantizar el funcionamiento del proyecto en transmisiones en vivo de carreras del hipódromo la Rinconada.

Etapa 2 Especificaciones para la compra de la procura

Para la primera actividad indicada en el cuadro N°7, en cuanto a la procura de los equipos, aprobado por el despacho del Superintendente, se realizará la adquisición de los mismos mediante un distribuidor autorizado para la compra y traslado al espacio físico del INH.

Etapa 3 Estimados de costos definitivos.

En cuanto a los costos definitivos del proyecto se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 9 Estimados de costos definitivos.

	Costo mensual
Capital Humano	\$300
Equipos	\$1.610
Total de inversión	\$1.910

En este sentido, este proyecto tiene una versión de \$1.910.

Etapa 4 Plan de ejecución del proyecto.

Para esta etapa final se realizó una serie de actividades previas que permitieron llevar a cabo la ejecución del mismo, tomando en cuenta la planeación de la ejecución como su implementación.

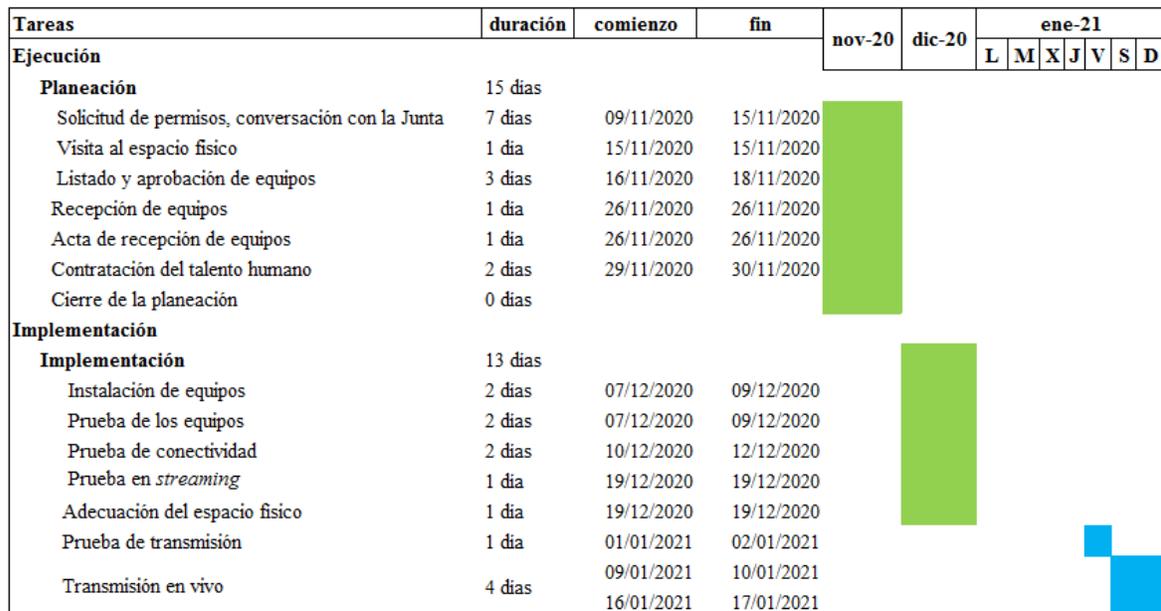


Figura 9: Diagrama de Ejecución de Procesos. Araujo J. (2021)

En el diagrama se puede visualizar dos momentos de la ejecución de los procesos como es la planeación en las etapas anteriores y la ejecución en la última etapa de la fase de Definición, en lo que contempla las pruebas de conectividad y transmisión. Luego de estas

actividades, se concretó que el plan de transmisión se realizará los días sábados y domingos, de la siguiente manera:

El primer paso es analizar con qué programa de retransmisión se efectuará el *streaming* en este caso se realizará mediante un *open software* (código abierto) de nombre OBS (*Open Broadcaster Software*) o (*Software de Emisora Abierta*)

Seguidamente, se abrirá la red social en este caso, se utilizará *YouTube* ya que es la red social con mayor interacción como se puede observar en el apéndice N°2, se dirige al apartado de emitir en directo, una vez allí se edita los aspectos de la transmisión en cuanto a:

- Título de la transmisión (Obligatorio).
- Descripción.
- Visibilidad (Privado, No listado o Público).
- Categorías que van desde Cine y animación hasta Activismo y organización sin fines de lucro.
- Miniatura.
- Listas de Reproducción.
- Público se crean contenidos para adultos o para niños.
- Indicaciones de publicidad pagada.
- Etiquetas.
- Idioma y Subtítulos.
- Ubicación y fecha de la grabación.
- Licencia y Distribución.

Posteriormente, se configura la transmisión, este apartado es muy importante ya que en el mismo se encuentran las características de cómo se realizará la transmisión en vivo y el servidor de transmisión los cuales generan una llave única y un código *URL*.

Una vez configurado y obtenido los parámetros antes descritos se dirige al programa OBS -> Ajustes -> Emisión y colocamos la información:

- Servidor: `rtmp://a.rtmp.youtube.com/live2`
- Clave de transmission: `r4bx-03am-djqr-km4y`

Finalizando el proceso de configuración de servidores y claves de transmisiones se puede iniciar la transmisión en Vivo por *Youtube*.

La aprobación de dicho proyecto está avalado en la Carta de Autorización de la Organización en la página iv de esta investigación.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La gestión de proyectos implica generar una información estructurada con valor agregado que permite la articulación de recursos tanto técnicos, materiales y humanos que brinden una mayor estructura en el negocio de las organizaciones nuevas o tradicionales; permitiendo un trabajo organizado y disciplinado.

Mediante la metodología FEL, la autora pretendió mostrar la aplicabilidad del proyecto para la transmisión de caballos en vivo como un deporte, para el disfrute de los venezolanos, se evidencia que las variables que influyen este plan de trabajo están vinculadas con los tres pasos para el desarrollo de la metodología seleccionada.

Para llevar a cabo una adecuada gestión de redes es necesario que la organización tenga conciencia de la importancia de la planificación, por eso este trabajo de investigación buscó desarrollar el plan de proyecto para definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL.

Esta investigación es un aporte innovador para brindar un espectáculo en vivo desde la comodidad del espacio que el usuario desee estar, además que genera nuevas formas de interacción entre los apasionados por este deporte como es las carreras de caballo.

Por otra parte, esta nueva modalidad brinda un avance en la concepción y la percepción de los deportes, además permite nuevos puestos de trabajo en al área de telecomunicaciones y de la comunicación social y pudiera ser una práctica exitosa para los demás hipódromos que se encuentran en el país.

Entre los hallazgos a lo largo de este recorrido, la autora considera que los medios tecnológicos serán cada día más demandados por los ciudadanos, por ello hay que estar en la vanguardia de la misma, para que el modelo de negocio esté vigente, sin perder su esencia.

Por ello, para dar respuesta al objetivo específico número uno, en que se planteaba diagnosticar la factibilidad de las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada *on line*, se evidenció a través de las respuestas del cuestionario aplicado a los tres miembros de la Junta Liquidadora que es factible a nivel técnico, económico y operativo las transmisiones de las carreras de caballos en un 100% según lo señalado por cada uno. Además señalan que los factores que favorecen esta transmisión es que al ser el único ente autorizado por el estado es viable la misma. Por otra parte se evidencia que entre los factores que dificultan las transmisiones están asociadas a factores externos como las fallas del servicio eléctrico y de internet.

En cuanto al objetivo número dos en el que se planteó definir el mecanismo más conveniente para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada, las métricas mostradas a través del diario de campo indican que la más usada por los usuarios y fanáticos de este deporte es *youtube* con un 34% conectados y en reproducciones también con la misma aplicación con un 72%, en este sentido queda en evidencia que la red social o el mecanismo más conveniente para la transmisión en vivo es *youtube*. Además, al realizar la matriz de análisis de las redes sociales, se evidenció que la red social *youtube* permite tener un número elevado de suscriptores, etiquetas de búsqueda para ver una carrera determinada o en una fecha específica, promueve un target adulto, mayor de edad específicamente y la capacidad de multisegmentación es alta, esto último permitirá que las empresas privadas o públicas puedan transmitir su publicidad.

Por último, para llevar a cabo el objetivo específico número tres, en el que se propuso diseñar el plan de ejecución para las transmisiones en vivo de las carreras de caballos del Hipódromo La Rinconada en la red social seleccionada como lo fue *youtube*, se puede observar a lo largo del trabajo en sus capítulos anteriores como la autora fue desarrollando la misma, desde los recursos materiales como humanos, perfil de cada uno del talento humano que conformará el equipo de trabajo, hasta la descripción paso a paso de la transmisión en vivo.

Recomendaciones

Fundamentado en las conclusiones establecidas y de conformidad con el análisis de los resultados obtenidos se presentan las siguientes recomendaciones:

1- A la Junta Liquidadora: Operacionalizar lo desarrollado en este trabajo de investigación para la mejora continua del servicio y ofrecer a los usuarios un espectáculo desde la comodidad de sus hogares.

Profundizar mediante *focus group* el análisis de riesgos del proyecto en general, tomando en cuenta los diversos aspectos tanto internos como externos para mejorar la propuesta y por ende el proyecto.

2- Al equipo que coordina las transmisiones: Tomar en cuenta que la red social de preferencia es *youtube*, por ello, los esfuerzos en brindar un servicio de calidad deben estar dirigidas a esta red social, enfatizando en los cinco criterios para hacer un servicio más diferenciado y óptimo.

3- A todo el equipo de trabajo de este proyecto evaluar continuamente las métricas de interacción de los usuarios así como el número de producciones para seguir monitoreando las redes frecuentes con la que el público interactúa, con la

finalidad de conocer el números de usuarios, la interacción entre la red social y los usuarios, para brindar un espectáculo de calidad y satisfactorio.

- 4- Dada la importancia para los usuarios de estar conectados y la cantidad de reproducciones por transmisiones, es importante elaborar un plan de patrocinio con empresas públicas y privadas para que este proyecto pueda generar un retorno de la inversión.
- 5- Generar un plan con alternativas frente a situaciones en el que los servicios como electricidad e internet tengan dificultades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

@oficialinh. (28 de febrero de 2020). *Recuperación y Pintura en el Hipódromo La Rinconada Gestión 2020*. Obtenido de @oficialinh: <https://www.instagram.com/p/B9Jv621pv3d/?igshid=69z03h8n3wf>

Aldana, A. (s.f.). HIPICOMPUT2000. Obtenido de ¿Quién da más, el banquero o el hipódromo?: <http://hipodromo.tripod.com/banca.html>

American Marketing Association (1992) Definición de marketing. Recuperado de: <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

Anaya, A., & Alvarado, L. (2017). Análisis para la localización de una planta de acuerdo con la metodología FEL. *Industria Química*, 74-79.

Arraiz (2016) El Hipismo en Venezuela. Número 033, 10-25. Caracas: Ediciones B Venezuela.

Antevenio (2018). Twitch, la red social de Amazon basada en el video. Blog. Recuperado de: <https://www.antevenio.com/blog/2018/10/twitch-la-red-social-de-amazon/>

Arias, F. (2006). *El Proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Quinta edición. Caracas: Editorial Episteme.

Barrera, J. (21 de febrero de 2008). *Investigación holística*. Recuperado de: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html>

Benaissa, S. (2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española. Madrid: index.comunicación.

Budiansky, S. (1997). *The Nature of Horses: Exploring Equine Evolution, Intelligence, and Behavior*. New York, EE.UU.: The Free Press.

Casas, J. (s.f.). *hipismo.tripod*. Recuperado de: <http://hipodromo.tripod.com/jugada.html>

Castellanos, J. (16 de marzo de 2016). Mafias obligan al cierre del Hipódromo de Santa Rita. Maracaibo, Zulia, Venezuela.

Castillo Sánchez, M. (2004). Guía para la formulación de proyectos de investigación. Bogotá, Colombia. Editorial Magisterio.

Cobo Romani, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona, México DF: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (s/f)

Computing Technology Industry Association (2009). Los beneficios económicos y sociales del uso de las TIC - Una Valoración y Guía de Políticas Para América Latina y el Caribe. Editorial CompTIA.

conexionesan. (19 de octubre de 2015). *Metodología front-end loading (FEL): ¿Que etapas tiene?* Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/metodologia-front-end-loading-fel-que-etapas-tiene/>

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, publicada en Gaceta Oficial N° 36.860, del jueves 30 de diciembre de 1999

Deivid, B. (2018). Arraiz Lucca, Rafael. El Hipismo en Venezuela . Ediciones B Venezuela, 2016. *Procesos Históricos. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, 153-154-155. Recuperado de: [file:///C:/Users/Jolermi/Downloads/9930-29845-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Jolermi/Downloads/9930-29845-1-SM%20(1).pdf)

Dentzel (2008) Tuenti: pasado, presente y futuro de la marca. Análisis de la evolución del cambio de estrategia de una marca generacional. Trabajo de fin de grado. Universidad de Valladolid. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/18618>

Deraga, D. (2007). El caballo y el deporte . *Estudios del Hombre* , 193-209.

Dimensión Hípica. (12 de mayo de 2012). Dimensión Hípica. Obtenido de La Rinconada, entre robos y lamentos. Recuperado de: <https://www.dimensionhipica.net/la-rinconada-entre-robos-y-lamentos/>

Do Rego, E. (2011). Transmisión de videos en redes de datos móviles, innovación tecnológica de cambio en la industria de noticias. Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico de Buenos Aires - Escuela de Organización Industrial de España, Escuela de Organización Industrial, Buenos Aires. Recuperado de: https://ri.itba.edu.ar/bitstream/handle/123456789/431/501051_doRego_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El Estimulo . (16 de mayo de 2016). *CLIMAX*. Recuperado de: <https://elestimulo.com/climax/la-rinconada-y-santa-rita-muerte-a-galope/>

ESAN (19 de octubre de 2015). *conexiónesan*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/metodologia-front-end-loading-fel-que-etapas-tiene/>

EUROFORUM (10 de diciembre de 2018). Servicio de Streaming para eventos: qué es y por qué lo necesitas. Madrid, San Lorenzo de El Escorial, España. Recuperado de: <https://www.euroforum.es/blog/streaming-para-eventos-que-es-por-que-lo-necesitas/>

Franquis, B. (23 de abril de 2020). Falta de gasolina paraliza el transporte y pone a caminar a las comunidades de las zonas populares. Caracas. Distrito Capital. Venezuela .

Frías M, Pérez J, Sandoval C, Williner A (2012) Redes y pactos sociales territoriales en América Latina y el Caribe: sugerencias metodológicas para su construcción. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Naciones Unidas. Serie Desarrollo Territorial. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7244/1/S1200584_es.pdf

García, M. (2016). Innovación en formato audiovisuales. El uso de herramientas de live setraming en Antena 3 y Univisión. Alicante: Miguel Hernández Communication journal.

Guía de los Fundamentos para la Dirección De Proyectos (GUÍA DEL PMBO K®) (2008) *Project Management Institute Global Standard*. Cuarta Edición Pennsylvania

Hernández R (2013) PMBOK Guide. Guía de los Fundamentos De La Dirección de Proyectos. Recuperado de: <https://sg.com.mx/content/view/472>

Herramientas y Técnicas para la Gestión de Proyectos de Desarrollo PM4R (2018) Certificación *Project Management Associate* (PMA). Recuperado de: https://indesvirtual.iadb.org/file.php/1/PM4R/Guia%20de%20Aprendizaje%20PMA%20SP-A.pdf?fbclid=IwAR0_17MRzWGU-xgLTa1HregQQYcDu4V8vVnAga7GbhPdR2dJ0QbezaNZ-ig

Hutt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. San José. Universidad de Costa Rica. doi:10.15517/RR.V9I12.1513

IAM VENEZUELA . (2007). *Institutional Assets and Monument of Venezuela*. Obtenido de Institutional Assets and Monument of Venezuela. Recuperado de: <https://iamvenezuela.com/2016/07/complejo-hipodromo-la-rinconada/>

Jimenez Prieto (2014) La creciente importancia de las redes sociales en la estrategia de marketing de la empresa. El caso GAM. Trabajo de investigación. Universidad de Valladolid. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/5907>

Iluxenio. (14 de marzo de 2019). *Iluxenio*. Recuperado de: <https://www.iluxenio.com/blog/los-hipodromos-mas-importantes-del-mundo/>

Infante, J. (21 de enero de 2020). *El Periodiquito*. Recuperado de: <https://www.elperiodiquito.com/noticias/113071/Acuerdan-nueva-tarifas-del-pasaje-urbano>

Instituto Nacional de Hipódromos. Recuperado de: <https://inh.gob.ve/nosotros/>

Instituto del Patrimonio Cultural . (2007). *iamvenezuela.com*. Obtenido de IAM Venezuela. Recuperado de: <https://iamvenezuela.com/2016/07/complejo-hipodromo-la-rinconada/>

Jiménez Prieto, N. (2014). La creciente importancia de las redes sociales en la estrategia de marketing de la empresa. Caso GAM. Universidad de Valladolid, Escuela de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria. Soria: Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria. Recuperado el 16 de mayo de 2020, Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5907/TFG-O%20173.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Julio, L., & Amelia, R. (2009). El Modelo de Negocio de YouTube. *Ícono 14*, 12-13

Larrañaga J. y Ruiz Amelia (2009) Modelo de Negocio de YouTube.

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos. Gaceta Oficial N° 383.280, del lunes 7 de febrero de 2011.

Ley que suprime y liquida El Instituto Nacional de Hipódromos y regula las actividades hípcas. Gaceta Oficial N° 5.397, del 25 de octubre de 1999.

López, B. (6 de octubre de 2019). Ciudadano 2.0. Recuperado de: <https://www.ciudadano2cero.com/youtube-que-es-como-funciona/>

Machado, S. (8 de julio de 2018). *Punto de Corte* (Agencia de Información). Recuperado de: <https://puntodecorte.com/hipodromo-rinconada-transformador/>

Mundo, D. (29 de febrero de 2016). *BBC Mundo*. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160226_venezuela_tecnologia_datos_dp

Naranjo, C. (8 de noviembre de 2016). *Crónica.uno*. Recuperado de <https://cronica.uno/recaudacion-apuestas-hipismo-tapete/>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) (s/f). Aprovechemos las oportunidades de la tecnología digital para mejorar el bienestar, pero, también, hagamos frente a los riesgos. Recuperado de: <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/comovalavidaenlaeradigital.htm>

Petit (2017) Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 22, núm. 79, 2017 Universidad del Zulia, Venezuela. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055964004>

Pignoloni, E. (30 de mayo de 2019). Twitter. Obtenido de @epignoloni: <https://twitter.com/epignoloni/status/1134217311823568897?lang=es>

Poderoperia . (14 de mayo de 2020). *Poderoperia Venezuela* . Recuperado de: <https://poderopediave.org/empresa/junta-liquidadora-inh/>

Polo Serrano, D. (2010). La comunicación a través del vídeo streaming. Análisis del caso YouTube . Granada. Universidad de Granada.

Posicionamiento Web Málaga. (2019). *Live Streaming: ¡Aprovecha las transmisiones en vivo en redes sociales!* Recuperado de: <http://www.posicionamiento-webs.com/transmisiones-vivo-redes-sociales/>

Proyecto Nacional Simón Bolívar, Tercer Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2019-2025. Gaceta Oficial N° 6.446, del lunes 8 de abril de 2009.

RaceBets. (31 de enero de 2020). *racebets.com*. Recuperado de <https://www.racebets.com/es/carreras-de-caballos/>

Rivero, C. (9 de diciembre de 2019). Líder. Obtenido de Cesaron actividades en Hipódromo de Valencia. Recuperado de: <http://www.liderendeportes.com/noticias/hipismo/cerrado-el-ovalito-de-valencia-por-segunda-vez-en-el-ano/>

Rodríguez Gómez, A. (2014). La Comunicación en vivo: eventos y visibilidad, clave en las organizaciones. Madrid-España: Universidad Camilo José Cela. Recuperado de: https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44949

RT. (2017). actualidad rt. Recuperado de <https://actualidad.rt.com/actualidad/248517-venezuela-debate-posible-regulacion-redes>

Sabaté, J. (10 de abril de 2008). *Consumer*. Recuperado de: <https://www.consumer.es/tecnologia/internet/zaryn-dentzel-director-ejecutivo-de-tuenti-la-mayor-red-social-online-en-castellano.html>

Sánchez A (2019) Metodología Fel (Front-End Loading) Para La Gestión De Proyectos. Blog. Recuperado de:

<https://abffreddy.wordpress.com/2019/06/07/metodologia-fel-front-end-loading-para-la-gestion-de-proyectos/>

Silva Aristiguieta, A. (2007). Introducción a la gerencia de proyectos. Caracas, Venezuela: Universidad Metropolitana

Sin autor (s/f) Recuperado de: <https://www.wrike.com/es/project-management-guide/faq/que-es-el-plan-de-ejecucion-de-un-proyecto-en-gestion-de-proyectos/>

sites.google. (s.f.). *sites.google.* Recuperado de: <https://sites.google.com/site/stigestionydesarrollo/recuperacion/recuperacion-gestion/tema-3---gestion/1>

Sucre, A. (8 de agosto de 2019). *Las verdaderas causas del colapso eléctrico de Venezuela.* Recuperado de: <https://elestimulo.com/climax/las-verdaderas-causas-del-colapso-electrico-de-venezuela/>

SUNAHIP. (s.f.). *http://www.sunahip.gob.ve/.* Recuperado de <http://www.sunahip.gob.ve/index.php/fiscalizacion>

Tovar J. (2012) Metodología de Gerencia de Proyectos bajo enfoque Fornt-End-Loading. Trabajo especial de grado. Caracas Venezuela

Valles José Antonio (año) Necesidad de una metodología de Gerencia de Proyectos. Recuperado en: https://www.academia.edu/37445321/La_Metodolog%C3%ADa_FEL_en_la_Gerencia_de_Proyectos_Log%C3%ADsticos

Valles Romero J. (s/f) La Metodología FEL en la Gerencia de Proyectos Logísticos. Recuperado en:

[https://www.academia.edu/37445321/La Metodolog%C3%ADa FEL en la Gerencia de Proyectos Log%C3%ADsticos](https://www.academia.edu/37445321/La_Metodolog%C3%ADa_FEL_en_la_Gerencia_de_Proyectos_Log%C3%ADsticos)

Verizon (2020) Ancho de banda. Recuperado de:
<https://espanol.verizon.com/info/definitions/bandwidth/>

Verizon (2020) fibra óptica. Recuperado de:
<https://espanol.verizon.com/info/definitions/fiber-optics/>

Verizon (2020) *streaming spanol*. Recuperado de:
<https://verizon.com/info/definitions/streaming/>

Verizon (2020) transmisión.
<https://espanol.verizon.com/info/definitions/transmision>

VideoHípico. (31 de enero de 2020). *videohipi.co*. Recuperado de:
<http://www.videohipi.co/>

Vivian, C. (2009). *Metodología: Front End Loading2*. Buenos Aires: Universidad del Salvador.

Whatchity. (s.f.). *Whatchity.com*. Recuperado de:
<https://www.watchity.com/es/blog/beneficios-del-video-en-streaming/>

APÉNDICES Y ANEXOS

Apéndice N°1. Cuestionario.



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



ESPECIALIZACIÓN DE PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS

Instrumento aplicado a los miembros que conforman la Junta Liquidadora

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El siguiente cuestionario tiene como finalidad complementar el recurso estadístico de medición de factibilidad del trabajo de grado denominado “Plan de Proyecto para definir la red social más factible en transmisiones en vivo de carreras del Hipódromo La Rinconada a través de la metodología FEL” como requisito parcial para optar al grado de Especialista en Planificación, desarrollo y gestión de proyectos.

Instrucciones:

A.- De acuerdo a su experiencia y conocimiento en el área, marque con una equis “X” según corresponda a cada pregunta, tomando en cuenta que 1 significa que su opinión es “muy mala”, 4 que su opinión es “muy buena”

Cuestionario

	Muy mala	mala	Buena	Muy buena
1.- Considera usted, ¿que las carreras de caballo se pudieran transmitir en vivo?				
2.-Tomando en cuenta que vivimos en un entorno globalizado donde las redes sociales cada vez están más presentes, ¿es viable que el INH trasmita las carreras de caballo?				

B.- Responda a las siguientes interrogantes:

3.-Para llevar a cabo las transmisiones de las carreras del Hipódromo La Rinconada vía *on line*, ¿Cuáles serían las debilidades y oportunidades en este modelo de negocio?

4.-A su juicio, podría mencionar los factores que favorecen las trasmisiones en vivo de carreras vía *on line*.

5.-A su juicio, podría mencionar factores que dificultan las trasmisiones en vivo de carreras vía *on line*.

6.-Indique por favor el rol que ejerce en la Junta Liquidadora:

Apéndice N°2. Matriz de Respuesta del cuestionario

Cuadro 10: Matriz de Respuesta del cuestionario

Población: tres (3) miembros que conforman la Junta Liquidadora

Contenido	Muy malo		Malo		Bueno		Muy bueno		Total
	f	%	f	%	f	%	f	%	%
1.-Considera usted, ¿que las carreras de caballo se pudieran transmitir en vivo?	0	0	0	0	2	67	1	33	100
2.-Tomando en cuenta que vivimos en un entorno globalizado donde las redes sociales cada vez están más presentes, ¿es viable que el INH trasmita las carreras de caballo?	0	0	0	0	0	0	3	100	100

Cuadro 11: Transmisión en vivo

Ítem N°1: Considera usted, ¿que las carreras de caballo se pudieran transmitir en vivo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Bueno	0	0
Muy bueno	3	100
Total	3	100

Fuente: miembros de la Junta Liquidadora (2021)

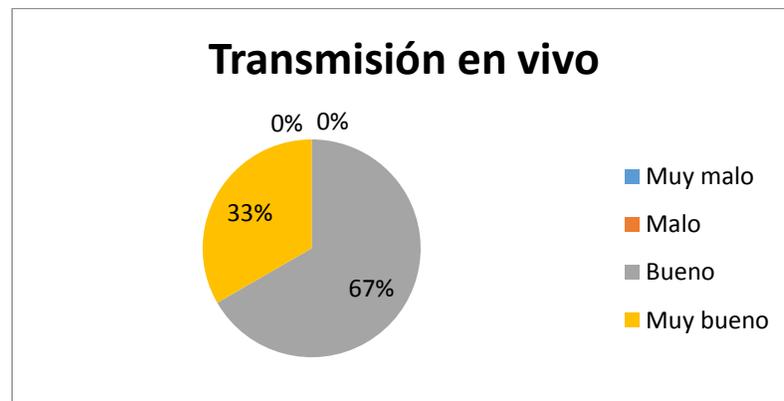


Gráfico N° 2: Transmisión en vivo. Fuente: Araujo J. (2021)

Cuadro 12: Viabilidad

Ítem N°2: Tomando en cuenta que vivimos en un entorno globalizado donde las redes sociales cada vez están más presentes, ¿es viable que el INH transmita las carreras de caballo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Bueno	2	67
Muy bueno	1	33
Total	3	100

Fuente: miembros de la Junta Liquidadora (2021)



Gráfico N° 3: Viabilidad. Fuente: Araujo J. (2021)

Apéndice N°3. Matriz FODA cruzado.

<p align="center">MATRIZ FODA</p>	<p>Fortalezas Equipo multidisciplinario para llevar a cabo el proyecto. Aprobación por parte INH y la Junta Liquidadora.</p>	<p>Debilidades Presupuesto elevado para la adquisición de equipos, mantenimiento y personal capacitado.</p>
<p>Oportunidades Sin competencia en el mercado. Aliados comerciales en replicar y transmitir las carreras de caballo. Alcance de éxito como modelo de negocio. Público interesado en ver en vivo las transmisiones.</p>	<p>F-O Proyecto factible como modelo de negocio para ser ejecutado por el equipo multidisciplinario, previa aprobación de los entes encargados.</p>	<p>D-O Analizar la rentabilidad para tener un <i>staf</i> de aliados comerciales y así la procura de los materiales para la procura de los recursos.</p>
<p>Amenazas Factores asociados a la prestación de los servicios tales como electricidad e internet.</p>	<p>F-A Establecimiento de planes para las posibles situaciones adversas con el equipo multidisciplinario</p>	<p>D-A Realización de alianzas con otros entes gubernamentales para ofrecer un servicio de calidad y así tener los equipos necesarios.</p>

Apéndice N°4. Diario de Campo (Reporte de Transmisión)

El estudio estadístico para la interpretación y cuantificación de los cálculos por cantidad de usuarios en simultaneo y total de visualizaciones se basó en la modalidad de recopilación de la información arrojada por las redes sociales para la visualización del público en general, esto quiere decir que cualquier persona puede realizar el mismo estudio y arrojarles los mismos resultados.

En cuanto a la cuantificación y cálculos de los datos se tomaron en cuenta los últimos tres (3) en vivos de las dos (2) redes sociales más concurrentes del Instituto Nacional de Hipódromos:

Youtube / FaceBook / Periscope / Instagram

- 1- |●EN VIVO|🐎Reunión #46 HIPÓDROMO LA RINCONADA 🐎
- 2- |●EN VIVO|🐎Reunión #01 HIPÓDROMO LA RINCONADA 🐎
- 3- |●EN VIVO|🐎Reunión #02- HIPÓDROMO LA RINCONADA 🐎

Arrojando los siguientes resultados:

Cuadro 13: Visualizaciones y espectadores

	Visualizaciones		Espectadores	
	<i>Youtube</i>	<i>facebook</i>	<i>Youtube</i>	<i>facebook</i>
Reunión #46	121.998	20.000	6500	5000
Reunión #01	129.556	21.700	6500	5500
Reunión #02	116.121	22.600	7100	6000

Fuente: Reporte de transmisión del INH (2021)

En los datos anteriores se puede visualizar el crecimiento exponencial de los usuarios en los en VIVOS y la administración del canal y grupo estableciéndose como el canal más usado por los usuarios es la red social *youtube*, las métricas arrojadas a continuación detallaran los siguientes aspectos importantes como lo son:

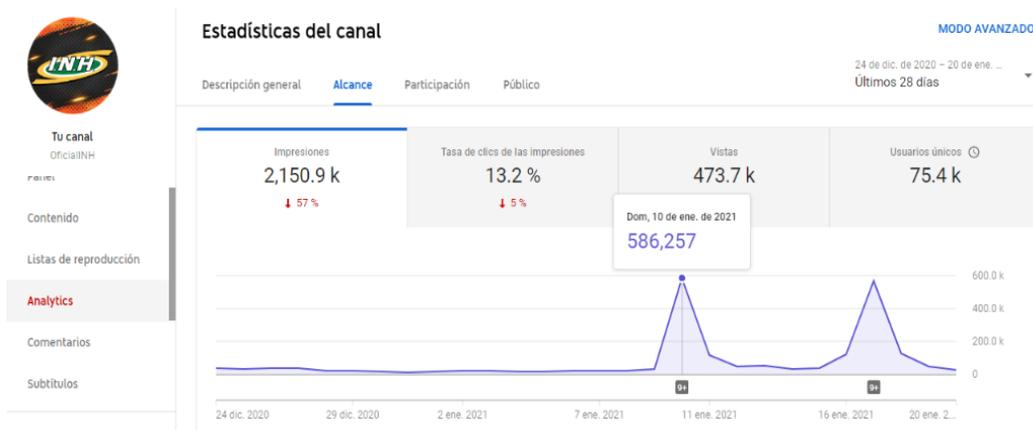
- 1- Nuevos Suscriptores.
- 2- Alcance y Vistas.

En cuanto a la red social YouTube la cantidad de Suscriptores es de 37.400



En siguiente gráfico se puede observar que para la fecha 11 de enero de 2021 hubo un incremento de 473 suscriptores, estos incrementos son posterior a los días de carrera maximizando así la importancia de los en VIVOS y la óptima administración de los recursos multimedia que se aplican al canal.

En cuanto al alcance, se observa que el mismo es de 593.128,5 como se muestra en el siguiente gráfico



El alcance para la fecha del domingo 10 de enero 2021 seguido al domingo 16 de enero 2021, nos da el escenario real del crecimiento exponencial en el canal de *youtube* generando así un promedio de:

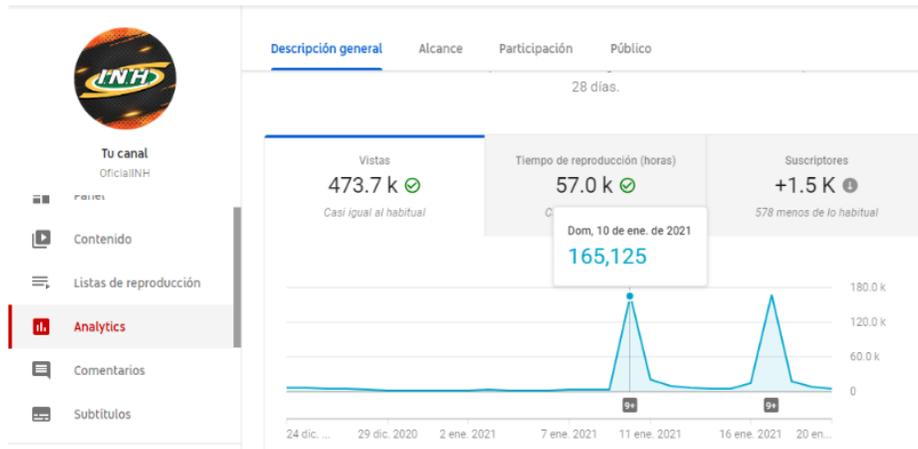
A: domingo 10 de enero 2021 -> 586.257 alcances

B: domingo 17 de enero 2021 -> 600.000 alcances

En promedio de las dos jornadas el alcance es de 593.128,5

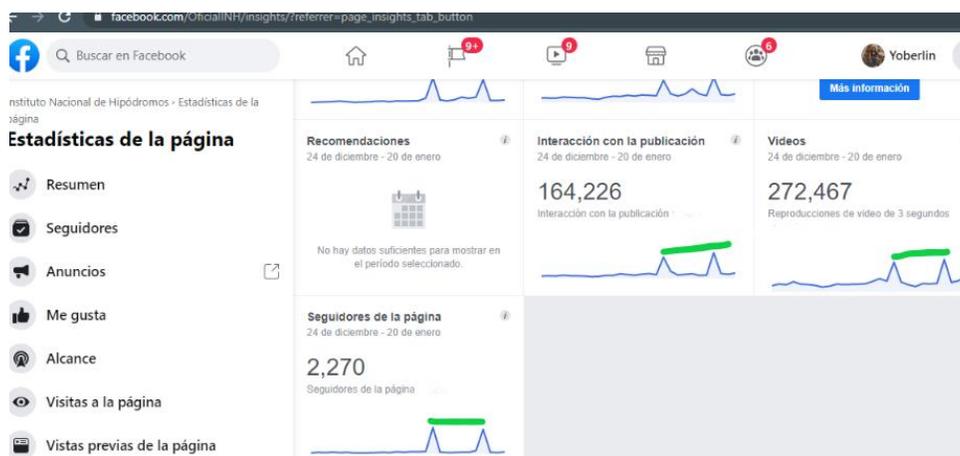
Esta operación matemática en la cual se generó un promedio de alcances semanales indican un total de: 593.128,5 alcances, observándose la tendencia de crecimiento.

En cuanto a la visitas al canal de youtube fue de 653.700,00



El gráfico arroja para la fecha 11 de enero de 2021 un total de: 473.700,00 vistas, en el mismo se puede observar un crecimiento para la fecha 16 de enero de 2021 de casi 180.000 vistas adicionales dando un total de: $473.700,00 + 180.000,00 = 653.700,00$ vistas al canal

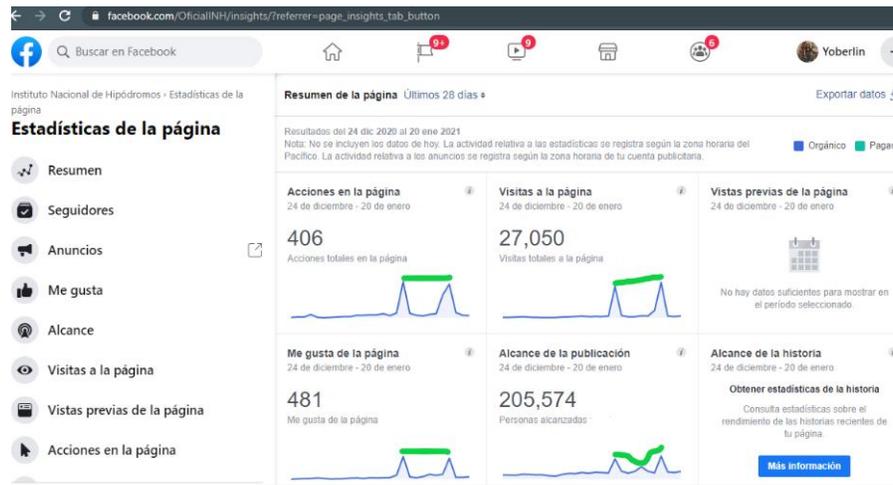
En cuanto a la red social *FaceBook* la cantidad de suscriptores 31.720



En el siguiente gráfico con fecha del 24 de diciembre de 2020 al 20 de enero de 2021 se puede apreciar que en ese espacio de tiempo donde la última transmisión de las

carreras (Reunión #46 con fecha del 20 de diciembre 2020) y las primeras carreras (Reunión #01 con fecha 10 de enero de 2021), el canal mantuvo una audiencia y una interacción bastante estable donde se obtuvieron 2.270 nuevos seguidores.

En cuanto al alcance de esta red social fue de 411.148,00 usuarios alcanzados.

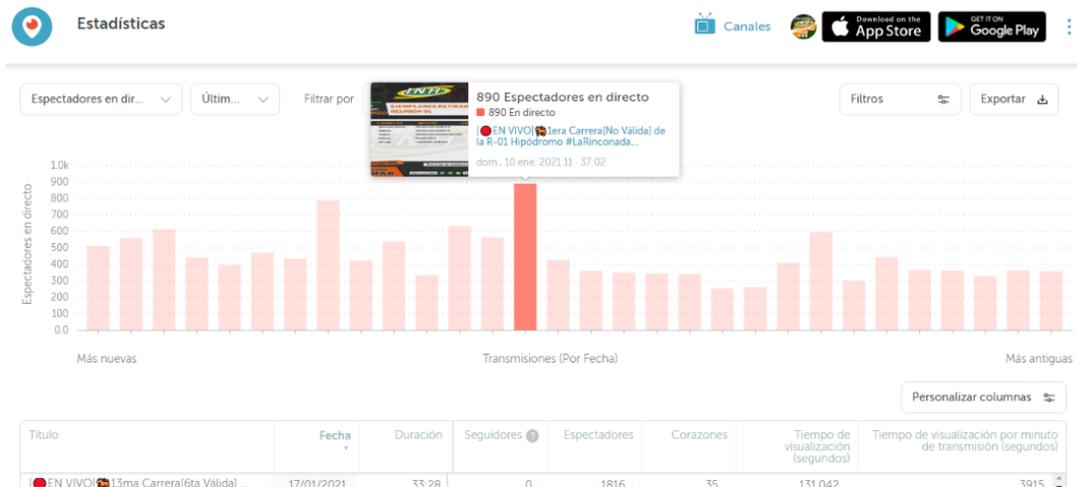


Para la fecha del 20 de enero de 2021, en el grupo de *FaceBook* el alcance fue de 205.574 la gráfica indica una tendencia de subida sin escala para las posibles mediciones, utilizando una interpretación basándose en la visual si se establece como límite un alcance de 500 usuarios y un nuevo periodo del 20 de enero de 2021 al 20 de febrero de 2021 utilizando el mismo resultado y sumándolos se podría estimar un alcance para dicha fecha de 411.148,00 usuarios alcanzados.

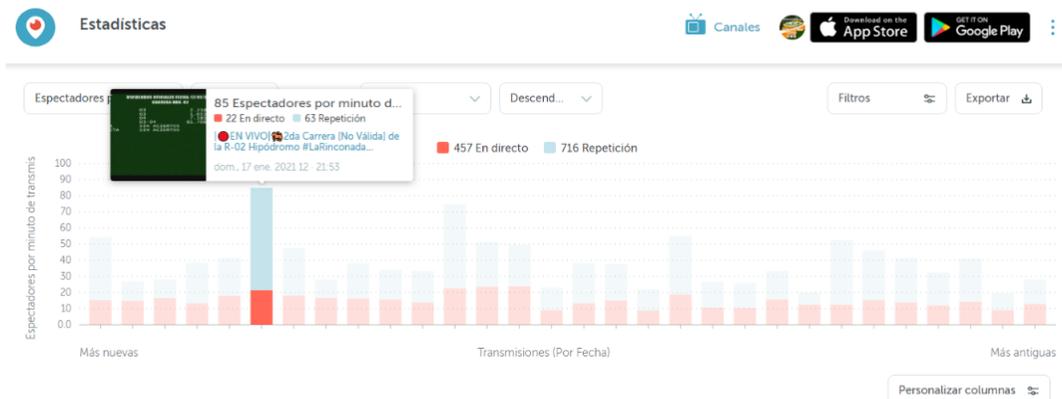
Anexos adicionales:

En la siguiente imagen con fecha 17 de enero 2021, se puede observar un EN VIVO en el canal de *youtube* con su respectivo *analytics* (análisis de transmisión) en el que se encuentra corriendo y mostrando un patrón de crecimiento al momento de las carreras obteniendo usuarios en simultáneos de hasta 8.000 personas viendo esa carrera.





Esta gráfica del canal de Periscope arroja la cantidad de personas en directo comenzando la transmisión por Periscope para la fecha de 17 de enero 2021.



Un dato a resaltar, es la cantidad de espectadores por minuto que arroja las estadísticas de Periscope 85 espectadores por minutos.

En conclusión, en las interpretaciones gráficas arrojadas se pudo visualizar como la interacción real por parte de la fanática y el público en general, hoy en día utilizan estos medios interactivos para buscar no solo entretenimiento si no también información relevante en cuanto al Hipismo se refiere.

Esta fanática no solo es local (Venezuela), es a nivel mundial que se conectan e interactúan con los *chats* en las transmisiones en vivo personas felicitando, sugiriendo, reclamando, entre otros. Es una nueva era en cuanto al entretenimiento se refiere y los

cálculos antes descritos son solo referenciales para el potencial que esto genera, un ejemplo sería cómo cuantificar un video publicado hace 3 meses si el mismo es descargado, pues arroja la conexión de nuevos usuarios.

Apéndice N°5. Instrumentos de validez por juicios de expertos

JUICIO DEL EXPERTO

1.-En líneas generales, considera que los indicadores de la variable están inmersos en su contexto teórico de forma:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

Observaciones: Considero que las interrogantes están muy bien formuladas, con un vocabulario técnico y preciso.

2.-Considera que los reactivos del cuestionario miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

Observaciones: sin observaciones

3.-Considera que el instrumento diseñado mide la variable factibilidad de las transmisiones:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

4.-Recomendaciones del experto:



Mónica Guzmán Morillo
Magister en Gerencia de Recursos Humano

Cédula de Identidad
V – 14.594.113

JUICIO DEL EXPERTO

1.-En líneas generales, considera que los indicadores de la variable están inmersos en su contexto teórico de forma:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

Observaciones: Considero que las interrogantes brindarán la información que acompañada con la matriz DOFA resolverán el objetivo específico

2.-Considera que los reactivos del cuestionario miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

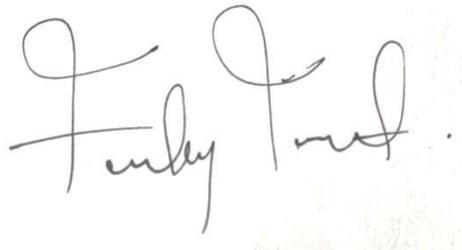
Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

Observaciones: sin observaciones

3.-Considera que el instrumento diseñado mide la variable factibilidad de las transmisiones:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

4.-Recomendaciones del experto: como experta en el área sugiero indagar en nuevas redes sociales que permitirán tener un abanico con mayor amplitud para el logro del trabajo y así contribuir a la mejora desde el área administrativa.



Mayor (B) Abg. Freddy Totesaut
Magister en Gerencia Administrativa

Cédula de Identidad
V – 10.346.239

JUICIO DEL EXPERTO

1.-En líneas generales, considera que los indicadores de la variable están inmersos en su contexto teórico de forma:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

Observaciones: las interrogantes buscan el propósito determinado

2.-Considera que los reactivos del cuestionario miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

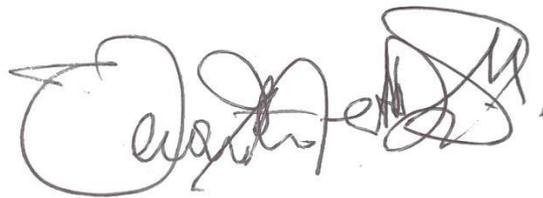
Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

Observaciones: sin observaciones

3.-Considera que el instrumento diseñado mide la variable factibilidad de las transmisiones:

Suficiente Medianamente suficiente Insuficiente.

4.-Recomendaciones del experto:



Verónica Neto Da Silva
Especialista en Planificación y Evaluación de la Educación

Cédula de Identidad
V – 14.908.744