



TRABAJO DE FIN DE GRADO

EMPRENDER EN EL SECTOR AUDIOVISUAL: VIABILIDAD ECONÓMICA Y ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN

Por:

Pablo González García

Tutora:

Marta Rodríguez Castro

Fecha:

Martes, 9 de mayo de 2025

¿QUÉ MOTIVA EL PROYECTO?



Desde pequeño, siempre me ha atraído mucho el mundo de la empresa.

Al terminar la universidad, solo me veía creando algo propio.

Este proyecto nace de esa necesidad de comprobar si emprender, incluso a pequeña escala, era realmente viable.

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Analizar el emprendimiento desde una perspectiva práctica en el sector audiovisual como autónomo, desde cero y en condiciones reales



OBJETIVOS ESPECÍFICOS



1

Crear una base sólida

para un proyecto empresarial sostenible y orientado al futuro.

2

Explorar el mercado audiovisual

en Galicia y España como entorno para emprender.

3

Estimar si el margen neto mensual

puede superar el SMI con dedicación parcial.

4

Comparar varias líneas de ingreso

desde una perspectiva económica, operativa y estratégica.

5

Evaluar la diversificación de servicios

como estrategia para mejorar la viabilidad económica.

HIPÓTESIS PLANTEADAS



1

Diversificar reduce el riesgo
y mejora la sostenibilidad a largo plazo.

2

Tarifas fijas estacionales
aportan estabilidad en periodos de baja demanda.

3

El miedo económico frena proyectos,
pero puede gestionarse con planificación
financiera.

4

Soft skills como clave
para complementar el conocimiento técnico y
consolidar el negocio.

METODOLOGÍA APLICADA

1

Trabajo real como autónomo

Enero-marzo 2025: ingresos, clientes y mercado reales.

2

Medición de rentabilidad por línea

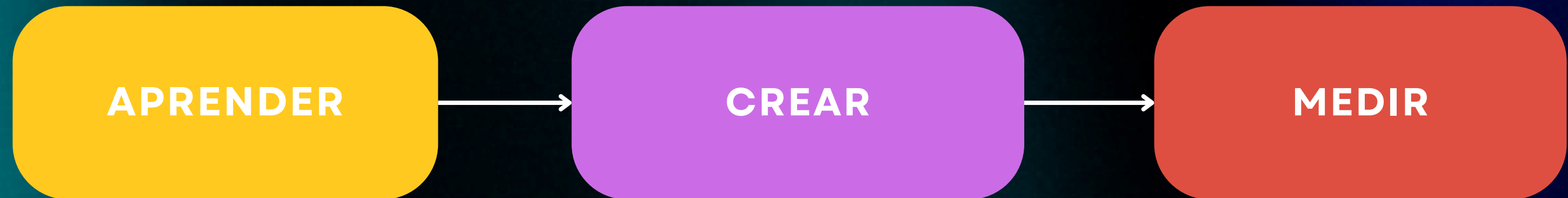
Horas dedicadas, costes e ingresos → €/h como métrica clave.

3

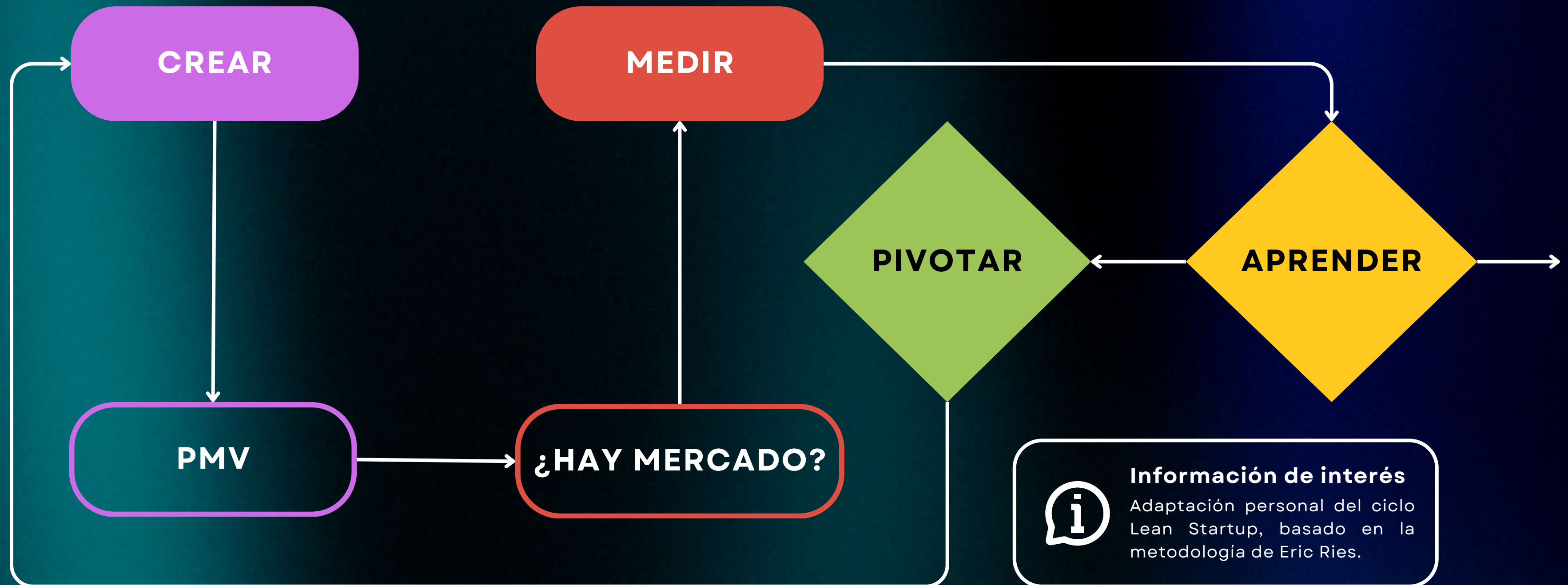
Enfoque Lean Startup

Ciclo Crear-Medir-Aprender + PMV
Validación de ideas rápido.

CRITERIO TRADICIONAL



CRITERIO ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR PRODUCTOS





4 MODELOS DE NEGOCIO EXPLORADOS

Fueron exploradas cuatro líneas paralelas para comprobar su rentabilidad y viabilidad real en el plazo de enero-marzo

1

Venta de servicios
audiovisuales

2

Formación audiovisual
alternativa

3

Colaboraciones

4

Marketing de afiliados

4 MODELOS DE NEGOCIO EXPLORADOS

Fueron exploradas cuatro líneas paralelas para comprobar su rentabilidad y viabilidad real en el plazo de enero-marzo

1

Servicios
audiovisuales

2

Formación audiovisual
alternativa

3

Colaboraciones

4

Marketing de afiliados

Informes > Resumen

Plan de tarifas

Historial de Pagos

Descargar Informes

Comentarios

01/01/2025 - 05/09/2025 /Este año

ID de seguimiento: Todos

Última actualización: 05/09/2025 00:00

Resumen

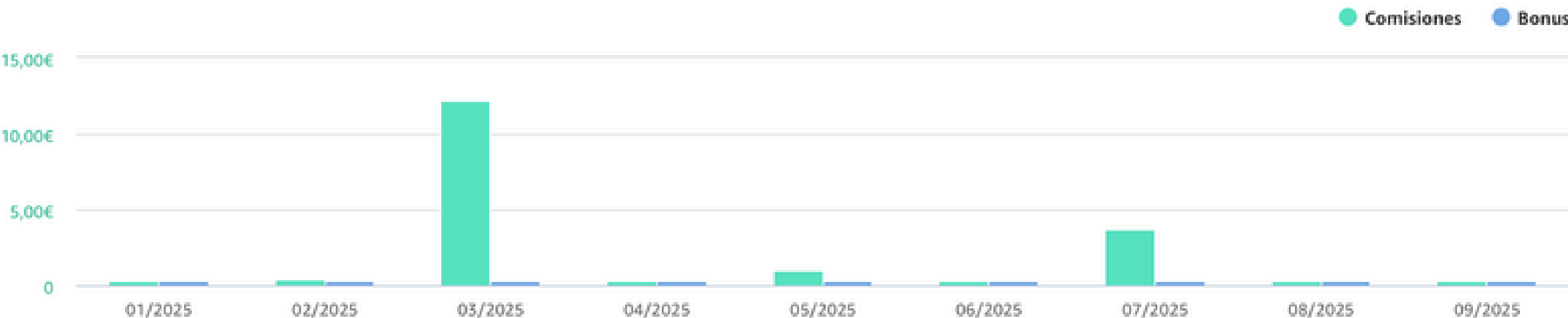
17,26 €

Comisiones

17,26 €

Bonus

0,00 €



Resumen de Comisiones

Número de Clics

242

Producto Pedidos

10

Producto Enviados

7

Conversión

4,13%

Total de ingresos

17,26€

Resumen de Comisiones

Número de Clics

Producto Pedidos

Producto Enviados

Conversión

242

10

7

4,13%

Total de ingresos

17,26€

VENTA DE SERVICIOS AUDIOVISUALES

RESULTADOS OBTENIDOS (ENERO-MARZO)

LÍNEAS DE INGRESO	BENEFICIO BRUTO (A.I.)	HORAS	€/HORA	IDEA CLAVE
B2C (particulares)	2.710,74 €	82 h	33,06	Ticket bajo, alta rotación → muy rentable
B2B públicas	726 €	36 h	20,17	Aporta estabilidad y flexibilidad
B2B privadas	2.338 €	184,25 h	12,7	Gran volumen, pero mucho tiempo y baja rentabilidad relativa

FORMACIÓN AUDIOVISUAL ALTERNATIVA

RESULTADOS OBTENIDOS

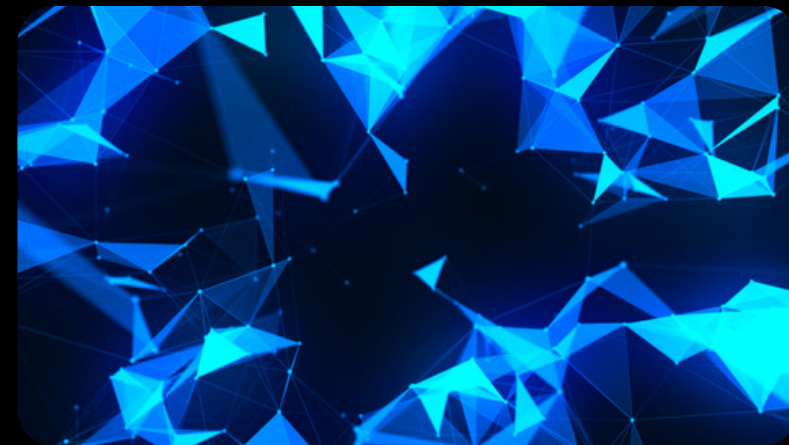
CANAL	REPERCUSIÓN	CAPTACIÓN	IDEA CLAVE
TIKTOK	766.000	2.677	Alcance masivo → ideal para atraer primeras audiencias.
INSTAGRAM	18.000	161	Menor alcance → menos efectivo para captar leads.
YOUTUBE	16.000	301	Recoge audiencia más cualificada → actúa como filtro de fidelidad
EMAIL	-----	23 leads	Pequeña base muy implicada → tasa de apertura alta.

CONCLUSIONES PRINCIPALES



Diversificar es clave (o no)

Apostar por varias líneas no siempre es positivo. La especialización como criterio estratégico también puede ser una decisión rentable.



Realismo económico

Más de 6.000€ facturados en 75 días no bastaron para superar el SMI neto. Fiscalidad y costes fijos pesan.



Soft skills como factor clave

Saber comunicar, negociar y gestionar clientes fue tan importante como las habilidades técnicas.



Metodología adecuada

El enfoque Lean Startup permitió validar rápido, aprender y reorientar sin perder tiempo ni recursos.

LIMITACIÓN DEL ESTUDIO

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

The Lean Startup (2011)

Metodología para crear negocios con aprendizaje validado y ciclos crear-medir-aprender.

Por Eric Ries.

Emprende en positivo (2024)

Ruta en tres etapas para optimizar captación, eficiencia y valor percibido.

Por Natalia de Santiago

Mercado del sector audiovisual (2024)

Radiografía del empleo y tendencias laborales en el sector.

SEPE.

Business Model Generation (2013)

Manual visual para diseñar y analizar modelos de negocio (Business Model Canvas).

Por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur.

Blitzscaling (2021)

Estrategia para escalar priorizando velocidad sobre eficiencia en entornos inciertos.

Por Chris Yeh y Reid Hoffman.

Emprende tu propio negocio (2021)

Principios prácticos de gestión y foco continuo en la felicidad del cliente.

Por Brian Tracy.

Muchas gracias

Ver el TFG completo

Descarga de archivo en la nube,
formato documento, 14,9 MB.