

# **Treball de Fi de Grau**

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Autoria:**

**Professorat  
tutor:**

**Curs:**

**Grau:**

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**



**Pla d'empresa per a la venda de fotografies de microstock**



**MARIONA**  
**LLIBRER**



**Treball de Final de Grau**

**Autoria:** Mariona Llibrer Ribas

**Tutor:** Anna Garnatxe Masmitja

**Grau:** Comunicació Audiovisual

**Curs:** 2020/2021

## **Índex:**

<b>1.- Resum executiu i descripció general del pla d'empresa:</b>	<b>2</b>
<b>2.- Pla de màrqueting:</b>	<b>4</b>
2.1.- Anàlisi del mercat objectiu:	4
2.1.1.- Consumidors (audiència i anunciants):	4
2.1.2.- Competència:	7
2.1.2.1.- Competència directa:	7
2.1.2.2.- Competència indirecta:	9
2.1.3.- Proveïdor i intermediaris:	11
2.1.3.1.- Intermediaris:	11
2.1.3.2.- Proveïdors:	16
2.1.4.- Altres components del mercat:	27
2.1.4.1.- Corba d'estacionalitat:	27
2.1.4.2.- Requeriments legals pel desenvolupament del projecte:	28
2.2.- DAFO:	31
2.3.- Definició del Públic Objectiu:	31
2.4.- Polítiques de màrqueting o màrqueting mix:	32
2.4.1.- Definició del producte:	32
2.4.2.- Fixació de la política de preu:	36
2.4.2.1.- Intermediaris:	36
2.4.2.2.- Pàgina web:	39
2.4.3.- Estratègia de distribució:	39
2.4.3.1.- Intermediaris:	40
2.4.3.2.- Pàgina web:	41
2.4.4.- Pla de comunicació:	41
2.4.4.1.- Campaña de llançament:	42
2.4.4.2.- Comunicació anual:	43
2.5.- Definició dels objectius comercials:	44
<b>3.- Pla de producció:</b>	<b>46</b>
3.1.- Cicle productiu:	46
3.1.1.- Cicle productiu inicial:	46

3.1.1.1.- Contacte amb les empreses distribuïdores:	46
3.1.1.2.- Donar-se d'alta com autònom:	49
3.1.1.3.- Creació de la pàgina web:	49
3.1.1.4.- Posar en marxa la campanya de llançament:	50
3.1.2.- Cicle productiu a setmana vista:	50
3.2.- Resum de recursos i costos:	51
3.2.1.- Local:	51
3.2.2.- Inversions de capital fix i costos:	52
3.2.3.- Costos d'aprovisionament:	53
3.2.4.- Costos de personal:	54
3.2.5.- Altres costos de producció:	54
3.2.6.- Costos de comercialització:	55
3.2.7.- Costos generals d'administració:	55
<b>4.- Estructura jurídica:</b>	<b>56</b>
<b>5.- Pla financer:</b>	<b>57</b>
5.1.- Pressupost de capital:	57
5.2.- Pressupost d'explotació:	58
5.2.1.- Pressupost d'explotació primer any:	59
5.2.2.- Pressupost d'explotació segon any:	60
5.2.3.- Pressupost explotació tercer any:	61
5.3.- Conclusió de viabilitat:	62
<b>6.- Bibliografia i Annexos</b>	<b>63</b>
6.1.- Bibliografia:	63
6.2.- Webgrafia:	64
6.3.- Annexos:	65
6.3.1.- Entrevista Carlos Gawronski:	65
6.3.2.- Drets d'imatge:	65
6.3.3.- Taula comparativa PVP:	65
6.3.4.- Pressupost Helvetia Sector Seguros:	66
6.3.5.- Pressupost registre de marca:	67
6.3.6.- Citació de les fotografies de la portada:	68

## 1.- Resum executiu i descripció general del pla d'empresa:

La realització d'aquest pla d'empresa apareix d'un projecte personal que es vol portar a terme en relació amb la creació i venda de fotografies d'estoc en línia, que és una forma de comercialització del treball fotogràfic. Aquesta idea de projecte sorgeix perquè les compres en línia s'han convertit en un indispensable per la societat i, tant professionals del sector audiovisual, com empreses de comunicació, opten per la compra d'imatges per internet abans que per la contractació d'un fotògraf per a la realització d'una sessió fotogràfica.

En la fotografia d'estoc el fotògraf (autor) cedeix diferents llicències d'ús de les seves imatges al consumidor a canvi d'uns *royalties*<sup>1</sup>, que solen estar establerts per empreses distribuïdores encarregades de fer d'intermediàries entre el creador de contingut i el client final. Per tant, la idea del projecte és crear fotografies d'estoc, de retrats comercials i estils de vida, i vendre-les a través de quatre empreses distribuïdores en línia, anomenades bancs d'imatges: *Shutterstock*, *iStock by Getty Images*, *Adobe Stock* i *Depositphotos*.

Tot i això, aquest projecte també contempla la creació d'una pàgina web pròpia, anomenada "Mariona Llibrer", des d'on vendre les mateixes fotografies sense la necessitat d'un intermediari, però amb contingut exclusiu, sense subscripció i a un preu de venda molt més econòmic. La intenció és que aquesta pàgina web també sigui utilitzada pel fotògraf com a portfoli, per mostrar el seu treball i oferir els seus serveis com a fotògraf. La promoció d'aquesta pàgina web i de les seves fotografies es farà mitjançant un perfil d'Instagram i d'una pàgina de LinkedIn, per tal d'arribar al públic objectiu.

El públic objectiu de les fotografies d'estoc és mundial i són empreses que es dediquen al sector de la publicitat i els continguts i professionals del sector audiovisual i de comunicació. Si es calcula en l'àmbit espanyol, s'estaria parlant d'aproximadament 238.000 persones i 48.498 empreses que es dediquen a aquests sectors. La competència també és molt elevada, però per tal que es compri el producte propi és important que se segueixin les tendències i les fotografies siguin de qualitat.

El projecte es portarà a terme com a autònom en un local propi, que s'ha d'adequar com a estudi fotogràfic. Per tant, la creació i distribució del producte es farà de forma individual, tot i que puntualment es contractaran serveis externs com els de gestoria. El pressupost de capital necessari per conformar el projecte serà de 33.623,27 € i, tot i que el primer any hi haurà pèrdues, al segon any els beneficis seran positius i, al quart any, s'haurà recuperat la

---

<sup>1</sup> Pagament que s'efectua al propietari dels drets d'autor a canvi dels drets d'explotació.

inversió inicial del capital. Per tant, al llarg del treball ha quedat demostrada la viabilitat de la venda de fotografies d'estoc, de retrats comercials i estils de vida, mitjançant les empreses distribuïdores i la pàgina web pròpia.

## **2.- Pla de màrqueting:**

En el pla de màrqueting és una eina que s'utilitza per fer una anàlisi del mercat, en aquest cas de la fotografia d'estoc, per tal de poder definir quin serà el producte que s'oferirà, el seu públic objectiu, les debilitats i les fortaleses del projecte i els objectius comercials als quals es vol arribar.

### **2.1.- Anàlisi del mercat objectiu:**

L'anàlisi del mercat objectiu permet definir el consumidor potencial del producte, qui és la competència directa i indirecta, les empreses intermediaries amb les que es treballarà i els requeriments legals per desenvolupar el projecte.

#### **2.1.1.- Consumidors (audiència i anunciants):**

El consumidor potencial de les fotografies d'estoc és tot aquell que està en disposició de comprar les imatges que s'estan oferint *online*, ja que les imatges es compren a través de plataformes de distribució en línia de pagament anomenades bancs d'imatges. Aquestes plataformes utilitzen internet com a canal de distribució, això vol dir que l'abast és mundial. Tot i això, l'estudi de consumidors queda acotat a Espanya, per poder fer de forma extensiva l'anàlisi de mercat inicial amb dades.

De tota la població espanyola, es podrien considerar consumidors potencials de les fotografies d'estoc totes aquelles persones d'entre 16 a 74 anys que tenen accés a internet i compren o es descarreguen contingut a través de la xarxa. Aquestes edats s'han escollit basant-se en: l'edat mínima per a començar a treballar, amb el consentiment dels pares; i l'edat màxima que apareix en els estudis sobre internet i població de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).

A Espanya, hi ha 35.413.868 persones d'entre 16 i 74 anys (Institut Nacional d'Estadística, 2020). Segons les dades que ens ofereix l'INE (2020) es constata que un 93,2% de la població d'entre 16 a 74 anys ha utilitzat internet en els tres últims mesos, però només un 53,8% de la població ha comprat utilitzant la xarxa. Això vol dir que 33.005.725 persones d'entre 16 a 74 anys tenen accés a internet, però només unes 19.052.661 persones realitzen compres mitjançant plataformes en línia (INE, 2020).

Si s'acoten una mica més les característiques del consumidor potencial, es pot arribar a la conclusió que són persones amb interessos en la fotografia, la imatge, la publicitat o el



disseny, tal com es menciona en l'estudi anomenat "Entender los bancos de imágenes. El profesional de la información". Per tant, es parla dels professionals, majors de 16 anys, del sector creatiu (dissenyadors gràfics, publicitaris, departaments de comunicació d'empreses, comunicadors audiovisuals) i del sector editorial (Codina, 2011).

Segons les dades que podem trobar gràcies a l'INE, actualment a Espanya hi ha 19.344.300 (INE, 2021) persones ocupades. D'aquestes persones, 602.200 són majors de 16 anys treballant en el sector d'informació i de les comunicacions<sup>2</sup> i 368.300 persones majors de 16 anys dedicant-se a activitats artístiques, recreatives i d'entreteniment<sup>3</sup>.

D'aquest personal ocupat, es dediquen al sector TIC, els mitjans i els serveis audiovisuals aproximadament 557.504 persones, com apareix en la presentació del *Informe Anual del Sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020*. D'aquest mig milió de persones, les que poden necessitar accedir a imatges d'estoc són els treballadors de publicacions (32.647 persones<sup>4</sup>), els treballadors de cine i vídeo (32.593 persones<sup>5</sup>), els treballadors de ràdio i televisió (24.904 persones<sup>6</sup>) i els que treballen en altres serveis d'informació (19.640 persones<sup>7</sup>).

Tot i això, el sector creatiu és el que més utilitzarà les imatges d'stock de retrats comercials i estils de vida, ja que el sector editorial busca imatges relatives a fets d'actualitat, vinculades a un lloc i a una data de gran valor testimonial, tal com es comenta en l'estudi de Codina de 2011. Per tant s'estaria parlant del fet que el consumidor és: personal ocupat en edició de videojocs; edició de pàgines web; edició de llibres, revistes i altres activitats editorials; activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió; i altres serveis d'informació (dins dels quals queda englobada la publicitat). Aproximadament unes 79.857 persones<sup>8</sup>.

---

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Resultados nacionales: Ocupados por grupo de edad, sexo y rama de actividad*. Recuperat de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4130>

<sup>3</sup> Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Resultados nacionales: Ocupados por grupo de edad, sexo y rama de actividad*. Recuperat de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4130>

<sup>4</sup> Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2021). *Informe anual del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de <https://bit.ly/3uJFlh7>

<sup>5</sup> ONTSI. (2021). *Informe anual del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de <https://bit.ly/3uJFlh7>

<sup>6</sup> ONTSI. (2021). *Informe anual del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de <https://bit.ly/3uJFlh7>

<sup>7</sup> ONTSI. (2021). *Informe anual del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de <https://bit.ly/3uJFlh7>

<sup>8</sup> ONTSI. (2021). *Informe anual del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de <https://bit.ly/3uJFlh7>

A més a més, s'haurien de tenir en compte dissenyadors i personal de comunicació d'empreses. A Espanya, es considera que hi ha més de 100.000 dissenyadors actius, segons l'estudi *Ecosistema del Diseño Español* i unes 58.000 persones que formen part de la comunicació interna d'una empresa, segons les recerques realitzades a LinkedIn.

Respecte a empreses, les que són un consumidor potencial de les fotografies d'estoc, són les especialitzades en publicitat, disseny, màrqueting, relacions públiques, d'estratègies de marca i d'estratègies digitals (Pritchard, 2011). Aquestes empreses utilitzen la fotografia per il·lustrar el missatge de màrqueting que volen fer arribar al consumidor i, o bé, poden contractar un fotògraf perquè realitzi una sessió o buscar una fotografia existent que s'adeqüi amb el *briefing* en un banc d'imatges (Pritchard, 2011).

Per tant és important saber que a Espanya hi ha actives un total de 38.463 empreses de publicitat (Asociación Española de Anunciantes, 2019) i 10.035 empreses relacionades amb el sector de continguts (ONTSI, 2019). Un exemple d'empreses espanyoles que podrien necessitar imatges d'estoc són Apple Tree Communications, Llorente & Cuenta o Atrevia.

## 2.1.2.- Competència:

### 2.1.2.1.- Competència directa:

La competència directa són altres creadors de fotografia d'estoc creativa, dedicats a la fotografia comercial de retrats i estils de vida, que venen les seves creacions a través dels bancs d'imatges. Un exemple de competència directa seria el perfil d'Aleksandar Nakic<sup>9</sup> del banc d'imatges *iStock by Getty Images*. Aquest creador de continguts té un total de 37.327 imatges publicades a aquesta plataforma, les quals segueixen una mateixa línia creativa: persones adultes en l'entorn de treball; grups d'amics rient; i famílies gaudint de passar el temps junts.



Imatge 1: Fotografia d'Aleksandar Nakic 1



Imatge 2: Fotografia d'Aleksandar Nakic 2

<sup>9</sup>iStock by Getty Images. (2021) Aleksandar Nakic. Recuperat de <https://bit.ly/2OEwJOQ>

El preu al qual distribueix aquest fotògraf les seves imatges és el mateix que el de distribució dels altres usuaris que utilitzen la plataforma *iStock by Getty Images*, ja que les polítiques de preu les estableix l'empresa distribuïdora i depenen del pla de subscripció que té activat el comprador. La quantitat que el fotògraf guanya per cada descàrrega és només un percentatge del preu que paga el client per a la seva llicència.

Davant d'aquesta situació, es pot adquirir exclusivitat amb la plataforma per aconseguir major visibilitat i majors *royalties* rebutjant la possibilitat de poder publicar el contingut en altres bancs d'imatges o vendre'l a tercers, que és a l'acord al qual arriba Aleksandar Nakic amb la plataforma. Aquesta exclusivitat permet al fotògraf augmentar la retribució econòmica que rep de la venda d'una imatge fins a endur-se un 45 % de cada compra. A més a més, en el seu contingut audiovisual apareix la firma *Signature*, la qual indica al consumidor que el contingut visual és exclusiu de *iStock by Getty Images*.

Cal afegir, que Alexander Nakic només col·labora amb el banc d'imatges *iStock by Getty Images* i *Getty Images*, i s'ha convertit en un dels contribuïdors més importants d'aquesta plataforma (Marks, 2020), tal com es fa palès en l'entrevista de març de 2020 de Claudia Marks, treballadora de *Getty Images*, al fotògraf Aleksandar Nakic.

Un segon exemple de competència directa seria el perfil del fotògraf Eugenio Marongiu<sup>10</sup> a la plataforma *Shutterstock*, el qual té un total de 43.945 fotografies publicades. Eugenio Marongiu també es dedica a la fotografia de retrats comercials i estils de vida, però no treballa exclusivament per una plataforma.



Imatge 3: Fotografia d'Eugenio Marongiu 1



Imatge 4: Fotografia d'Eugenio Marongiu 2

<sup>10</sup> Shutterstock. (2021) *Eugenio Marongiu: Commercial Portrait and Lifestyle Photographer based in Milan*. Recuperat de <https://shutr.bz/2OHP7GE>

El preu al qual distribueix aquest fotògraf les seves imatges a *Shutterstock* és el mateix que el dels altres usuaris, a causa de les polítiques de preu de les empreses distribuïdores. Però, a diferència de la plataforma amb què treballa Aleksandar Nakic, a *Shutterstock* no hi ha forma d'adquirir exclusivitat per aconseguir major visibilitat ni major retribució econòmica. Per aquest motiu, Eugenio Marongui treballa amb altres bancs d'imatges, mitjançant els quals diversifica el seu mercat i aconseguix un nombre major de clients.

Un últim exemple seria el fotògraf Santi Núñez, el qual es va dedicar a la producció de fotografies d'estoc de retrats publicitaris i estils de vida durant 3 anys, de 2015 a 2018, col·laborant amb 7 plataformes intermediàries diferents. Durant aquest període de temps va estar realitzant sessions de fotos i va penjar 6.478 imatges, aproximadament, a cada plataforma, és a dir, unes 180 fotos mensuals i 2.150 imatges anualment<sup>11</sup>.



Imatge 5: Fotografia de Santi Núñez 1



Imatge 6: Fotografia de Santi Núñez 2

Santi Núñez, a partir de 2018, es va començar a dedicar a la fotografia de macrostock<sup>12</sup>, però ha mantingut durant 2 anys els mateixos ingressos mensuals provinents de les descàrregues de les fotografies que té publicades a les diferents plataformes distribuïdores amb les quals ha treballat. *Shutterstock* ha estat la plataforma on sempre ha tingut major nombre de descàrregues, arribant a un total de 91.290 el novembre de 2020 (1.343 descàrregues mensuals). I arribant a un total de 63.331,01 \$ d'ingressos només d'aquesta plataforma, el que equival a uns 762 € mensuals de mitja des de març de 2015.

Actualment, a través de la seva pàgina web<sup>13</sup> presenta la seva cartera fotogràfica i els seus serveis com a fotògraf, més enllà de la fotografia d'estoc, els quals inclouen: la col·laboració

<sup>11</sup> Nuñez, S. (22 de Novembre de 2020). Estas son las imágenes con las que más dinero he ganado en microstock [Vídeo]. Recuperat de <https://bit.ly/3d9Zo7N>

<sup>12</sup> Fotografies d'estoc professionals per a bancs d'imatges exclusius on els *royalties* són molt més elevats.

<sup>13</sup> Nuñez Image. (2021). *Stock Photography*. Recuperat de <https://nunezimage.com/>

amb models, la col·laboració amb empreses per a la realització de reportatges fotogràfics i la contractació dels seus serveis per diferents esdeveniments importants com poden ser bodes.

### 2.1.2.2.- Competència indirecta:

- **Fotògrafs especialitzats en altres temàtiques:**

Carlos Gawronski és un professional d'arts i disseny amb experiència en fotografia, estilisme d'aliments, fotografia d'arxiu, fotografia digital i Adobe Photoshop. En l'entrevista realitzada per aquest projecte<sup>14</sup>, comenta que porta treballant com a col·laborador exclusiu en el banc d'imatges *iStock by Getty Images* i *Getty Images* des de l'any 2009, amb *royalties* del 40%, i que la seva especialització és la fotografia d'aliments.



*Imatge 7: Fotografia de Carlos Gawronski 1*



*Imatge 8: Fotografia de Carlos Gawronski 2*

Actualment, Carlos Gawronski té publicades 12.345 imatges a la plataforma amb la qual treballa i mensualment puja al banc d'imatges unes 300 fotografies noves, arribant a 3.600 fotografies anuals aproximadament. Quan a descàrregues, cada any supera les 100.000, per tant té aproximadament 8.335 descàrregues mensuals.

- **Bancs d'imatges propis:**

Un altre exemple de competència indirecta serien els bancs d'imatges propis, gestionats directament pel creador de contingut responsable. Habitualment, l'accés a aquesta competència indirecta implica el coneixement de les plataformes secundàries, ja que no apareixen en els buscadors de google quan s'escriu "fotografia d'estoc".

Kraken Images, per exemple, és un grup de creadors de continguts els quals realitzen imatges d'estoc creatives centrades en retrats comercials i estils de vida, que venen els

<sup>14</sup> Veure annex 6.3.1

seus continguts a través d'una pàgina web pròpia. Aquesta web consta de 1.750.536 imatges, en comparació de les que pots trobar en bancs d'imatges com *Shutterstock* (més de 320 milions d'imatges), *iStock by Getty Images* o *Adobe Stock*. D'altra banda, per accedir al seu contingut s'ha de conèixer el nom de l'artista o corporatiu de l'empresa. El punt a favor de cara al consumidor, és que el preu al qual compra les imatges és molt més econòmic: 1 \$ al més per a 10 imatges mensuals vs 29,99\$ al mes per a 10 imatges mensuals a altres plataformes. I, el punt a favor de cara als creadors de continguts és que s'emporten la totalitat del que paga el consumidor pel servei, no només un percentatge, perquè no compten amb intermediaris.

Un altre exemple seria l'empresa *Social Squares*<sup>15</sup>, la qual disposa d'una pàgina web on ven imatges d'estoc, ofereix plantilles per al text de les publicacions d'Instagram i ofereix un assessorament de màrqueting. La pàgina web conté més de 5.000 imatges enfocades a publicacions estètiques per a Instagram i l'única forma de pagament és mitjançant la subscripció, la què oscil·la entre els 35 € i 47 € mensuals, en funció del pla que s'escull. Trobar el seu servei a les xarxes socials és molt fàcil, ja que tenen un bon posicionament a Instagram i apareixen dels primers perfils quan es busca "stock photos". A Google, però, no apareixen ben posicionats.

Els avantatges de contractar aquest servei, tot i només poder escollir entre 5.000 imatges, són: la descàrrega d'un nombre il·limitat de fotografies; l'accés a 100 noves publicacions mensuals exclusives; la possibilitat de disposar de plantilles de text per les publicacions d'Instagram dels usuaris; i la disponibilitat de guies d'assessorament orientades a millorar el màrqueting de l'empresa.

- **Bancs d'imatges gratuïts:**

Com a referència per analitzar el funcionament dels bancs d'imatges gratuïts es pot analitzar la plataforma *Free Images* i a l'usuari de la plataforma *Erdogan Ergun*, un fotògraf d'estils de vida, amb 108 imatges a la plataforma i 68.099 descàrregues<sup>16</sup>. Els avantatges que dona al consumidor aquests bancs d'imatges són dos, poden aconseguir les fotografies de forma gratuïta i se les poden descarregar des d'internet. Per tant, la forma de distribució és la mateixa que en bancs d'imatges de pagament, però és un procés gratuït.

---

<sup>15</sup> Social Squares. (2021) *A stock image membership that gives you more*. Recuperat de <https://www.socialsquares.com/>

<sup>16</sup> Free Images. (2021). *Erdogan Ergun*. Recuperat de <https://bit.ly/3g1PVBc>

En aquests casos, el desavantatge és que el fotògraf no obté cap benefici de la venda de les seves imatges, més enllà del reconeixement com a creador de continguts. Quan un usuari es descarrega una imatge de Free Images apareix el següent text: “Dona les gràcies al fotògraf. Donar crèdit no és obligatori, però s’agraeix molt. Pots utilitzar el text que apareix a continuació per donar-li visibilitat a la fotografia”. I, d’altra banda, la quantitat d’imatges que pot trobar el consumidor en aquestes plataformes és limitada, ja que no hi ha tant nombre de creadors de contingut que cedeixi el seu contingut gratuïtament. La plataforma *iStock by Getty Images* consta de milions d’arxius fotogràfics, mentre que Free Images només té 300.000.

### **2.1.3.- Proveïdor i intermediaris:**

#### **2.1.3.1.- Intermediaris:**

Les fotografies d’estoc acostumen a arribar al consumidor final mitjançant els bancs d’imatges, que fan d’intermediari entre el creador de contingut i l’usuari. Els bancs d’imatges, són col·leccions digitals de fotografies i vídeos gestionades per empreses amb ànim de lucre, les quals regulen els drets i les llicències dels vídeos i de les imatges (Navarro, 2012). Per tant, el fotògraf pot requerir dels bancs d’imatges per obtenir beneficis de la venda de les imatges i dels seus drets.

D’aquestes empreses distribuïdores existeixen moltíssimes en l’actualitat, però s’analitzaran 4, les quals es basen en el model de venda microstock: *Shutterstock*, *iStock by Getty Images*, *Adobe Stock* i *Depositphotos*. Aquest model de venda, tal com es menciona a l’article *El Concepto de Microstock. Un poco de historia*, implica que: la venda d’imatges es fa a través d’internet; els fotògrafs poden ser amateurs; i el preu de venda de les imatges oscil·la entre 0,20 \$ i 10,00 \$ (Torres, 2014).

#### ***Shutterstock:***

- Seu: Nova York, Estats Units.
- Fundació i fundador: Jon Oringer, 2003.
- Base activa de clients: 1.400.000 de persones en 150 països
- Contingut no exclusiu: es pot enviar el treball original a altres bancs d’imatges i es pot vendre a tercers.
- No existeix la possibilitat d’escollir sota quins drets vols cedir les teves imatges, excepte el d’autoria, la llicència és escollida per l’empresa distribuïdora.

- El percentatge que se li paga a l'autor varia segons en quin nivell de guanys està en el moment de la compra, mentre que el preu de compra varia segons el tipus de pla que el client va utilitzar per descarregar el seu contingut. Concretament es descriuen diferents nivells:
  - Nivell 1 (fins a 100 descàrregues): 15%
  - Nivell 2 (101 a 250 descàrregues): 20%
  - Nivell 3 (251 a 500 descàrregues): 25%
  - Nivell 4 (501 a 2.500 descàrregues): 30%
  - Nivell 5 (2.501 a 25.000 descàrregues): 35%
  - Nivell 6 (més de 25.000 descàrregues): 40%
- Preu de venda:

<b>shutterstock</b>			
<b>Subscripció mensual sense contracte</b>	<b>Subscripció anual amb facturació mensual</b>	<b>Subscripció anual amb facturació anticipada</b>	<b>Paquets a comanda</b>
10 imatges mensuals 49 € / mes (4,90 € per imatge)	10 imatges mensuals 29 € / mes (2,90 € per imatge)	10 imatges mensuals 299 € / any (2,49 € per imatge)	5 imatges 49 € (9,80 € per imatge)
50 imatges mensuals 125 € / mes (2,50 € per imatge)	50 imatges mensuals 99 € / mes (1,98 € per imatge)	50 imatges mensuals 979 € / any (1,63 € per imatge)	25 imatges 179 € (7,16 € per imatge)
320 imatges mensuals 159 € / mes (0,45 € per imatge)	320 imatges mensuals 129 € / mes (0,37 per imatge)	320 imatges mensuals 1.349 € / any (0,32 per imatge)	
750 imatges mensuals 199 € / mes (0,27 € per imatge)	750 imatges mensuals 159 € / mes (0,21 € per imatge)	750 imatges mensuals 1.699 € / any (0,19 € per imatge)	

Taula 1: Taula comparativa del preu de venda de les fotografies d'estoc de la plataforma Shutterstock.

### ***iStock by Getty Images:***

- Seu: Calgary, Canadà.
- Fundació i fundador: Bruce Livingstone, 2000.
- Accés a *briefings* creatius: descripcions de contingut que volen els clients de *iStock by Getty Images*.
- Contingut no exclusiu: es pot enviar el treball original a altres bancs d'imatges i es pot vendre a tercers.



- Possibilitat de convertir-se en col·laborador exclusiu: el treball original que es puja a la plataforma ha de ser exclusiu per *iStock by Getty Images*. En aquest cas les taxes de les regalies (percentatge per descàrrega d'imatges) seran més altes.
- No possibilitat d'escollir sota quins drets vols cedir les teves imatges, excepte el d'autoria, la llicència és escollida per l'empresa distribuïdora.
- Cada vegada que el consumidor es descarregui el contingut es paga un percentatge al fotògraf:
  - Els percentatges són d'un 15% per a fotos i un 20% per a vídeos i il·lustracions.
  - Els col·laboradors exclusius poden guanyar entre un 25% i un 45%.
- Preu de venda:

<b>iStock.</b>		
<b>Subscripció mensual sense contracte</b>	<b>Subscripció anual amb facturació mensual</b>	<b>Paquets de crèdits</b>
10 imatges mensuals 35 € / mes (3,50 € per imatge)	10 imatges mensuals 29 € / mes (2,90 € per imatge)	3 crèdits / imatges 24 € (8,00 € per imatge)
25 imatges mensuals 55 € / mes (2,20 € per imatge)	25 imatges mensuals 49 € / mes (1,96 € per imatge)	6 crèdits / imatges 45 € (7,50 € per imatge)
50 imatges mensuals 85 € / mes (1,70 € per imatge)	50 imatges mensuals 69 € / mes (1,38 per imatge)	24 crèdits / imatges 160 € (6,66 € per imatge)
750 imatges mensuals 169 € / mes (0,23 € per imatge)	750 imatges mensuals 133 € / mes (0,18 € per imatge)	60 crèdits / imatges 380 € (6,33 € per imatge)
		150 crèdits / imatges 910 € (6,06 € per imatge)

*Taula 2: Taula comparativa del preu de venda de les fotografies d'estoc de la plataforma iStock by Getty Images.*

### **Adobe Stock:**

- Seu: Nova York, Estats Units.
- Fundació i fundador: Oleg Tscheltzoff, Thibaud Elziere i Patrick Chassany, 2004.

- Els clients d'Adobe tenen millor accés al contingut de l'autor, ja que es poden buscar les imatges a través de les aplicacions d'*Adobe Creative Cloud*. Clients de tot el món poden buscar contingut rellevant i previsualitzar-lo en els seus dissenys o en els seus vídeos.
- Contingut no exclusiu: es pot enviar el treball original a altres bancs d'imatges i es pot vendre a tercers.
- No possibilitat d'escollir sota quins drets l'autor vol cedir les seves imatges, excepte el d'autoria, la llicència és escollida per l'empresa distribuïdora.
- L'import dels drets d'autor per continguts de fotos, il·lustracions i imatges vectorials adquirits en *Adobe Stock* és el 33% de la quantitat pagada pel client pel contingut. Per vídeos, l'import dels drets d'autor suposa el 35% del total.
- Preu de venda:

<b>Adobe Stock</b>		
<b>Subscripció mensual sense contracte</b>	<b>Subscripció anual amb facturació mensual</b>	<b>Paquets de crèdits</b>
10 imatges mensuals 49,99 € / mes (4,99 € per imatge)	10 imatges mensuals 29,99 € / mes (2,99 € per imatge)	5 crèdits / imatges 39,95 € (7,99 € per imatge)
40 imatges mensuals 99,99 € / mes (2,49 € per imatge)	40 imatges mensuals 79,99 € / mes (1,99 € per imatge)	16 crèdits / imatges 121,45 € (7,59 € per imatge)
750 imatges mensuals 199,99 € / mes (0,27 € per imatge)	750 imatges mensuals 159,99 € / mes (0,21 € per imatge)	80 crèdits / imatges 499,99 € (6,24 € per imatge)
		150 crèdits / imatges 899,99 € (5,99 € per imatge)

Taula 3: Taula comparativa del preu de venda de les fotografies d'estoc de la plataforma Adobe Stock.

### **Depositphotos:**

- Seu: Nova York, Estats Units.
- Fundació i fundador: Dmitry Sergeev, 2009.
- No possibilitat d'escollir sota quins drets l'autor vol cedir les seves imatges, excepte el d'autoria, la llicència és escollida per l'empresa distribuïdora.

- Contingut no exclusiu: es pot enviar el treball original a altres bancs d'imatges i es pot vendre a tercers.
- Possibilitat de convertir-se en col·laborador exclusiu: el treball original que es puja a la plataforma ha de ser exclusiu per *Depositphotos*.
- L'import de les comissions pagades al contribuïdor pot variar en funció del mètode utilitzat pels compradors o socis per obtenir els arxius, la mida de les imatges adquirides i les condicions dels contractes individuals. A més, la comissió pagada a l'autor també depèn del nivell del contribuïdor, assignat per *Depositphotos* i basat en la quantitat d'arxius venuts al lloc web (com més arxius vengui el fotògraf, més alt serà el nivell que pugui assolir).
  - Verd (fins a 499 descàrregues): 34%
  - Bronze (500 - 4.999 descàrregues): 36%
  - Plata (5.000 - 24.999 descàrregues): 38%
  - Or 25.000 - 149.999 descàrregues): 40%
  - Platino (150.000 o més descàrregues): 42%
- Preu de venda:

<b>depositphotos</b>		
<b>Subscripció mensual sense contracte</b>	<b>Subscripció anual amb facturació anticipada</b>	<b>Paquets a comanda</b>
30 imatges mensuals 29 € / mes (0,97 € per imatge)	30 imatges mensuals 299 € / any (0,83 € per imatge)	3 imatges 36 € (12 € per imatge)
75 imatges mensuals 69 € / mes (0,92 € per imatge)	75 imatges mensuals 699 € / any (0,78 € per imatge)	10 imatges 49 € (4,90 € per imatge)
150 imatges mensuals 99 € / mes (0,66 € per imatge)	150 imatges mensuals 999 € / any (0,56 € per imatge)	25 imatges 99 € (3,96 € per imatge)
750 imatges mensuals 199 € / mes (0,27 € per imatge)	750 imatges mensuals 1.999 € / any (0,22 € per imatge)	100 imatges 299 € (2,99 € per imatge)

*Taula 4: Taula comparativa del preu de venda de les fotografies d'estoc de la plataforma Depositphotos.*

### 2.1.3.2.- Proveïdors:

Per portar a terme aquest projecte es necessita material fotogràfic (càmeres, flaixos, llum contínua, reflectors, objectius...), equip informàtic per a la postproducció i la subscripció a diferents programes d'edició fotogràfica. És important fer una correcta selecció del material en funció de la necessitat de les fotografies que es volen portar a terme, en aquest cas, ens centrarem en la fotografia publicitària i d'estoc amb models.

- **Càmeres:**

De càmeres digitals per a fotografies professionals n'existeixen de 3 tipus: càmeres *reflex* de 35 mm digitals, càmeres de mig format i càmeres de gran format. Les que es poden utilitzar per a la fotografia d'estoc són les càmeres *reflex* de 35 mm digitals i les càmeres de mig format, però mai les càmeres de gran format. Aquestes càmeres estan desaconsellades per treballar amb models, ja que són molt lentes, "llevat que la fotografia sigui estàtica" (Díaz, 81, 2018).

Les càmeres de mig format són ideals per treballar bodegons o fotografia de producte, inclús poden servir per fer fotografia d'estudi amb models, però no són les preferides dels fotògrafs. El motiu és que, aquestes càmeres, no disposen d'una alta velocitat de ràfega ni d'una velocitat d'enfocament ràpida i tenen un format d'imatge tan gran que moltes vegades s'ha de reduir en postproducció. Com menciona Philippe Degroote en el canal de YouTube anomenat *Stockeros*, les càmeres més còmodes per a la fotografia d'estoc han de ser lleugeres i ràpides.

Per tant, per a la fotografia d'estoc, una càmera reflex de 35 mm digital amb unes bones prestacions és més que suficient. Les característiques necessàries són un sensor *full frame*; una dimensió d'imatge mínim de 6000 x 4000 píxels (24 megapíxels de sensor); que treballi bé amb una ISO elevada; que pugui treballar amb sistemes de sincronització d'altres velocitats HS o HSS; i que tingui connectivitat wi-fi o Bluetooth. Un exemple de càmeres que compleixen les característiques mencionades anteriorment són:

- **Canon EOS 5D Mark IV:** <https://bit.ly/3gO0Hvs>
  - Pes: 800 g
  - Full frame
  - 30,4 megapíxels
  - 7 fps
  - ISO: 32.000

- Wi-Fi NFC
- 61 punts AF
- Preu: 3.179,00 €
  
- **Nikon D850:** <https://bit.ly/3ubBTkH>
  - Pes: 915 g
  - Full Frame
  - 45,7 megapíxels
  - 7 fps
  - ISO: 25.600
  - Wi-Fi + Bluetooth
  - 153 punts AF
  - 2.999,95 €
  
- **Sony α99 II** (montura a): <https://bit.ly/3e8TqEQ>
  - Pes: 849 g
  - Full Frame
  - 42,4 megapíxeles
  - 12 fps
  - ISO: 25.600
  - 79 punts AF
  - Preu: 3.600,00 €

- **Objectius:**

En el llibre *Fotografia Publicitaria: el poder de la imatge*, d'Eduardo Díaz Bourgeot, es mencionen quins són els objectius que necessita un fotògraf en funció de l'estil de fotografia que porta a terme. Per a realitzar fotografies d'estoc a models, recomana tenir tres objectius fixos diferents: un 35 mm, ideal per a fotografies d'exterior amb models en les quals es vol donar més presència al fons; un 50 mm, recomanat per a fotografies realistes, ja que ofereix una visió similar a la de l'ull humà; i un 100 mm macro, indicat per a retrats gràcies al baix nivell de deformació (Díaz, 2018).

Normalment, cada marca de càmera té una muntura i uns objectius propis, per tant, compararem els 3 objectius que són necessaris per fer aquest estil de fotografies de les

marques mencionades en l'apartat anterior. És interessant que tots els objectius puguin treballar amb poca llum.

**Canon:**

- **Canon EF 35 mm:** <https://bit.ly/3u3Bi4W>
  - 580 g
  - f/2
  - 11 elements en 9 grups
  - Preu: 615,99 €
- **Sigma 50 mm para Canon:** <https://amzn.to/3ePGaEh>
  - Pes: 815 g
  - f/1.4
  - 13 elements en 8 grups
  - Preu: 729,00 €
- **Sigma MACRO 105 mm para Canon:** <https://amzn.to/2QJwKlq>
  - Pes: 725 g
  - f/2.8
  - 16 elements en 11 grups
  - Preu: 399,90 €

**Nikon:**

- **Nikon AF-S 35 mm:** <https://amzn.to/3t8xcai>
  - Pes: 200 g
  - f/1.8
  - 8 elements en 6 grups
  - Preu: 227,95 €
- **Sigma 50 mm para Nikon:** <https://amzn.to/3u9L3OB>
  - Pes: 820 g
  - f/1.4
  - 13 elements en 8 grups
  - Preu: 656,99 €
- **Sigma MACRO 105 mm para Nikon:** <https://amzn.to/3udtSMf>
  - Pes: 725 g
  - f/2.8
  - 16 elements en 11 grups
  - Preu: 399,90 €

**Sony:**

- **Sony 35 mm:** <https://bit.ly/3u1XInf>
  - Pes: 510 g
  - f/1.4
  - 10 elements en 8 grups
  - Preu: 1.800,00 €
- **Sony 50 mm:** <https://bit.ly/2ON2ntj>
  - Pes: 220 g
  - f/1.4
  - 7 elements en 6 grups
  - Preu: 450,00 €
- **Sony MACRO 100 mm:** <https://bit.ly/3annDhw>
  - Pes: 505 g
  - f/2.8
  - 8 elements en 8 grups
  - Preu: 1.000,00 €

● **Flaixos:**

Pel que fa a il·luminació és interessant comptar amb un parell de flaixos, ja que ens permeten captar moviment amb major facilitat i modelar les llums i les ombres. Per aquest projecte, els millors són els flaixos amb bateria, són petits i fàcils de moure, tenen una bateria pròpia i són compatibles amb els sistemes de sincronització d'alta velocitat HS i HSS amb les càmeres *reflex* de 35 mm digitals. Aquest tipus de flaixos són molt útils en el cas de la fotografia d'estoc amb models, ja que són portàtils i ens permeten fer fotos, tant en estudi, com en exterior. Els primers que apareixen en les cerques de flaixos amb generador de bateria, i tenen les característiques necessàries, són:

- **Flaix Godox AD600 Pro de bateria TTL i HSS:** <https://bit.ly/3diLDnL>
  - Potència: 600 W
  - Estabilitat de color
  - Velocitat de reciclatge de 0.1 a 0.9 segons
  - Control total sense cables
  - Compatible amb Canon, Nikon i Sony
  - Sí TTL

- Sí HSS
- Una bateria: 360 trets a màxima potència
- Preu: 899,00 €
  
- **Flaix Profoto B10:** <https://bit.ly/3eN8bw8>
  - Potència: 250 W
  - Disposa de llum contínua i temperatura de color ajustable
  - Velocitat de reciclatge de 0.05 a 2.2 segons
  - Control total sense cables
  - Compatible amb Canon, Nikon i Sony
  - Sí TTL
  - Sí HSS
  - Una bateria: 400 trets a màxima potència
  - Preu: 1.745,00 €

- **Llum Contínua:**

Els aparells d'il·luminació de llum contínua que es necessiten són torxes de llum LED, ja que s'utilitzen per donar tons càlids o freds a la imatge i solen representar un punt de llum d'escenografia, el qual aporta dinamisme a la imatge. És necessari que aquestes torxes tinguin una bateria, per tal que puguin ser utilitzades sense cables, siguin lleugeres i permetin regular la temperatura entre els 3200°K i els 6000°K.

- **Neewer 176 luz led:** <https://amzn.to/3eeYVIE>
  - Pes: 180 g
  - Amb bateria
  - Temperatura de color variable entre 3200°K i 5600°K
  - Color variable
  - Permet afegir un trípode
  - Preu: 70,00 €
  
- **Soonwell MT1 tubo de luz led:** <https://amzn.to/2OkfhP3>
  - Pes: 500 g
  - Amb bateria (4h)
  - Temperatura de color variable
  - Color variable
  - Permet afegir un trípode
  - Preu: 119,00 €



- **Accessoris Il·luminació:**

Per millorar la qualitat de les fotos és important comptar amb dos accessoris d'il·luminació: les finestres de llum i panells reflectors.

Les finestres de llum són accessoris que s'utilitzen per suavitzar la llum i fer-la direccional, simulen la llum d'una finestra a través d'una cortina translúcida. A major número de superfície de la finestra de llum, major suavitat de llum, però també implica major perduda de llum.

- **GODOX 60 cm x 90 cm Studio Flash Honeycomb Grid Softbox:** <https://amzn.to/3qkSK1R>

- Només funciona amb el *Flaix Godox AD600Pro de bateria TTL i HSS*.
- Dimensions: 60 cm x 90 cm
- Permet afegir un trípode
- Inclou l'accessori de "niu d'abella"
- Preu: 49,99 €

- **Walimex Pro 18954 Orange Line para monturas Profoto:** <https://amzn.to/30gKkxM>

- Només funciona amb el *Flaix Profoto B10*
- Dimensions: 50 cm x 70 cm
- Permet afegir un trípode
- Inclou l'accessori de "niu d'abella"
- Preu: 74,90 €

Els panells reflectors són superfícies que serveixen per reflectir la llum que prové d'una font de llum contínua, natural o de flaix. Normalment s'utilitzen com a llum de farciment, però tenen menys intensitat que la llum que estan rebotant. De panells reflectors n'existeixen de diferents colors i l'interessant és tenir un de cada color per poder ajustar la llum tal com es necessiti.

- **Neewer Reflector de Luz Multi-disco Plegable:** <https://amzn.to/3edWj7z>

- Forma rodona
- Dimensions: 110 cm de diàmetre
- Plegables
- Color: blanc, negre, platejat, daurat i translúcid
- Preu: 22,04 €

- **Selens Reflector de Luz Oval:** <https://amzn.to/2OwxuZC>

- Forma ovalada.
- Dimensions: 80 cm x 120 cm
- Plegables
- Color: blanc, negre, platejat, daurat i translúcid
- Preu: 29,99 €

- **Fondos:**

Per tal de poder dur a terme les fotografies en estudi són necessaris fons de diferents colors. Per aquest projecte, els colors necessaris i imprescindibles són el blanc, el negre i el verd.

- **Amzdeal Soporte de Fondo:** <https://amzn.to/3sdlSrA>
  - Mida: 2 m x 3 m
  - 3 fons fotogràfics de cotó que es poden rentar
  - Colors: blanc, negre i verd
  - 2 trípodes d'altura ajustable d'entre 65 cm a 200 cm
  - Dues pinces
  - Preu: 50,99 €
- **Neewer 10086005:** <https://amzn.to/2QkVwMf>
  - Mida: 2,6 m x 3 m
  - 3 fons fotogràfics de cotó que es poden rentar
  - Colors: blanc, negre i verd
  - 2 trípodes d'altura ajustable a 240 cm d'alt
  - Tres pinces
  - Bossa de transport
  - Preu: 85,49 €

- **Ordinador i monitor:**

D'equip informàtic és necessari un ordinador suficientment potent per a l'edició de fotografia, amb una RAM d'entre 16 a 32 GB, amb una targeta gràfica de 6 GB, amb un disc dur SSD major de 512 GB, el qual disposi d'un monitor amb representació de color SRGB.

- **iMac:** <https://apple.co/3gTKyoo>
  - Processador Intel Core i7 de 8 nuclis

- 8 GB de memòria RAM ampliable
- Disc dur SSD: 512 GB
- Gràfica: Radeon Pro 5500 XT amb 8 GB de memòria
- Pantalla Retina
  - 5.120 x 2.880 píxels (27 polzades)
- Preu: 2.599,00 €
  
- **PC compost:** <https://bit.ly/3t9FO0i>
  - Processador AMD Ryzen 9 de 12 núclis
  - 2 memòries RAM de 32 GB
  - Disc dur SSD: 1 TB
  - Gràfica: GeForce RTX 2060 amb 6 GB de memòria
  - Monitor BenQ
    - 3.840 x 2.160 píxels (32 polzades)
    - representació del color sRGB
  - Preu: 1.768,59 €

- **Programes d'edició:**

Els programes d'edició fotogràfica són imprescindibles en qualsevol treball de fotografia professional o semiprofessional. Els més coneguts actualment són *Lightroom* i *Photoshop*, tot i això val la pena analitzar altres programes que també són molt útils per al retoc fotogràfic.

- **Adobe Photoshop:**
  - Característiques:
    - Edició professional d'imatges
    - Correcció de color
    - Treball per seleccions, màscares i capes
    - Aplicar efectes
    - Realitzar muntatges fotogràfics
    - Crear elements digitalment
    - Afegir o treure elements de la imatge
  - Disponible para Windows/Mac OS
  - Preu:
    - Pagament mensual sense permanència:
      - 24,19 €

- Pagament mensual sense permanència amb Lightroom:
  - 12,09 €
  
- **Adobe Lightroom:**
  - Característiques:
    - Correcció d'exposició, de color i de perspectiva
    - Enquadrament
    - Correcció de lents
    - Eliminació de taques
    - Triatge i organització d'imatges per categories
  - Disponible para Windows/Mac OS
  - Preu:
    - Pagament mensual sense permanència:
      - 12,09 €
    - Pagament mensual sense permanència amb Photoshop:
      - 12,09 €
  
- **Gimp:**
  - Característiques:
    - Edició professional d'imatges
    - Correcció de color
    - Treball per seleccions, màscares i capes
    - Aplicar efectes
    - Realitzar muntatges fotogràfics
    - Crear elements digitalment
    - Afegir o treure elements de la imatge
  - Nivell d'usabilitat baix
  - Disponible para Windows/Mac OS
  - Preu: Gratuït
  
- **Capture One:**
  - Característiques:
    - Correcció d'exposició, de color i de perspectiva
    - Enquadrament
    - Correcció de lents
    - Eliminació de taques
    - Triatge i organització d'imatges per categories

- No és compatible amb Photoshop
- Disponible para Windows/Mac OS
- Preu:
  - Un sol pagament:
    - 499,00 € (amb estils d'edició ja creats)
    - 349,00 € (sense estils d'edició)
  - Pagament mensual sense permanència:
    - 29,00 € (sense estils d'edició)
  - Pagament mensual amb permanència d'un any:
    - 24,00 € (sense estils d'edició)
  - Pagament anual anticipat:
    - 219,00 € (sense estils d'edició)
  
- **Photo Light Pro:**
  - Característiques:
    - Planificació de llum en la fotografia d'estudi
    - Creació de models en 3D
  - Disponible para Windows/Mac OS
  - Preu:
    - Photoshop Retouching Pack: 20,99 €
    - Lightroom Retouching Pack: 20,99 €

- **Telecomunicacions:**

Per últim, s'ha de contractar un servei de telecomunicacions per poder accedir a internet i publicar les imatges a les plataformes de les empreses intermediaries. És important que la tarifa sigui econòmica, però que permeti la càrrega d'imatges a la pàgina web de forma ràpida.

- **O2:**
  - 600 MB de Fibra Simètrica
  - 30 GB
  - Xarxa de fibra i cobertura 4G Movistar
  - Trucades il·limitades
  - Pots contractar fins a 4 línies mòbils addicionals
  - Sense permanència
  - Preu: 50 € mensuals

- **Yoigo:**
  - 600 MB de Fibra
  - Telèfon Fixe
  - 40 GB
  - Cobertura 4G
  - Trucades il·limitades
  - 2º línia gratuïta
  - Preu: 69,00 € mensuals
  
- **Lowi:**
  - 300 MB de Fibra
  - 25 GB
  - Cobertura 4G
  - Trucades il·limitades
  - Sense permanència
  - Preu: 39,95 €

#### **2.1.4.- Altres components del mercat:**

##### **2.1.4.1.- Corba d'estacionalitat:**

En el mercat de la fotografia d'estoc, la majoria de consumidors finals són persones que es dediquen a la comunicació interna d'una empresa, dissenyadors i empreses de publicitat, per tant el nombre de vendes mensuals varia en funció de les necessitats dels consumidors. El fotògraf de microstock Carlos Gawronski, en l'entrevista realitzada per aquest projecte<sup>17</sup>, comenta que hi ha un corrent de vendes estable durant tot l'any relacionat amb les fotografies estacionals (les quals representen l'estiu, la primavera, la tardor i l'hivern), però afirma que hi ha mesos en què les vendes de fotografies de microstock augmenten a causa d'esdeveniments socials importants, els quals necessiten campanyes de publicitat o de promoció.

Segons la seva experiència com a fotògraf de microstock, els mesos en els quals corrobora que hi ha un major nombre de vendes són d'octubre a desembre, coincidint amb festivitats estatals i/o mundials com per exemple "Halloween", dia d'acció de gràcies, "Black Friday", campanyes de Nadal, nit de Nadal, etc. Durant els mesos de gener i febrer les vendes són

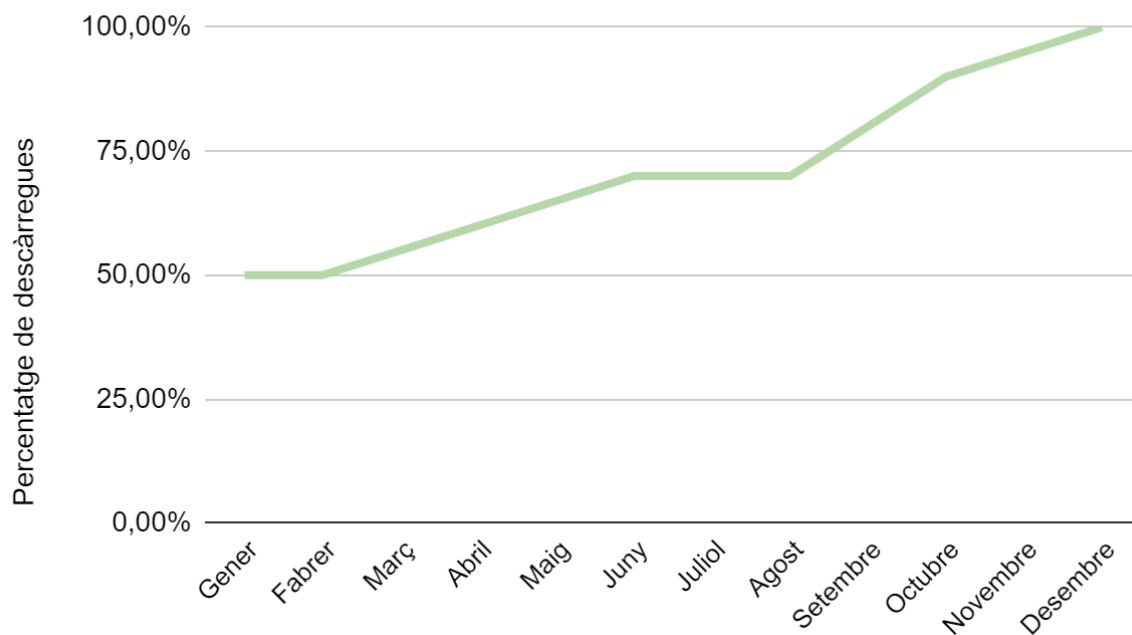
---

<sup>17</sup> Veure annex 6.3.1

escasses, però a partir de març, relacionat amb el “dia de la dona” i les vacances de Setmana Santa, les vendes tornen a pujar a poc a poc fins a mantenir-se estables al llarg de l'estiu.

Cal destacar que a més a més de les imatges relacionades amb l'estacionalitat de l'any o amb esdeveniments anuals importants, el consumidor també busca imatges que representin moviments socials actuals o canvis en la societat. Per exemple, durant l'any 2020 s'han buscat moltes imatges relacionades amb la Covid: fotos del virus, mascaretes, vacunes, distanciament social, etc. És per aquest motiu que totes les plataformes de bancs d'imatges mencionades anteriorment disposen d'un apartat a la seva web, que està dirigit al contribuïdor, en el que es mostren quines seran les tendències d'imatges més buscades en els pròxims mesos relacionades, sovint, amb esdeveniments o tendències sobrevingudes.

#### Coba d'estacionalitat



*Imatge 9: Corba d'estacionalitat de les vendes en fotografia d'estoc.*

#### 2.1.4.2.- Requeriments legals pel desenvolupament del projecte:

A continuació es descriuen les intervencions administratives que s'han de dur a terme per a la creació d'un projecte de venda d'imatges d'estoc. Aquestes intervencions estan relacionades amb aspectes legals necessaris per a la creació del negoci i la possibilitat d'assolir ajudes i subvencions econòmiques.

- **Emprenedoria (creació d'un negoci):**

El primer que s'ha de fer, en l'àmbit legal, quan es comença un negoci és decidir la forma jurídica sota la qual es treballarà i tenir en compte els tràmits que s'han de fer en funció del país o de la ciutat en la qual es resideix. En el cas de dedicar-se la venda de fotografies de microstock de retrats i estils de vida es pot optar per registrar-se com a empresari individual, altrament anomenat com autònom.

Un autònom és una persona que, de forma habitual, porta a terme una activitat econòmica individual i directa, sense estar subjecte a cap mena de contracte laboral per compte aliena mentre porta a terme la seva activitat empresarial, tal com es menciona en l'apartat d'emprenedoria de la pàgina web de l'Ajuntament de Barcelona (2021). Cal recalcar que té responsabilitat il·limitada, això vol dir que respon davant dels seus deutes amb tot el seu patrimoni. Si es resideix a Espanya, és obligatori que els autònoms estiguin afiliats a un Règim Especial de la Seguretat Social des de l'inici de l'activitat.

A Barcelona, existeixen punts per a persones emprenedores per consultar les característiques o tràmits que s'han de dur a terme per muntar un negoci. Si ets una persona jove, es pot demanar una cita al Servei d'Assessorament en Emprenedoria per a Joves, a través d'un Punt infoJove<sup>18</sup>, o es pot visitar el Centre per a la Iniciativa Emprenedora de Barcelona Activa<sup>19</sup>, el qual ofereix sessions informatives per a la creació i gestió del teu projecte.

- **Ajudes:**

Per a treballadors autònoms que es donin d'alta al Règim Especial de Treballadors Autònoms (RETA) existeix la tarifa plana que és una ajuda per a nous emprenedors. Aquesta ajuda és una reducció de la quota que es paga a la seguretat social quan ets autònom a 60 € mensuals durant els 12 primers mesos, tal com apareix mencionat en l'article de Rocío González (2021) anomenat *Autónomos: todas las bonificaciones activas desde la Seguridad Social en 2021*. Superats els 12 mesos, fins els 18 mesos, es pagaran 143,05 € mensuals i, dels 18 mesos als 36 es pagaran 200,30 € (si ets menor de 30 anys). És important tenir en compte que només poden rebre aquesta ajuda les persones que no han estat treballant com autònomes en els últims 2 anys.

---

<sup>18</sup> Ajuntament de Barcelona. (2021). *Puntos info JOVE de Barcelona*. Recuperat de <https://bit.ly/2QeGioa>

<sup>19</sup> Ajuntament de Barcelona. (2021). *Vols que t'ajudem?* Recuperat de <https://bit.ly/3t9NBMg>



Una altra ajuda que s'ofereix als emprenedors desocupats és la de capitalització de l'atur en un pagament únic per invertir els diners en la creació d'un negoci. En l'article *Cómo capitalizar el paro y emplearlo para crear una empresa* de Redacción Emprendedores (2020), es menciona que per aconseguir aquesta ajuda s'ha de justificar la inversió empresarial en una societat laboral, en una cooperativa o en treball autònom. Totes aquelles persones sense feina que estiguin cobrant l'atur i justifiquin la necessitat del capital poden demanar aquesta ajuda, a condició que compleixi els requisits necessaris.

Per últim, també existeixen ajudes per a joves emprenedors, com el de la Fundació Acció Solidària Contra l'atur (ASCA)<sup>20</sup> el qual finança projectes de negoci viable de fins a 15.000 € de joves emprenedors (de 18 a 30 anys) mantenint el tipus d'interès a 0%, a retornar en un termini de 4 anys. I, ajudes exclusives per dones emprenedores, com per exemple el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM)<sup>21</sup> el qual té la finalitat de promocionar i donar suport de l'activitat empresarial de la dona. Aquest programa ofereix assessorament a empresàries novelles, ofereix espais a on compartir experiències viscudes en aquest sector i ofereixen ajuda per aconseguir finançament.

- **Aspectes legals:**

Donat que es tracta d'una activitat en la qual el producte final és la comercialització pública d'una imatge, és especialment important fer una llista de les actuacions prèvies a la publicació d'imatges, per tal de donar cobertura legal a la seva publicació.

- **Drets morals i drets d'explotació:**

Tal com es menciona en l'article anomenat *Aspectos legales de la fotografía*, de David Ros Aguilera (2013), la protecció legal de la fotografia es divideix entre els drets morals de l'autor i els drets d'explotació. Ambdós tipus de drets pertanyen a l'autor, pel fet de ser el creador de la imatge. Els drets d'explotació, poden ser cedits a tercers, inclouen el dret de reproducció, comunicació, distribució i transformació. Els drets morals són el dret de paternitat de l'obra i el dret moral a la integritat d'aquesta, són irrenunciables i inalienables i no poden ser cedits a tercers.

Per a la venda de fotografies d'estoc en bancs d'imatges s'ha de tenir en compte que, en el contracte que se signa amb l'empresa distribuïdora, el fotògraf assegura i afirma que té el dret d'autor sobre les imatges que està publicant i que cedeix tots els drets d'explotació a

<sup>20</sup> Gencat. (2021). *Ajuts ASCA joves emprenedors*. Recuperat de <https://bit.ly/2T5cziS>

<sup>21</sup> Cámara de Comercio de España. (2021). *Programa de apoyo empresarial a las mujeres - PAEM*. Recuperat de <https://bit.ly/2RkvsNK>

l'empresa distribuïdora de continguts. Si a més a més en el contracte apareix la clàusula d'exclusivitat, el fotògraf es compromet a no publicar aquestes imatges en altres bancs d'imatges, ni vendre-les a tercers.

- **Drets d'imatge:**

Una fotografia pot incloure la imatge d'una persona, per tant s'han de tenir en compte els drets de la persona fotografiada. "Els drets que té una persona per disposar de la seva imatge són el dret fonamental a la imatge i el dret fonamental a la protecció de dades de caràcter personal" (Ros Aguilera, 2013). Això vol dir que, per a fotografiar a una persona es necessita el seu consentiment exprés per realitzar la fotografia i fer ús de la imatge i, a més a més, la persona ha de saber l'ús que es farà de la fotografia on apareix.

Per aquest motiu, els bancs d'imatges obliguen a adjuntar un arxiu, conjuntament amb la fotografia, en el que la persona fotografiada cedeix el dret d'imatge al fotògraf per a la posterior distribució del contingut. El mateix passa amb els drets de les propietats privades, el d'obres d'art, el de tatuatges, el de marques i el de logotips. És per això, que s'ha d'anar molt amb compte de tenir tots els documents corresponents, ja que aquests drets també són cedits als bancs d'imatges per a la posterior distribució.

## 2.2.- DAFO:

Un cop analitzat el mercat de la fotografia d'estoc, els seus competidors, l'equip fotogràfic necessari i els tràmits legals que s'han de dur a terme, és interessant poder realitzar una DAFO, eina d'anàlisi de la situació d'un projecte analitzant les seves característiques internes (D debilitats, F fortaleces) i la situació externa (A amenaces, O oportunitats).

Anàlisi <b>Intern</b>	Anàlisi <b>Extern</b>
<p><b>Debilitats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran inversió de material per poder tirar endavant el projecte.</li> <li>- Poca experiència en el sector de la fotografia de microstock.</li> <li>- Dificultat per treballar amb models que cedeixin els seus drets d'imatge.</li> <li>- Necessitat de recerca de finançament o inversors.</li> </ul>	<p><b>Amenaces:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Molta competència directa: en els bancs d'imatges de microstock podem trobar gran varietat de fotografies de retrats i estils de vida amb molt de talent.</li> <li>- No hi ha forma de fer promoció del contingut a través dels bancs d'imatges.</li> <li>- Oscil·lació de les vendes, les quals són irregulars.</li> </ul>

<p><b>Fortaleses:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es disposa d'un local propi on treballar sense la necessitat de pagar lloguer.</li> <li>- Possibilitat de treballar amb diverses empreses intermediaries gràcies a la no-exclusivitat.</li> <li>- Existeixen ajudes per a dones joves emprenedores.</li> </ul>	<p><b>Oportunitats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran nombre de consumidors a escala mundial.</li> <li>- Sector a l'alça gràcies a la informatització de la societat.</li> <li>- Possibilitat d'augmentar els <i>royalties</i> a mesura que es van venent un major nombre d'imatges.</li> </ul>
---	---

Taula 5: Taula DAFO (debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats).

### 2.3.- Definició del Públic Objectiu:

El públic objectiu espanyol de la fotografia d'estoc creativa, de retrats comercials i estils de vida, són totes aquelles persones que es poden convertir en clients. Per tant, tot i que es podrien considerar consumidors potencials de les fotografies d'estoc totes aquelles persones d'entre 16 a 74 anys que tenen accés a internet i compren o es descarreguen contingut a través de la xarxa, la realitat és que el públic objectiu són professionals del sector audiovisual.

De totes maneres, dins del sector audiovisual, la fotografia d'estoc creativa no s'utilitza en totes les branques, això vol dir que el públic objectiu queda reduït a: dissenyadors actius; persones que es dediquen a la comunicació interna d'una empresa; editors de videojocs; editors de pàgines web; editors de llibres, revistes i altres activitats editorials; persones que es dediquen a activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió; i persones que formen part d'altres serveis d'informació. Aproximadament unes 238.000 persones. Cal recordar, que aquestes dades són exclusives del territori espanyol, però l'abast de la fotografia d'estoc és mundial.

Això no treu la possibilitat que puntualment alguna persona d'entre 16 a 74 anys que no forma part del sector audiovisual, però té accés a internet i compra, o es descarrega contingut a través de la xarxa, pugui acabar descarregant-se una imatge d'estoc creativa per ús propi.

Per últim, s'ha de tenir en compte que de les 48.498 empreses espanyoles que es dediquen al sector de la publicitat i els continguts, les que utilitzen fotografies d'estoc són: les que no necessiten fotografies personalitzades de marca per les campanyes de publicitat i les empreses que no poden fer grans inversions de capital en sessions fotogràfiques per les

seves campanyes publicitàries. Per tant, el públic objectiu d'empreses es pot arribar a reduir fins a la meitat.

## 2.4.- Polítiques de màrqueting o màrqueting mix:

Les polítiques de màrqueting permeten definir el producte que s'oferirà, el seu preu de venda al públic i com es portarà a terme la distribució i la promoció del producte. Aquesta anàlisi permetrà acabar de configurar els objectius comercials del projecte, per després poder comprovar la seva viabilitat.

### 2.4.1.- Definició del producte:

Els fotògrafs que realitzen fotografies de microstock solen estar especialitzats en un àmbit de la fotografia, ja sigui en la fotografia de producte, d'animals, de paisatges o amb models. Per aquest projecte, l'estil fotogràfic que es portarà a terme és el de retrats comercials i estils de vida. Aquesta fotografia és molt similar a la publicitària en la qual es treballa amb models, però la diferència és que el fotògraf decideix quin tipus de sessió fotogràfica vol portar a terme en funció de la demanda dels consumidors, en comptes d'haver de seguir un *briefing* amb uns punts marcats i definits per part d'una empresa de publicitat.

La fotografia de retrats comercials se centra a fotografiar a una persona o dues sobre un fons neutre realitzant una acció en concret, per exemple *parlant per telèfon mòbil*. En aquest cas, la persona que ha d'aparèixer a la fotografia ha de ser una persona amb un estil propi i singular i ha d'estar vestida en funció del missatge que se li vol donar a la imatge. Per exemple, si la intenció és que la fotografia representi un empresari agafant una trucada de telèfon, el model ha de ser una persona de més de 30 anys i ha d'anar vestit de forma elegant (imatge 10). Si, contràriament, es vol donar a entendre que les persones joves sempre estan parlant per telèfon, el model ha de ser una persona jove, vestida amb colors cridaners i acord a les tendències de roba actuals (imatge 11).



Imatge 10: Fotografia de retrats comercials 1



Imatge 11: Fotografia de retrats comercials 2

És important que en aquest estil de fotografies sempre es deixi aire en la direcció en la qual el model centra la mirada o en un dels dos costats del model. L'aire és molt important en aquestes fotografies perquè és utilitzat pel consumidor per escriure text un cop ha comprat la fotografia.

A diferència dels retrats publicitaris, en la fotografia d'estils de vida, pot aparèixer una persona, dues, tres o un grup de persones, ja que es busca recrear escenes de la vida quotidiana en què l'espectador es pugui sentir identificat. Per exemple un grup d'amics fent esport a l'aire lliure (imatge 12), una mare i un fill jugant (imatge 13) o unes amigues prenent un cafè (imatge 14). En aquest estil de fotografia és molt important una bona il·luminació, una bona combinació de colors i que els models actuïn amb la naturalitat més gran possible per poder capturar la millor fotografia, en la que quedi plasmada un sentiment.



*Imatge 12: Fotografia d'estils de vida 1*



*Imatge 13: Fotografia d'estils de vida 2*



*Imatge 14: Fotografia d'estils de vida 3*

Un exemple de fotografies realitzades per aquest projecte, les quals es publicaran a les diferents plataformes de distribució, són les següents (imatge 15, imatge 16<sup>22</sup>). En aquest cas, la intenció ha estat transmetre la idea de: un noi parlant per telèfon al carrer mentre es pren un cafè per dur.



*Imatge 15: Fotografia de Mariona Llibrer 1*



*Imatge 16: Fotografia de Mariona Llibrer 2*

<sup>22</sup> Veure annex 6.3.2

La temàtica de les sessions de fotos que es duen a terme i les fotografies que es penjen a les plataformes distribuïdores són escollides pel fotògraf en funció de les necessitats del consumidor. Aquestes necessitats varien en funció de l'època de l'any, d'esdeveniments socials importants i de campanyes de màrqueting i publicitats. Per exemple, al març del 2021 després d'un any en una situació de pandèmia, les imatges més buscades pels consumidors a *Shutterstock* van ser fotografies de celebració del dia de la dona, fotografies de la Pasqua i imatges de reobertura de negocis on apareixen treballadors amb mascareta reobrint els seus locals. Per tant, les fotografies de retrats comercials i estils de vida que s'han de dur a terme, per poder viure de la fotografia de microstock, han d'adaptar-se a la temàtica que busca el consumidor dels bancs d'imatges.

El més important, però, és ser pioner en sumar-se a les tendències i preveure el que voldrà el consumidor. D'aquesta manera hi haurà més possibilitats de vendre les imatges, ja que la temàtica encara no haurà estat explotada. Per poder ser dels primers a formar part d'una futura tendència de fotografies el més important és estar atent a tots els moviments socials actuals i estar pendent dels *briefings* que proposen les empreses distribuïdores en la seva web.

Per poder publicar aquestes imatges en les plataformes de distribució, el fotògraf ha de crear-se un usuari i un perfil en l'apartat anomenat contribuïdor. L'usuari és molt important perquè és el nom sota el qual es vendran les fotografies (l'autoria) i el perfil és un espai on el consumidor podrà veure totes les imatges del fotògraf. En el cas d'aquest projecte, el nom a través del qual s'oferiran les imatges al consumidor serà "Mariona Llibrer", independentment dels bancs d'imatges amb els que decideixi treballar. La idea és donar a conèixer el nom propi com a fotògraf i que el consumidor pugui accedir a tot contingut si coneix la firma. Tot i això, és important recalcar que la compra de les imatges per part del consumidor no s'acostuma a fer en funció del fotògraf, sinó a través de la cerca d'una imatge utilitzant el cercador dels bancs d'imatges.

Quan es publiquin aquestes imatges, serà important anomenar-les i etiquetar-les correctament per tal que apareguin en els resultats de la cerca quan el consumidor realitzi un escorcoll en el cercador dels bancs d'imatges. Per exemple, si es vol publicar la imatge anterior en la qual apareixen un grup d'amics fent esport (imatge 12) la imatge s'haurà d'anomenar "grupo de amigos felices entrenando juntos al aire libre viviendo un estilo de vida saludable" i s'haurà d'etiquetar amb 50 paraules clau com: *aventura, corredor, deporte, deportista, grupo, joven, juventud, salud, ejercicio...* Si la imatge està ben mencionada i ben

etiquetada, quan el consumidor busqui en el cercador “amigos corriendo” hauria de ser una de les primeres imatges que apareguin en els resultats del cercador.

Més enllà de treballar amb els bancs d'imatges, la idea és que el consumidor també pugui adquirir les imatges d'estoc mitjançant una pàgina web personal, com va fer durant anys l'empresa de fotografia d'estoc estatunidenca Ruberball. Aquesta empresa oferia les seves fotografies d'estoc a través de les empreses intermediàries i, també, a través d'una pàgina web pròpia. Però, per tal que els clients es descarreguessin el contingut mitjançant la pàgina web, i no a través de les plataformes de distribució, era important oferir al consumidor un contingut o una experiència d'usuari prèmium.

En un estudi de màrqueting de *Ruberball*, realitzat per captar major nombre de clients, es mencionen quins són els aspectes que porten al consumidor a comprar imatges a través de la pàgina web pròpia i es parla de 4 punts importants: la reducció del preu de venda en comparació als bancs d'imatges tradicionals; l'exclusivitat de les imatges i una major creativitat en les fotografies que s'ofereixen; una interfície més senzilla de manejar; i un procés de compra i descàrrega d'imatges més ràpid (Beeston, Bell, Clegg i Shields, 2008). Per tant, a través de la pàgina web pròpia que es realitzarà per aquest projecte, s'oferirà el producte a un preu més econòmic, amb imatges exclusives que no es publicaran als bancs d'imatges i es potenciarà la pàgina web per tal d'oferir una experiència d'usuari més fàcil i ràpida.

A propòsit d'això, la idea és vincular els perfils dels bancs d'imatges a la pàgina web personal, per si es volen comprar les imatges a través de la pàgina web pròpia, i les xarxes socials a aquesta pàgina web, per tal que serveixi de portfoli per si es volen contractar els serveis com a fotògraf. El nom que apareixerà en els perfils, en les plataformes de distribució i en les xarxes socials serà, també, “Mariona Llibrer” i anirà acompanyat d'un logo en PNG en el que apareix el nom complet combinat amb la lent d'una càmera de fotos (imatge 17).



Imatge 17: Logo Mariona Llibrer

## **2.4.2.- Fixació de la política de preu:**

El preu de venda és el valor monetari que se li atorga a un producte o servei, en aquest cas, a les fotografies d'estoc. Si la venda es realitza mitjançant les plataformes distribuïdores, el preu de venda al públic és definit per la política de preu de les empreses, però en el cas que es realitzi mitjançant una pàgina web pròpia el preu de venda al públic el defineix el mateix creador de continguts.

### **2.4.2.1.- Intermediaris:**

Quan es publiquen fotografies a bancs d'imatges el preu de venda és definit per les plataformes de distribució. Aquest preu de venda varia en funció del pla de subscripció al que se subscriu el comprador, però per calcular els guanys que s'emportarà el fotògraf de la venda d'una fotografia és necessari calcular la mitjana.

Recordar que no hi ha forma d'accedir al percentatge de les persones que tenen contractat un pla de subscripció o un altre en els diferents bancs d'imatges. Per tant, la mitjana calculada pot variar en funció d'aquest factor en la realitat. Tot i això, els càlculs portats a terme, permeten fer una petita estimació del preu de venda per imatge en funció de la plataforma i permeten calcular els ingressos que tindrà el fotògraf per imatge venuda.

- ***Shutterstock***

En el cas de *Shutterstock* el preu de venda les fotografies per subscripció oscil·la entre 4,90 € per imatge i 0,19 € per imatge i s'ofereixen 12 tipus de subscripcions diferents al consumidor. En casos puntuals, pot arribar a vendre's una imatge a 7,16 € o 9,80 €, però només si es tracten de compres individuals d'una imatge sense tenir subscripció en la plataforma, i no és l'habitual en els consumidors. Per tant, excloent les compres puntuals d'una imatge sense subscripció a la plataforma, la mitjana del preu de venda per imatge és d'1,50 €.

D'aquest euro i mig, el fotògraf s'emporta un percentatge, el qual varia en funció de les descàrregues anuals del col·laborador en la plataforma (cada mes de gener les descàrregues anuals es reinicien):

- Fins a 100 descàrregues el fotògraf s'emporta un 15% del preu de venda per imatge (0,225 €)
- De 101 a 250 descàrregues un 20% (0,30 €)
- De 251 a 500 descàrregues un 25%: (0,375 €)



- De 501 a 2.500 descàrregues un 30%: (0,45 €)
- De 2.501 a 25.000 descàrregues un 35% (0,525 €)
- Més de 25.000 descàrregues un 40% (0,60 €)

- ***iStock by Getty Images***

A la plataforma *iStock by Getty Images*, si treballes sense exclusivitat, el preu de venda de les fotografies per subscripció és més baix que a l'empresa distribuïdora *Shutterstock*. El preu de venda de les fotografies per subscripció oscil·la entre 3,50 € per imatge i 0,18 € per imatge i el preu més alt al que es pot arribar a vendre una imatge és de 9,00 €, però només si es tracta d'una compra individual d'una imatge sense subscripció i és molt poc probable. Per tant, sense tenir en compte el preu de venda d'una imatge puntual, la mitjana del preu de venda per imatge és d'1,75 €. Això és degut al fet que, tot i que el preu de venda de les fotografies per subscripció és més baix en aquesta plataforma, s'ofereixen només 8 modalitats de subscripció a escollir per part del comprador.

En aquest banc d'imatges, el percentatge que s'emporta el contribuïdor és sempre el mateix: un 15%. Per tant, si es calcula el percentatge en funció del preu de venda mitjà de la plataforma, l'ingrés que s'emporta el fotògraf és de 0,2625 € per imatge.

Si, per contra, treballes amb exclusivitat, el preu de venda de les fotografies per subscripció augmenta, oscil·lant entre 8,50 € per imatge i 0,36 € (en funció de la subscripció que vulgui el consumidor). En aquest cas també s'ofereixen 8 tipus de subscripció diferents, que permeten al consumidor a accedir a imatges exclusives de la plataforma, per tant la mitjana del preu de venda acaba sent de 4,1 €. A més a més, treballant amb exclusivitat augmenta el percentatge que s'emporta el fotògraf per cada venda, passant d'un 15% a un 25% i pot arribar a ascendir fins a un 45%. Per tant, els ingressos del fotògraf acaben sent d'aproximadament 1 € per imatge.

- ***Adobe Stock***

L'empresa distribuïdora *Adobe Stock*, contràriament, té un preu de venda de les fotografies una mica més alt que *Shutterstock*. Aquest preu de venda oscil·la entre 4,99 € i 0,21 €, però només s'ofereixen 6 plans diferents de subscripció. Al màxim al qual es pot arribar a vendre una fotografia és a 7,99 € i sempre en casos de compra individual d'una imatge per crèdits sense subscripció. Per aquest motiu, es calcula la mitjana excloent les compres puntuals d'imatges sense subscripció, i el resultat és de 2,10 € per imatge.

En aquesta empresa distribuïdora l'import dels drets d'autor per continguts de fotos adquirits es del 33% de la quantitat pagada pel client pel contingut. Així que, si la mitjana de venda d'una imatge és de 2,10 €, el fotògraf s'emporta 0,693 € per imatge, aproximadament.

- **Depositphotos**

Per últim, el banc d'imatge *Depositphotos*, ofereix 8 subscripcions diferents pel consumidor i el preu de venda per subscripció de les fotografies va de 0,22 € per imatge a 0,97 € per imatge, convertint-se en la plataforma amb els preus de venda més econòmics per al consumidor. En el cas de comprar una imatge sense subscripció, la plataforma pot arribar a vendre una imatge per 12,00 € (el preu de venda més elevat de fotografies individuals en comparació amb les altres plataformes) però són casos molt concrets i poc habituals. Per tant, la mitjana del preu de venda de les imatges en aquesta plataforma és de 0,65 €.

En aquest cas la mitjana del preu de venda no importa, ja que si la imatge es compra mitjançant un pla de subscripció, els ingressos del fotògraf són fixes en funció del seu nivell de contribuïdor.

- Fins a 499 descàrregues el fotògraf ingressa per imatge venuda 0,25 €
- De 500 a 4.999 descàrregues 0,27 €
- De 5.000 a 24.999 descàrregues 0,29 €
- De 25.000 a 4.149.999 descàrregues 0,31 €
- Més de 150.000 descàrregues 0,33 €

#### **2.4.2.2.- Pàgina web:**

El preu de les fotografies que es vendran a través de la pàgina web oscil·larà entre 5 € i 0,60 € per imatge, en funció del nombre d'imatges que vulgui adquirir el consumidor. Per tant, és important que el preu de les fotografies aparegui en cada imatge i que la pàgina web disposi d'un servei de venda de productes.

Contràriament al que s'ofereix als bancs d'imatges, en la pàgina web pròpia no s'oferirà la possibilitat d'una subscripció a l'usuari, ja que el client busca immediatesa en la compra. Tot i això, els preus s'adequaran als preus de venda per subscripció de les plataformes intermediàries. El que sí que s'oferirà a l'usuari és l'opció de comprar mitjançant paquets de crèdits (1 crèdit equival a 1 imatge) els quals tindran la caducitat d'un any:

- 1 crèdit a 5 € (5 € per imatge)
- 3 crèdits a 12 € (4 € per imatge)

- 10 crèdits a 25 € (2,5 € per imatge)
- 25 crèdits a 45 € (1,8 € per imatge)
- 50 crèdits a 60 € (1,2 € per imatge)
- 150 crèdits a 90 € (0,60 € per imatge).

Tot i que el preu de venda de les imatges és molt inferior als de les plataformes distribuïdores, com es pot observar en la taula a annexos<sup>23</sup>, s'ha de tenir en compte que el consumidor tindrà menys varietat de fotografies a escollir, en la pàgina web pròpia, que en un banc d'imatges i que de cada compra el fotògraf s'emportarà el 100% dels ingressos.

### **2.4.3.- Estratègia de distribució:**

En aquest projecte, el producte arriba al consumidor a través de dues vies de distribució completament diferents. Per una banda, es troben les empreses intermediàries, les quals s'encarreguen de fer promoció interna de les seves fotografies. I, d'altra banda, hi ha la pàgina web pròpia on es venen també les imatges, la qual s'ha de promocionar a través de les xarxes socials.

#### **2.4.3.1.- Intermediaris:**

Un cop avaluats els diferents intermediaris, s'arriba a la conclusió de què es treballarà amb els quatre bancs d'imatges, mencionats anteriorment, com a empreses distribuïdores del contingut. Això és degut al fet que cap d'elles obliga a treballar amb pactes d'exclusivitat, facilitant al professional la possibilitat de donar a conèixer el seu producte a través de diferents plataformes i d'obtenir ingressos des de diferents bancs d'imatges.

Tot i que la política de preu és diferent en cada banc d'imatge i que el percentatge que s'emporta el contribuïdor també varia en funció de l'empresa distribuïdora, el fet de poder diversificar la venda és favorable perquè el públic al qual es pot arribar és major i hi ha més possibilitat de vendre el producte. Cal remarcar, però, que les empreses distribuïdores que aporten més beneficis econòmics per treballar són *Shutterstock* i *Adobe Stock*, ja que el percentatge que s'emporta el fotògraf és més elevat que a *iStock by Getty Images* o a *Depositphotos*.

Treballar amb aquestes empreses distribuïdores és gratuït, no es necessita una inversió perquè et distribueixin les imatges, simplement s'emporten una gran comissió de cada

---

<sup>23</sup> Veure annex 6.3.3

imatge venuda i has de passar una prova d'accés. Per col·laborar amb aquestes empreses s'ha de fer un primer contacte on el banc d'imatges valora si el fotògraf compleix els requisits necessaris per publicar les seves fotografies a la plataforma. Si la plataforma considera que sí, el fotògraf accepta les condicions econòmiques i de cessió de drets de la plataforma i es formalitza la col·laboració.

Aquesta col·laboració permet a la plataforma distribuir les imatges del fotògraf mitjançant una pàgina web, també coneguda com el banc d'imatges, que és la que fa de distribuïdora entre el client i el producte. El consumidor accedeix a les diferents plataformes per tal de buscar les imatges que necessita i, un cop té els resultats, es descarrega la fotografia que vol adquirir. Aquest consumidor acostuma a estar subscrit al banc d'imatges tenint accés a unes imatges limitades mensualment, tot i això tothom pot fer compres d'imatges pagant exclusivament per una imatge, però el preu de venda del producte serà més alt.

#### **2.4.3.2.- Pàgina web:**

La pàgina web personal s'anomenarà "Mariona Llibrer" i s'utilitzarà com a plataforma de distribució i venda de les fotografies sense necessitat d'intermediaris i com a plataforma de promoció del portfoli, per si algun client vol contractar els serveis com a fotògraf. A la pàgina principal de la web apareixeran les millors fotografies, un cercador, un apartat de contacte i un apartat de compra de crèdits. A través del cercador es podran buscar les imatges d'stock que interessin i un cop seleccionades es podran afegir a un carro de la compra. La compra es podrà fer també mitjançant la pàgina web.

La intenció és arribar a publicar mensualment 320 fotografies a la pàgina web, 20 de les quals seran exclusives i no es publicaran als bancs d'imatges. Anualment, es farà una revisió amb Google Analytics de les imatges que no han estat comprades ni visitades i s'eliminaran de la pàgina web, per tal de deixar espai en el servidor per a la publicació de noves imatges.

Per tal de poder portar a terme aquesta distribució mitjançant la pàgina web s'haurà de comprar un domini, pagar el lloguer del *hosting* i comptar amb un manteniment anual de la pàgina web. Per calcular el que costaria anualment, s'ha contactat amb un programador de l'empresa Volk Lenders el qual ha fet un pressupost tenint en compte els aspectes mencionats anteriorment.

Pressupost Anual	Despeses
Domini	20,00 €
Hosting	120,00 €
Manteniment	250,00 €
<b>Total Distribució Anual Pàgina Web</b>	<b>390,00 €</b>

Taula 7: Taula del pressupost anual del manteniment pàgina web.

#### **2.4.4.- Pla de comunicació:**

El pla de comunicació permetrà fer promoció de la pàgina web pròpia mitjançant les xarxes socials. L'objectiu és donar-la a conèixer i aconseguir nous clients, per tal que els beneficis del fotògraf siguin més elevats. El pla de comunicació s'enfocarà única i exclusivament a la marca pròpia, perquè els bancs d'imatges ja porten a terme les seves campanyes de comunicació per promocionar la venda de fotografies d'estoc.

##### **2.4.4.1.- Campaña de llançament:**

La promoció d'aquest projecte es portarà a terme mitjançant Instagram i LinkedIn, però aquestes xarxes socials només s'utilitzaran per fer promoció de la pàgina web pròpia, ja que els bancs d'imatges s'encarreguen de fer una promoció interna de les seves imatges mitjançant el posicionament SEO i els hashtags. A més a més, les empreses intermediaries amb les que es treballarà són empreses molt potents, conegudes mundialment i amb nom de marca, per tant, si es fa promoció d'aquestes plataformes, és possible que es perdin clients potencials de la pàgina web pròpia, a on és més interessant que el client adquireixi les imatges.

Per portar a terme la campanya de llançament s'ha agafat de referència la proposta plantejada per Lola Palacio Silvia en el projecte anomenat *Instagram como herramienta de publicidad para negocios* i s'ha adaptat a les necessitats d'aquest projecte. La idea és que aquesta campanya tingui una duració de 6 mesos i estigui enfocada a: donar a conèixer l'existència d'una pàgina web a través de la qual es poden adquirir imatges d'estoc de forma ràpida i econòmica; aconseguir clients; i promocionar els serveis com a fotògraf més enllà de la fotografia d'estoc.

A Instagram es portaran a terme dues promoció diferents a la vegada: una per aconseguir nous seguidors, que poden arribar a ser clients potencials, i una altra per aconseguir visites a la pàgina web. Les promoció estaran vinculades a una publicació o a una història i

setmanalment se'n faran dues. Més enllà de les promocions es publicaran també: dues fotografies al perfil d'Instagram setmanalment, un *reels* setmanal i històries diàriament. A més a més, durant els primers 6 mesos també es contractarà un servei de creixement orgànic de seguidors anomenat Social Meep que costa 40,65 € al mes, ja que a major nombre de seguidors, major visibilitat i major confiança pel consumidor.

	<b>Nº promocions mensuals</b>	<b>Duració promocions</b>	<b>Abast mensual</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total campanya</b>
<b>Promocions Instagram</b>	8 promocions mensuals	3 dies per promoció	9.600 - 25.600 persones	96,00 €	<b>576,00 €</b>

*Taula 8: Taula de la campanya de llançament d'Instagram.*

En el cas de LinkedIn, es crearà una pàgina on es promocionarà la compra d'estoc a través de la web pròpia. En aquesta pàgina es publicaran tres publicacions setmanals (dilluns, dijous i dissabte) i es promocionarà la publicació del dilluns, en una promoció de 3 dies de duració. Per portar-ho a terme, la promoció es farà a través de l'administrador de campanyes de LinkedIn. En aquest administrador se seleccionarà l'objectiu de la campanya per tal d'aconseguir: visites al lloc web i donar a conèixer la marca.

	<b>Nº promocions mensuals</b>	<b>Duració promocions</b>	<b>Abast mensual</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total campanya</b>
<b>Promocions</b>	4 promocions mensuals	3 dies per promoció	4.400 - 14.400 persones	120,00 €	<b>720,00 €</b>

*Taula 9: Taula de la campanya de llançament de LinkedIn.*

Com s'ha mencionat anteriorment, aquesta campanya inicial es portarà a terme durant els primers 6 mesos, per tant, el pressupost total serà de 1.539,9 €.

<b>Pressupost 6 mesos</b>	<b>Despeses</b>
Promocions Instagram	576,00 €
Social Meep	243,90 €
LinkedIn	720,00 €
<b>Total Campanya de Comunicació Inicial</b>	<b>1.539,90 €</b>

*Taula 10: Taula del pressupost de la campanya de llançament.*

#### 2.4.4.2.- Comunicació anual:

Un cop es finalitzin els primers 6 mesos de campanya de comunicació inicial, es començarà amb la campanya de comunicació anual. En aquesta campanya és important invertir un cop a l'any en la revisió del posicionament SEO de la pàgina web pròpia, per tal que aparegui de les primeres quan es busquin imatges d'estoc. Aquesta revisió s'ha tingut en compte en l'apartat de distribució de la pàgina web i pot arribar a costar uns 250 €, però és necessària per a mantenir el nombre de compres des de la pàgina web.

Pel que fa a Instagram, es continuaran publicant dues fotografies setmanals, un *reels* setmanal, i històries diàriament, però només es portarà a terme una promoció a la setmana. Aquesta promoció estarà vinculada a una publicació o a una història, en funció de la setmana, i la finalitat de les promocions seguirà sent la mateixa: aconseguir nous seguidors que poden arribar a ser clients potencials i aconseguir més visites a la pàgina web. Per tal de mantenir actiu el creixement orgànic de seguidors, es mantindrà la subscripció a la plataforma Social Meep i es portarà a terme un sorteig cada dos mesos, en el que se sortejarà una sessió de fotos gratuïta.

	Nº promocions mensuals	Duració promocions	Abast mensual	Total mensual	Total anual
<b>Promocions</b>	4 promocions mensuals	3 dies per promoció	4.800 - 18.800 persones	48,00 €	<b>576,00 €</b>

Taula 11: Taula de la campanya de comunicació anual d'Instagram.

A la pàgina de LinkedIn, es continuaran publicant tres publicacions setmanals (dilluns, dijous i dissabte), però la promoció només es portarà a terme cada 15 dies. L'objectiu de la promoció continuarà sent aconseguir noves visites al lloc web i donar a conèixer la marca. El pressupost diari per fer la promoció serà de 30 € per 3 dies de promoció.

	Nº promocions mensuals	Duració promocions	Abast mensual	Total mensual	Total anual
<b>Promocions</b>	2 promocions mensuals	3 dies per promoció	2.200 - 7.200 persones	120,00 €	<b>720,00 €</b>

Taula 12: Taula de la campanya de comunicació anual de LinkedIn.

Per tant, anualment s'invertiran 2.023,8 € en la campanya de comunicació anual: 168,65 € mensuals.

Pressupost Anual	Despeses
Promocions Instagram	576,00 €
Social Meep	487,80 €
Sortejos	240,00 €
LinkedIn	720,00 €
<b>Total Campanya de Comunicació Anual</b>	<b>2.023,80 €</b>
Mensualment	168,65 €

Taula 13: Taula del pressupost de la campanya de comunicació anual.

## 2.5.- Definició dels objectius comercials:

Els objectius comercials són el nombre de vendes que es volen aconseguir en un període de temps determinat i els objectius qualitats als quals es vol arribar. Tenint en compte les dades proporcionades per Santi Núñez i Carlos Gawronski, és factible arribar a les 1.000 descàrregues mensuals en les diferents plataformes distribuïdores, però s'han de publicar mínim 170 fotografies mensuals (2.040 imatges anuals). També és important recordar que les plataformes que acostumen a tenir més descàrregues són *Shutterstock* i *iStock by Getty Images*, això vol dir que s'arribarà a l'objectiu establert abans en aquestes plataformes.

Per tant, la intenció és treballar amb les 4 empreses intermediaries que s'han analitzat al llarg del treball i publicar el primer any un mínim de 2.040 fotografies en cada banc d'imatges (170 fotografies mensuals). L'objectiu és aconseguir al final del primer any 1.000 descàrregues mensuals a *Shutterstock* i a *iStock by Getty Images* i 500 descàrregues mensuals a *Adobe Stock* i *Depositphotos*. El què equivaldria a estar ingressant mensualment, al final del primer any, 500,00 € de *Shutterstock*; 260,00 € mensuals per part de *iStock by Getty Images*; 345,00 € mensuals d'*Adobe Stock*; i 135,00 € del banc d'imatges *Depositphotos*. Un total de 1.240,00 € aproximadament. Aquests càlculs s'han portat a terme d'acord amb la mitjana del preu de venda per imatge de cada plataforma.

A tres anys vista, la idea és publicar 2.760 fotografies anuals en cada banc d'imatges (230 fotografies mensuals); augmentar el nombre de descàrregues a 2.000 mensuals a *Shutterstock* i a *iStock by Getty Images*; i augmentar el nombre de descàrregues a 1.000 a *Adobe Stock* i *Depositphotos*. Això vol dir, acabar ingressant uns 2.708,00 € al mes. A cinc anys vista, l'objectiu és publicar 3.600 fotografies anuals (300 fotografies noves



mensualment); sumar 3.000 descàrregues mensuals a *Shutterstock* i a *iStock by Getty Images*; i 1.500 descàrregues a *Adobe Stock* i *Depositphotos*. Així doncs, estar ingressant aproximadament uns 4.030,00 € mensuals.

Pel que fa a la pàgina web pròpia, la meta és publicar el mateix nombre d'imatges que en les plataformes de distribució, però afegint 20 imatges exclusives. L'objectiu és aconseguir, al final del primer any, la descàrrega de 200 fotografies mensuals, que vindrien a ser 500,00 € al mes aproximadament. A tres anys vista, la intenció és estar en 350 descàrregues mensuals (882,00 € cada mes) i, a 5 anys vista, arribar a les 500 descàrregues mensuals (uns ingressos de 1.260,00 € cada mes).

		<b>shutterstock</b>	<b>iStock.</b>	<b>Adobe Stock</b>	<b>depositphotos</b>	<b>MARIÒNA LLIBRER</b>
<b>1r any</b>	Publicades	2.040	2.040	2.040	2.040	2.280
	Descàrregues	1.000	1.000	500	500	200
	Ingressos	<b>500,00 €</b>	<b>260,00 €</b>	<b>345,00 €</b>	<b>135,00 €</b>	<b>500,00 €</b>
<b>3r any</b>	Publicades	2.760	2.760	2.760	2.760	3.000
	Descàrregues	2.000	2.000	1.000	1.000	350
	Ingressos	<b>1.000,00 €</b>	<b>525,00 €</b>	<b>693,00 €</b>	<b>562,00 €</b>	<b>882,00 €</b>
<b>5è any</b>	Publicades	3.600	3.600	3.600	3.600	3.840
	Descàrregues	3.000	3.000	1.500	1.500	500
	Ingressos	<b>1.500,00 €</b>	<b>787,50 €</b>	<b>1.039,50 €</b>	<b>973,00 €</b>	<b>1.260,00 €</b>

Taula 6: Taula comparativa dels objectius comercials a un any vista, tres anys vista i cinc anys vista.

### **3.- Pla de producció:**

#### **3.1.- Cicle productiu:**

El cicle productiu és el conjunt de tasques que s'han de realitzar per portar a terme un bé o un servei. Aquest cicle es divideix en dues parts: el cicle productiu inicial, que són tots els processos que s'han de portar a terme abans de començar amb les tasques de producció del servei; i el cicle productiu a setmana o més vista, que són les tasques a realitzar de forma planificada i successiva per tal d'obtenir el producte i vendre'l.

#### **3.1.1.- Cicle productiu inicial:**

##### **3.1.1.1.- Contacte amb les empreses distribuïdores:**

Per convertir-se en contribuïdor d'un banc d'imatges és necessari donar-se d'alta a la plataforma intermediària com a fotògraf i que s'accepti el teu contingut. Cada banc d'imatge té un procés de selecció diferent, per tant, és important conèixer com funciona cada un d'ells. Aquest procés de contacte inicial amb les empreses distribuïdores es pot allargar com a màxim quinze dies.

Per tal que s'aprovi aquest procés, en tots els bancs d'imatges es demana que el creador de continguts sigui major de 18 anys i que tingui l'autoria de cada document que publiqui a la plataforma. I que sempre que es publiqui contingut en què apareix una persona reconeixible es disposi dels drets d'imatge d'aquella persona. El mateix amb els drets de propietat privada.

- ***Shutterstock:***

Per registrar-se a la plataforma de fotografies d'estoc *Shutterstock*, el primer que s'ha de fer és registrar-se en l'apartat del contribuïdor. Per fer el registre és necessari facilitar informació personal i verificar el correu amb el qual s'està fent el registre. Un cop verificat el correu electrònic, s'ha de facilitar també la direcció de residència i llavors es podrà accedir al perfil a través del qual es publicaran les fotografies.

Per convertir-se en col·laborador actiu s'han de publicar algunes de les millors fotografies que disposi el fotògraf a aquest perfil, i l'equip revisor ha d'aprovar les imatges. Quan la primera imatge hagi estat aprovada, el compte de contribuïdor s'activarà i, a partir d'aquell moment, podrà publicar tota mena de contingut audiovisual sense límits. Si cap de les

fotografies és aprovada, es pot tornar a intentar activar el compte amb la publicació de nou material, sense cap classe de problema.

Les imatges que es publiquin a la plataforma han d'estar guardades en JPEG o TIFF i han de tenir un perfil de color sRGB. A més a més, les fotografies han de tenir un mínim de 4 megapíxels i han de pesar un màxim de 50 megabytes per poder ser aprovades a la plataforma. Si es vol publicar una imatge que pesi més de 50 megapíxels s'hauria de fer mitjançant una plataforma FTPS, una plataforma que permet als creadors de continguts enviar continguts des del seu ordinador al servidor de *Shutterstock*.

- ***iStock by Getty Images:***

La plataforma *iStock by Getty Images* només accepta sol·licituds per a convertir-se en col·laborador a través de l'aplicació Contributor by Getty Images. A través d'aquesta aplicació el fotògraf ha de publicar de 3 a 6 imatges i aquestes imatges han de ser revisades per la plataforma. Un cop revisades, la plataforma es posarà en contacte amb el fotògraf per informar-lo de si ha estat acceptat a *iStock by Getty Images*, a *iStock by Getty Images* i a *Getty Images* o no ha estat acceptat a la plataforma.

Un cop la sol·licitud ha estat acceptada a través de l'aplicació, s'envia una invitació al fotògraf perquè s'uneixi a la plataforma com a contribuïdor i pugui crear el seu perfil. Tot i això, sempre que es publica contingut a la plataforma com a fotògraf, aquest contingut és revisat per part dels editors del banc d'imatges. Això es fa per tal d'assegurar que es compleixen tots els requisits obligatoris abans de posar a disposició dels clients les imatges en línia.

Per tal que les imatges siguin aprovades, una de les condicions és que la publicació de les imatges es faci en format JPEG, amb una mida mínima de 720 x 960 píxels i amb una dimensió màxima de 9000 x 9000 píxels.

- ***Adobe Stock:***

En el banc d'imatges *Adobe Stock*, per tal de convertir-se en contribuïdor, és necessari crear-se un perfil en l'apartat web de la plataforma Contributor Portal mitjançant l'Adobe ID. Un cop creat el perfil s'han de publicar les primeres imatges per tal de finalitzar el procés de creació del compte.

A *Adobe Stock*, igual que a les altres plataformes, es revisa cada contingut que es publica al banc d'imatges per assegurar-se que es compleix la normativa establerta. Per tant, existeix la possibilitat que el contingut publicat es rebutgi si la plataforma ho considera adient.

Unes de les condicions perquè el contingut sigui aprovat és publicar les imatges en JPEG, amb el perfil de color sRGB, amb una resolució mínima de 4 megapíxels, una resolució màxima de 100 megapíxels i una dimensió d'arxiu màxima de 45 megabytes. És important que aquestes fotografies no tinguin marques d'aigua, ni de la data ni de l'hora.

- ***Depositphotos:***

Per formar part de l'equip de *Depositphotos* és necessari registrar-se com a col·laborador, facilitant informació d'usuari i informació de contacte. Un cop creat el perfil, s'ha d'aprovar un breu examen que requereix publicar les millors fotografies a la plataforma per tal que l'empresa distribuïdora valori si pots oferir el contingut que ells necessiten. Si s'aprova l'examen, es podran publicar els continguts a la plataforma per vendre'ls.

De la mateixa forma que les altres empreses distribuïdores, les imatges que es publiquin al perfil del fotògraf hauran de ser acceptades per part dels revisors de la plataforma. Només es posaran a disposició del client les fotografies si han estat acceptades.

Els requisits tècnics de les fotos són que es publiquin en format JPEG, amb un perfil de color sRGB, amb una resolució mínima de 3,8 megapíxels i que l'arxiu no pesi més de 50 megabytes.

- ***Formulari W-BEN 8:***

En totes les plataformes, per poder efectuar el pagament dels ingressos del fotògraf, s'ha d'omplir el formulari W-BEN 8 només registrar-se. Aquest formulari és un certificat de condició estrangera de propietari beneficiari de retencions i informes fiscals als Estats Units el qual és necessari per sol·licitar qualsevol benefici. Sense aquest formulari el fotògraf no cobrarà els ingressos corresponents. El formulari W-BEN 8 té una validesa de 3 anys de calendari i s'ha d'enviar de manera electrònica directament des de l'apartat de *Centro Tributario* de la plataforma de contribuïdor.

### 3.1.1.2.- Donar-se d'alta com autònom:

Per donar-se d'alta com autònom, tal com es menciona en la pàgina web de la Seguretat Social, el primer que s'ha de fer és anar a la Tresoreria General de la Seguretat Social i donar-se d'alta en el Règim Especial de Treballadors Autònoms omplint el formulari TA0521. Un cop realitzat aquest tràmit, s'ha d'anar a l'Agència Tributària per donar-se d'alta en el Cens d'Empresaris i comunicar l'obertura en la Conselleria de Treball de la comunitat autònoma on es resideix. Per tal de tenir-ho tot a punt quan es comencin a publicar fotografies en els bancs d'imatges, aquest procés cal començar-ho un mes abans de l'inici de l'activitat, per tal d'evitar contratemps.

### 3.1.1.3.- Creació de la pàgina web:

La pàgina web es crearà a través de l'empresa Volk Lenders per tal que es compleixin tots els requisits comentats en apartats anteriors. Aquesta empresa ha fet un pressupost tenint en compte la contractació d'un programador web i d'una persona encarregada del posicionament SEO, la compra d'un domini i el lloguer d'un *hosting*. Per tant, inicialment serien uns 2.530 €. El procés de creació de la pàgina web pot allargar-se de 3 a 6 mesos per tant, es començarà primer amb la publicació de fotografies d'estoc als bancs d'imatges i un cop estigui creada la pàgina web, i estigui oberta al públic, es començarà la campanya inicial de comunicació.

Pressupost Pàgina Web	Despeses
Domini	20,00 €
Hosting	10,00 €
Creació pàgina web i posicionament SEO	2.000,00 €
Imprevistos	500,00 €
<b>Total</b>	<b>2.530,00 €</b>

Taula 14: Taula del pressupost de la creació de la pàgina web.

### 3.1.1.4.- Posar en marxa la campanya de llançament:

Posa en marxa la campanya de llançament de comunicació, implica tenir creada la pàgina web i que aquesta estigui oberta al públic, tenir publicades imatges a la pàgina web pròpia, crear un perfil a Instagram i crear una pàgina a LinkedIn. Per tant, un cop es tingui la pàgina web activa, es necessitaran 15 dies per crear els perfils de les xarxes socials i fer una planificació de publicacions, històries i promocions que es portaran a terme. Un cop estigui

tot llest es posarà en marxa la campanya que, tal com s'ha mencionat anteriorment, durarà 6 mesos.

### **3.1.2.- Cicle productiu a setmana vista:**

Un cop s'hagi finalitzat el cicle productiu inicial dels dos projectes que es portaran a terme, s'haurà de seguir un cicle productiu, per tal de seguir una rutina i tenir estructurada la feina que s'ha de fer setmanalment perquè el projecte continuï creixent.

La idea és publicar 300 fotografies noves mensualment a cada banc d'imatges i 320 a la pàgina web pròpia, per tant cada dia de la setmana, excepte el divendres, es realitzaran sessions fotogràfiques al matí. Dilluns i dijous les sessions fotogràfiques es portaran a terme a l'estudi, però dimarts i dimecres les sessions fotogràfiques es realitzaran en localitzacions prèviament escollides. Les tardes estaran destinades a l'edició de les fotografies i a la publicació d'aquestes fotografies a les plataformes i a la pàgina web. Per complir l'objectiu establert, s'hauran de publicar 19 o 20 fotografies diàries.

Cada matí de 09:00 h a 10:00 h, es dedicarà a interaccionar amb els seguidors de les xarxes socials i a fer una planificació de les històries que es publicaran aquell dia. Dilluns, dijous i dissabte de 10:00 h a 11:00 h es publicarà a LinkedIn; dimecres i divendres, cap a les 21:00 h es publicarà a Instagram; i quan es realitzin els sortejos es realitzaran el diumenge a la nit.

El divendres serà el dia que es dedicarà a la planificació de les sessions fotogràfiques de la setmana següent. Primer de tot s'haurà de pensar en la temàtica de cada sessió, planificar el material que es necessitarà i buscar una localització. A continuació s'haurà de fer una recerca en els bancs d'imatges de les fotografies que més es venen relacionades amb el concepte que s'ha escollit i agafar imatges de referència. Finalment, s'haurà de contactar amb models que vulguin fer una col·laboració i citar-los a una hora en el lloc corresponent.

Hores	DI.	Dt.	Dc.	Dj.	Dv.	Ds.	Dg.	
09:00 - 10:00	Interaccionar amb els seguidors de les xarxes socials + publicació d'històries.							
10:00 - 11:00	Publicació LinkedIn + Promoció	Sessió fotogràfica 2 en localització + models	Sessió fotogràfica 3 en localització + models	Publicació LinkedIn	Planificació sessions de la següent setmana	Publicació LinkedIn		
11:00 - 11:30	Pausa							
11:30 - 12:30	Sessió fotogràfica 1 en estudi			Sessió fotogràfica 2 en estudi				
12:30 - 13:30								
13:30 - 14:30	Pausa							
14:30 - 15:30	Edició fotografies sessió 1	Edició fotografies sessió 2	Edició fotografies sessió 3	Edició fotografies sessió 4	Producció, compra material i contactar amb models			
15:30 - 16:30								
16:30 - 17:30	Publicació fotografies sessió 1	Publicació fotografies sessió 2	Publicació fotografies sessió 3	Publicació fotografies sessió 4				
17:30 - 18:30								
+ 18:30			Publicació Instagram + Promoció		Publicació Instagram + Reels		Sorteig Instagram	

Taula 15: Taula del cicle productiu a setmana vista.

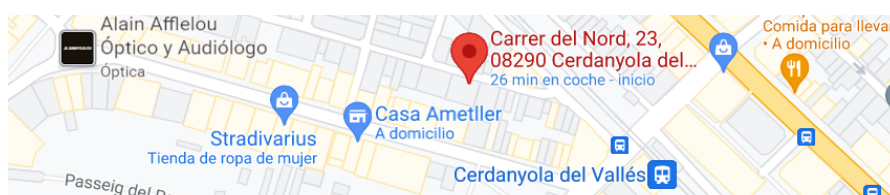
### 3.2.- Resum de recursos i costos:

Un cop analitzats els processos a seguir per a la producció del producte, és necessari fer un resum dels recursos dels quals es disposen, o s'han de disposar, per portar a terme el projecte i els costos que això comportarà.

#### 3.2.1.- Local:

Per portar a terme aquest projecte es disposa d'un local de 100 m<sup>2</sup> situat a Cerdanyola de Vallès al costat de l'Avinguda Catalunya i molt a prop de l'estació. És un local rectangular de 5 metres per 20 metres, que dona directament al carrer i té entrada de llum natural a través de la porta d'entrada. Aquest local és propi, i es pot utilitzar sense la necessitat de pagar lloguer.

Per tal de convertir el local en un estudi fotogràfic és necessari fer una reforma de l'espai: s'ha de treure el fals sostre; reformar la instal·lació elèctrica; construir un lavabo: canviar la porta d'entrada; polir el terra del local i pintar. Per poder portar a terme aquest recondicionament, s'ha contactat amb una empresa de reformes de locals i habitatges, anomenada Reformat 360, per fer un pressupost i aquesta empresa ha calculat una despesa en reformes de 15.000 €.



Imatge 18: Ubicació del local de Cerdanyola del Vallès

### 3.2.2.- Inversions de capital fix i costos:

La inversió de capital fix és la compra d'equipament fotogràfic i mobiliari, necessari pel projecte, que es paga una vegada a la vida i té una vida útil de 4 i 10 anys respectivament. Per tant, per portar a terme el càlcul de costos, s'ha dividit la taula en dos (equipament fotogràfic i mobiliari) i s'han calculat els costos d'amortització i de manteniment anual al final de cada taula.

Els costos d'amortització contempnen la pèrdua gradual del valor d'un actiu al llarg del temps i és necessari calcular-lo per tal de recollir diners anualment per si s'ha de tornar a comprar el material al cap d'uns anys. Els mobles tenen un cost d'amortització de 10 anys, els cotxes de 7 i el material tecnològic de 4 anys. D'altra banda, el cost de manteniment calcula el pressupost anual que s'haurà d'invertir per conservar els béns en el millor estat possible, i és necessari contemplar-lo per si s'ha de portar a terme alguna reparació.

<b>Equipament fotogràfic</b>	<b>Unitats</b>	<b>Preu per unitat</b>	<b>Total</b>
Canon EOS 5D Mark IV	1	3.179,00 €	3.179,00 €
Canon EF 35 mm	1	615,99 €	615,99 €
Sigma 50 mm para Canon	1	729,00 €	729,00 €
Sigma MACRO 105 mm para Canon	1	399,90 €	399,90 €
Flaix Godox AD600 Pro de bateria TTL i HSS	2	899,00 €	1.798,00 €
Soonwell MT1 tubo de luz led	2	119,00 €	238,00 €
GODOX 60cm x 90cm Studio Flash Honeycomb Grid Softbox	2	49,99 €	99,98 €
Neewer Reflector de Luz Multi-disco Plegable	1	22,04 €	22,04 €
PC compost	1	1.768,59 €	1.768,59 €
Amzdeal Soporte de Fondo PASSAR MOBLES	1	50,99 €	50,99 €
Bateria Canon EOS 5D Mark IV	2	32,98 €	65,96 €
Carregador bateria Canon EOS 5D Mark IV	1	43,29 €	43,29 €
Targeta SD 64GB	2	46,99 €	93,98 €
<b>Total</b>			<b>9.104,72 €</b>
<b>Amortització anual</b>			<b>2.276,18 €</b>
<b>Manteniment anual</b>			<b>500,00 €</b>

Taula 16: Taula de la inversió de capital fix i costos en equipament fotogràfic.



Mobiliari	Unitats	Preu per unitat	Total
Taula blanca escriptori	2	99,00 €	198,00 €
Cadira oficina	2	199,00 €	398,00 €
Llum d'escriptori	2	25,00 €	50,00 €
Butaques	3	149,00 €	447,00 €
Taula baixa de cafè	1	69,00 €	69,00 €
Catifa	1	39,00 €	39,00 €
Armari per guardar l'equipament fotogràfic	1	412,00 €	412,00 €
Pissarra 100 x 70 cm	1	20,00 €	20,00 €
Suro de paret 100 x 70 cm	1	20,00 €	20,00 €
<b>Total</b>			<b>1.653,00 €</b>
<b>Amortització anual</b>			<b>165,30 €</b>
<b>Manteniment anual</b>			<b>200,00 €</b>

Taula 17: Taula de la inversió de capital fix i costos en mobiliari.

### 3.2.3.- Costos d'aprovisionament:

Els costos d'aprovisionament calculen les despeses necessàries per portar a terme el producte, les quals s'han de realitzar amb regularitat, per exemple la compra de material d'oficina o el pagament de programes d'edició de subscripció.

Programes de subscripció	Unitats	Preu per unitat	Total
Pack: Adobe Lightroom + Adobe Photoshop	1	12,09 €	12,09 € (mensual)
<b>Total</b>			<b>12,09 € (mensual)</b>

Taula 18: Taula de costos d'aprovisionament en programes de subscripció.

Material d'oficina	Unitats	Preu per unitat	Total
Fulls blancs pack de 100 unitats	2	2,99 €	5,98 € (cada 6 mesos)
Bolígraf pack de 10 unitats	2	4,10 €	8,20 € (cada 6 mesos)
Guix pack de 10 unitats	2	1,50 €	3,00 € (cada 6 mesos)
Xinxetes pack de 300 unitats	1	8,30 €	8,30 € (cada 6 mesos)
<b>Total</b>			<b>25,48 € (cada 6 mesos)</b>

Taula 19: Taula de costos d'aprovisionament en material d'oficina.

### 3.2.4.- Costos de personal:

Per aquest projecte es treballarà individualment com autònom. Per tant, no hi haurà costos de personal, ni es crearà una empresa per portar a terme el projecte. Simplement, el fotògraf es donarà d'alta a la seguretat social i rebrà els guanys corresponents dels ingressos menys les despeses. Tal com es menciona en l'apartat d'ajudes del treball, la quota que es paga a la seguretat social quan ets autònom és de 60,00 € mensuals durant els 12 primers mesos; dels 12 als 18 mesos, es paguen 143,05 € mensuals; i, dels 18 mesos als 36 es paguen 200,30 €. Un cop finalitzat aquest període es passen a pagar 286,10 € mensuals de quota d'autònom. Per tant, s'hauran de contemplar aquestes despeses en el pla financer.

### 3.2.5.- Altres costos de producció:

Els altres costos de producció que es tenen en compte són el cost inicial de creació de la pàgina web i els costos de funcionament que tindrà l'empresa, mensualment, quan s'hagi posat en marxa (telefonía, electricitat, aigua i despeses en transport).

Cost inicial de creació de la pàgina web	Despeses
Domini inicial	20,00 €
Hosting inicial	10,00 €
Creació pàgina web i posicionament SEO	2.000,00 €
Imprevistos	500,00 €
<b>Total</b>	<b>2.530,00 €</b>

Taula 20: Taula del cost de creació de la pàgina web.

Costos de funcionament	Despeses
Telefonia Lowi: 300 MB fibra + 25 GB	39,95 € (mensual)
Electricitat (2 mesos)	117,30 € bimensual (58,65 € mensual)
Aigua	22,32 € (mensual)
Transport: T-Jove (3 mesos)	105,20 € (35,06 € mensual)
<b>Total</b>	<b>155,98 € (mensuals)</b>

Taula 21: Taula dels costos de funcionament.

### 3.2.6.- Costos de comercialització:

Els costos de comercialització recullen els costos de distribució, els quals contempen les despeses anuals en la pàgina web; els costos de comunicació inicial, que són la campanya de comunicació inicial per donar a conèixer el projecte; i els costos de comunicació anual, és a dir les despeses de la campanya de xarxes socials que s'ha de dur a terme anualment per mantenir un creixement de les compres de fotografies d'estoc a través de la pàgina web pròpia.

Costos de comercialització	Despeses
Distribució anual pàgina web	390,00 € (anual)
Total campanya comunicació inicial	1.539,90 €
Total campanya comunicació anual	2.023,80 € (anual)

Taula 22: Taula dels costos de comercialització.

### 3.2.7.- Costos generals d'administració:

Els costos generals d'administració quedaran reduïts a la contractació d'una assegurança per l'estudi i per l'equipament fotogràfic que estarà guardat a l'estudi. Per calcular el cost de l'assegurança, s'ha contactat amb Helvetia Sector Seguros i s'ha demanat un pressupost<sup>24</sup> en el que es fa palès un cost de 198,24 € anuals per tal de cobrir totes les contingències demanades.

Quant a altres costos general d'administració, com podrien ser la neteja del local i el contracte d'una gestoria per fer la liquidació de l'IVA o IRPF, no serà necessària la seva contractació, ja que ho assumirà el mateix treballador.

---

<sup>24</sup> Veure annex 6.3.4

#### **4.- Estructura jurídica:**

Com s'ha mencionat anteriorment, per portar a terme aquest projecte es treballarà com a autònom i de forma individual. Per tant, inicialment, no es tindrà personal contractat. Tot i això, es col·laborarà amb models als quals se'ls hi haurà de pagar el transport i l'esmorzar. El transport costarà, entre l'anada i la tornada, uns 6,00 € en total, ja que un bitllet senzill de dues zones de Rodalies de Catalunya costa 2,80 €. L'esmorzar costarà 4,00 € aproximadament, comptant cafè, te o infusió, més una pasta o un bocata petit. La idea és treballar amb 4 models setmanals, el que implicarà una despesa de 160 € mensuals en models.

Col·laborar amb un model implica fer una sessió de fotografies conjunta, que beneficiï al model i al fotògraf sense cobrar o pagar res a canvi. El model rebrà les fotografies pel seu *book* personal, o per la seva agència de models, i el fotògraf rebrà els drets d'imatge del model per poder comercialitzar amb les fotografies. No obstant això, és un detall convidar al model a esmorzar i pagar el seu transport fins a la localització establerta per realitzar la sessió de fotografies.

Puntualment, també es faran contractacions dels serveis d'altres empreses com en el cas de la pàgina web o l'asseguradora. I, en el cas que el nivell de treball sigui molt elevat i els ingressos siguin més elevats del que s'esperava, la idea podria ser contractar els serveis d'algun editor fotogràfic extern que permeti accelerar la producció de fotografies d'estoc per tal que el nombre de fotografies publicades diàriament sigui més alt.

## 5.- Pla financer:

Per últim, i per tal de comprovar la viabilitat del projecte és necessari dur a terme el pla financer on es recopila tota la informació que s'ha anat presentant al llarg del treball, tal com els objectius comercials, els pressupostos i el resum de recursos i costos. Aquest pla es divideix en dos apartats diferents, però el que mostrarà si la venda de fotografies de microstock té viabilitat, és el pressupost d'exploració.

### 5.1.- Pressupost de capital:

El pressupost de capital recull la previsió de la inversió inicial del projecte i els recursos financers previstos per cobrir la inversió. És molt important que el total de recursos i el saldo inicial de tresoreria sigui exactament el mateix que el total del finançament, ja que serà l'única forma d'assegurar el correcte desenvolupament de l'inici de la producció. Per portar a terme aquest projecte es necessitaran 33.623,27 € inicials.

Finançament		Inversió	
Concepte	Import	Concepte	Import
<b>Diners en efectiu</b>		<b>Despeses</b>	
Recursos propis	18.623,27 €	Gestió dels tràmits inicials <sup>25</sup> :	300,00 €
<b>Finançament</b>		<b>Immobilitzat immaterial</b>	
Crèdits		- Registre de marca <sup>26</sup>	1.093,60 €
Préstecs		<b>Immobilitzat material</b>	
Subvencions <sup>27</sup>	15.000,00 €	Instal·lacions (reformes i adequació del local)	15.000,00 €
		Maquinària	7.336,13 €
		Mobiliari	1.653,00 €
		Hardware (ordinador)	1.768,59 €
		<b>Existències</b>	
		Material d'oficina inicial	25,48 €
		Pagament programes de subscripció inicial	12,09 €
		<b>Altres</b>	

<sup>25</sup> La gestió dels tràmits inicials, com donar-se d'alta com autònom, es farà mitjançant la contractació de la gestoria Pallarès Asesores de Empresas, de forma puntual, la qual ha fet un pressupost de 300,00 €.

<sup>26</sup> El registre de marca permet obtenir el títol de marca registrada, en aquest cas, d'un conjunt de paraules que s'identifiquen amb un servei, per tal de tenir el control del seu ús. El nom que es registrarà serà "Mariona Llibrer" i es vincularà a un servei de fotografia (veure annex 6.3.5).

<sup>27</sup> Es demanaran ajuts a la Fundació Acció Solidària Contra l'Atur (ASCA) de la Generalitat de Catalunya, la qual finança projectes de negoci viable de fins a 15.000 € de joves emprenedors (de 18 a 30 anys) mantenint el tipus d'interès a 0%, a retornar en un termini de 4 anys.

		Cost de creació pàgina web	2.530,00 €
		Cost campanya de llançament inicial	1.539,90 €
		<b>Saldo Inicial</b>	
		Saldo inicial de tresoreria per cobrir les despeses dels 5 primers mesos	2.364,48 €
<b>Totals recursos</b>	33.623,27 €	<b>Totals inversions i saldo inicial de tresoreria</b>	33.623,27 €

Taula 23: Taula del pressupost de capital.

## 5.2.- Pressupost d'exploració:

El pressupost d'exploració és la millor previsió econòmica que es pot realitzar en una empresa a curt termini. En aquest cas, la previsió es calcula a un any vista del primer, segon i tercer any des de l'inici de l'activitat per comprovar si el projecte té viabilitat.

## 5.2.1.- Pressupost d'exploració primer any:

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
<b>Ingressos</b>													
Vendes producte	100,00 €	200,00 €	350,00 €	500,00 €	600,00 €	870,00 €	900,00 €	970,00 €	1.050,00 €	1.400,00 €	1.560,00 €	1.740,00 €	10.240,00 €
<b>Despeses</b>													
Programes de subscripció	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	12,09 €	145,08 €
Material d'oficina	25,48 €						25,48 €						50,96 €
Quota d'autònom	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	720,00 €
Transports	105,20 €			105,20 €			105,20 €			105,20 €			420,80 €
Electricitat		117,30 €		117,30 €		117,30 €		117,30 €		117,30 €		117,30 €	703,80 €
Aigua	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	22,32 €	267,84 €
Comunicacions (telefonía i internet)	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	39,95 €	479,40 €
Serveis externs (models)	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	1.920,00 €
Amortitzacions	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	2.441,48 €
Manteniment	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	700,00 €
Pla de comunicació anual	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	168,65 €	2.023,80 €
Distribució anual pàgina web												390,00 €	390,00 €
<b>Total</b>	<b>855,48 €</b>	<b>842,10 €</b>	<b>724,80 €</b>	<b>947,30 €</b>	<b>724,80 €</b>	<b>842,10 €</b>	<b>855,48 €</b>	<b>842,10 €</b>	<b>724,80 €</b>	<b>947,30 €</b>	<b>724,80 €</b>	<b>1.232,10 €</b>	<b>10.263,16 €</b>
<b>Resultats</b>													
A.- Resultat explotació <sup>28</sup>	-755,48 €	-642,10 €	-374,80 €	-447,30 €	-124,80 €	27,90 €	44,52 €	127,90 €	325,20 €	452,70 €	835,20 €	507,90 €	-23,16 €
B.- Despesa financera <sup>29</sup>	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	3.750,00 €
C.- Resultat final (A-B)	-1.067,98 €	-954,60 €	-687,30 €	-759,80 €	-437,30 €	-284,60 €	-267,98 €	-184,60 €	12,70 €	140,20 €	522,70 €	195,40 €	-3.773,16 €

Taula 24: Taula del pressupost d'exploració del primer any.

<sup>28</sup> El resultat d'exploració es calcula restant les despeses mensuals als ingressos mensuals.

<sup>29</sup> La despesa financera fa referència a les subvencions que s'han de retornar mensualment.

## 5.2.2.- Pressupost d'exploració segon any:

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
<b>Ingressos</b>													
Vendes producte	1.200,00 €	1.200,00 €	1.450,00 €	1.650,00 €	1.850,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.300,00 €	2.400,00 €	2.650,00 €	2.750,00 €	23.450,00 €
<b>Despeses</b>													
Programes de subscripció	12,21 € <sup>30</sup>	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	12,21 €	146,53 €
Material d'oficina	25,73 €						25,73 €						51,47 €
Quota d'autònom	143,05 €	143,05 €	143,05 €	143,05 €	143,05 €	143,05 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	2.060,10 €
Transports	106,25 €			106,25 €			106,25 €			106,25 €			425,01 €
Electricitat		118,47 €		118,47 €		118,47 €		118,47 €		118,47 €		118,47 €	710,838
Aigua	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	22,54 €	270,52 €
Telefonia/Internet	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	40,35 €	484,19 €
Serveis externs	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	1.920,00 €
Amortitzacions	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	2.441,48 €
Manteniment	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	700,00 €
Pla de comunicació anual	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	170,34 €	2.044,04 €
Distribució anual web												393,90 €	393,90 €
<b>Total</b>	<b>942,27 €</b>	<b>928,75 €</b>	<b>810,28 €</b>	<b>1.035,01 €</b>	<b>810,28 €</b>	<b>928,75 €</b>	<b>999,52 €</b>	<b>986,00 €</b>	<b>867,53 €</b>	<b>1.092,26 €</b>	<b>867,53 €</b>	<b>1.379,90 €</b>	<b>11.648,08 €</b>
<b>Resultats</b>													
A.- Resultat explotació	257,73 €	271,25 €	639,72 €	614,99 €	1.039,72 €	1.071,25 €	1.000,48 €	1.014,00 €	1.432,47 €	1.307,74 €	1.782,47 €	1.370,10 €	11.801,92 €
B.- Despesa financera	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	3.750,00 €
C.- Resultat final (A-B)	<b>-54,77 €</b>	<b>-41,25 €</b>	327,22 €	302,49 €	727,22 €	758,75 €	687,98 €	701,50 €	1.119,97 €	995,24 €	1.469,97 €	1.057,60 €	8.051,92 €
D.- Resultat final - IRPF													<b>6.441,64 €</b>

Taula 25: Taula del pressupost d'exploració del segon any.

<sup>30</sup> S'han pujat un 1% les despeses del primer any de tots els productes simulant l'IPC econòmic.



### 5.2.3.- Pressupost explotació tercer any:

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
<b>Ingressos</b>													
Vendes producte	2.100,00 €	2.100,00 €	2.350,00 €	2.550,00 €	2.750,00 €	2.900,00 €	2.900,00 €	2.900,00 €	3.100,00 €	3.300,00 €	3.450,00 €	3.590,00 €	33.990,00 €
<b>Despeses</b>													
Programes de subscripció	12,33 € <sup>31</sup>	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	12,33 €	147,99 €
Material d'oficina	25,99 €						25,99 €						51,97 €
Quota d'autònom	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	200,30 €	2.403,60 €
Transports	107,31 €			107,31 €			107,31 €			107,31 €			429,25 €
Electricitat		119,65 €		119,65 €		119,65 €		119,65 €		119,65 €		119,65 €	717,93 €
Aigua	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	22,77 €	273,18 €
Telefonia/Internet	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	40,75 €	489,04 €
Serveis externs	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	160,00 €	1.920,00 €
Amortitzacions	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	203,46 €	2.441,48 €
Manteniment	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	58,33 €	700,00 €
Pla de comunicació anual	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	172,04 €	2.064,48 €
Distribució anual web												397,84 €	397,84 €
<b>Total</b>	<b>1.003,28 €</b>	<b>989,64 €</b>	<b>869,98 €</b>	<b>1.096,95 €</b>	<b>869,98 €</b>	<b>989,64 €</b>	<b>1.003,28 €</b>	<b>989,64 €</b>	<b>869,98 €</b>	<b>1.096,95 €</b>	<b>869,98 €</b>	<b>1.387,48 €</b>	<b>12.036,76 €</b>
<b>Resultats</b>													
A.- Resultat explotació	1.096,72 €	1.110,36 €	1.480,02 €	1.453,05 €	1.880,02 €	1.910,36 €	1.896,72 €	1.910,36 €	2.230,02 €	2.203,05 €	2.580,02 €	2.202,52 €	21.953,24 €
B.- Despesa financera	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	312,50 €	3.750,00 €
C.- Resultat final (A-B)	784,22 €	797,86 €	1.167,52 €	1.140,55 €	1.567,52 €	1.597,86 €	1.584,22 €	1.597,86 €	1.917,52 €	1.890,55 €	2.267,52 €	1.890,02 €	<b>18.203,24 €</b>
D.- Resultat final - IRPF													<b>14.562,59 €</b>

Taula 26: Taula del pressupost d'explotació del tercer any.

<sup>31</sup> S'han pujat un 1% les despeses del segon any de tots els productes simulant l'IPC econòmic.

### 5.3.- Conclusió de viabilitat:

L'objectiu principal d'aquest pla d'empresa ha estat comprovar la viabilitat d'un projecte de fotografia centrat en la creació i venda de fotografies de *microstock*, de retrats i estils de vida, a través dels bancs d'imatges i d'una pàgina web pròpia. Un cop estudiat el mercat, la competència i els consumidors ha quedat demostrat que la fotografia d'estoc és un sector a l'alça que ofereix moltes oportunitats al fotògraf per poder vendre les seves imatges, sempre que les imatges que es publiquin s'adeqüin a les necessitats dels consumidors i siguin de bona qualitat. Per aquest motiu, s'ha prosseguit a la creació d'un pla màrqueting i de producció, on s'han contemplat les tasques a realitzar per arribar als objectius comercials establerts, els recursos i els costos d'aquest projecte.

La viabilitat econòmica del projecte, però, no s'ha pogut comprovar fins al pressupost d'explotació, on s'han comptabilitzat els ingressos i les despeses. Analitzant el pressupost d'explotació ha quedat demostrat que la viabilitat del projecte creix exponencialment. El primer any hi haurà 3.613,16 € de pèrdues, però de cara el segon any els guanys seran de 8.051,92 € (-IRPF). De cara al tercer any els beneficis seran de 18.203,24 € (-IRPF) i de cara al quart i cinquè any, un cop la subvenció de 15.000,00 € estigui completament retornada, els guanys podran superar perfectament els 25.000,00 € (-IRPF) anuals.

Al llarg del treball, ha quedat comprovat que la idea de negoci és molt econòmica, ja que es disposa d'un local propi on realitzar les sessions de fotos, el què permet estalviar-se el lloguer d'un estudi fotogràfic o d'un *coworking*. A més a més, al treballar com a autònom i no contractar serveis externs, més enllà de les col·laboracions amb models, els beneficis són exclusivament pel fotògraf. I, per últim, les imatges ja publicades a la plataforma s'acumulen, augmentant el nombre de descàrregues cada vegada que es publica una fotografia nova.

Per tant, un cop finalitzat el pla financer, a la conclusió de viabilitat que s'arriba és positiva, el que vol dir que portar a terme el projecte és factible. A dos anys vista els beneficis ja serien positius, i a quatre anys vista ja s'hauria recuperat la inversió inicial de capital. Això significa que els beneficis del cinquè any serien beneficis completament nets que s'emportaria el fotògraf per tota la feina realitzada.

## 6.- Bibliografia i Annexos

### 6.1.- Bibliografia:

Asociación Empresarial Química de Tarragona (AEQT). (2019). Informe público 2019. Tarragona, España: Autor.

Asociación Española de Anunciantes (AEA). (2019). *Observatorio de la publicidad en España 2019*. Barcelona: ESIC Editorial

Bell, J., Shields, N., Clegg, C., Beeston, G. (2008). *Rubberball: Survey Analysis and Recommendations* (Treball de màrqueting). Recuperat de <https://bit.ly/334Yjsh>

Codina, LI. (2011). Entender los bancos de imágenes. *El profesional de la información*, 20 (4), 417 - 423. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2011.jul.08>

Díaz Bourgeot, E. (2018). *Fotografía Publicitaria: el poder de la imagen*. Madrid: Grupo Anaya

González, R. (24 de Febrer de 2021). Autónomos: todas las bonificaciones activas desde la Seguridad Social en 2021. *El país Economía*. Recuperat de <https://bit.ly/3mD0cFv>

Instituto Nacional de Estadística. (2021, 28 de gener). *Encuesta de Población Activa (EPA): Cuarto trimestre de 2020* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de <https://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0420.pdf>

Instituto Nacional de Estadística. (2020, 16 de novembre). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares* [Comunicat de Premsa]. Recuperat de [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2020.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2020.pdf)

Navarro, I. (2012). *Análisis de Bancos de Imágenes: descripción y evaluación de Corbis, Getty Images, Age Fotostock y Shutterstock* (Treball de Fi de Grau). Recuperat de <https://bit.ly/2WVwTSi>

Observatorio Nacional de Tecnología y la Sociedad de la Información (ONTSI). (2021). *Informe anual del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en España 2020*. doi: 10.30923/SecTICCont2020

ONTSI. (2019). *Informe Anual del Sector TIC y de los Contenidos en España 2019*. doi: 10.30923/SecTICCont2019

Palacio, L. (2019). *Instagram como herramienta de publicidad para negocios* (Treball de fi de grau). Recuperat de <https://bit.ly/3tXBUJ9>

Pritchard, L. (2011). *Setting up a Successful Photography Business*. New York: Routledge (2020)

Redacción Emprendedores. (6 de octubre de 2020). Cómo capitalizar el paro y emplearlo para crear una empresa. *Emprendedores*. Recuperat de <https://bit.ly/3a3IQMU>

Ros Aguilera, D. (2013). *Aspectos legales de la fotografía*. Recuperat de <https://bit.ly/3tnQWHX>

## 6.2.- Webgrafia:

Adobe Stock. (2021). *Carlos David*. Recuperat de <https://adobe.ly/3taYayT>

Ajuntament de Barcelona. (2021). *Emprendimiento*. Recuperat de <https://bit.ly/3e1jReq>

Ajuntament de Barcelona. (2021). *Puntos info JOVE de Barcelona*. Recuperat de <https://bit.ly/2QeGioa>

Ajuntament de Barcelona. (2021). *Vols que t'ajudem?* Recuperat de <https://bit.ly/3t9NBMg>

Cámara de Comercio de España. (2021). *Programa de apoyo empresarial a las mujeres - PAEM*. Recuperat de <https://bit.ly/2RkvsNK>

David, C. (2021). *Carlos David*. Recuperat de <https://carlosdavid.org/inicio/>

Free Images. (2021). *Erdogan Egun*. Recuperat de <https://bit.ly/3g1PVBc>

Gencat. (2021). *Ajuts ASCA joves emprenedors*. Recuperat de <https://bit.ly/2T5cziS>

Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Resultados nacionales: Ocupados por grupo de edad, sexo y rama de actividad*. Recuperat de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4130>

Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Resultados nacionales: Ocupados por grupo de edad, sexo y rama de actividad*. Recuperat de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4130>

iStock by Getty Images. (2021) *Aleksandar Nakic*. Recuperat de <https://bit.ly/2OEwJQQ>

Kraken Images. (2021). *Find the perfect image for your next creative project*. Recuperat de <https://krakenimages.com/en/>

Marks, C. (2020). *Photographer and Filmmaker, Aleksander Nakic*. Recuperat de <https://bit.ly/2PJRkC0>

Nuñez Image. (2021). *Stock Photography*. Recuperat de <https://nunezimage.com/>

Nuñez, S. (22 de novembre de 2020). *Estas son las imágenes con las que más dinero he ganado en microstock [Vídeo]*. Recuperat de <https://bit.ly/3d9Zo7N>

Seguridad Social. (2018). *5 pasos para darse de alta como autónomo*. Recuperat de <https://bit.ly/3tW1YnH>

Shutterstock. (2021) *Eugenio Marongiu: Commercial Portrait and Lifestyle Photographer based in Milan*. Recuperat de <https://shutr.bz/2OHP7GE>

Torres V. (2014). *¿Qué es el microstock?* Recuperat de <https://bit.ly/3ull6pw>

### 6.3.- Annexos:

#### 6.3.1.- Entrevista Carlos Gawronski:

Professional d'arts i disseny amb experiència en fotografia, estilisme d'aliments, fotografia d'arxiu, fotografia digital i Adobe Photoshop. Actualment treballa com a col·laborador exclusiu en el banc d'imatges *Getty Images*. Entrevista: <https://we.tl/b-NYo1z8ihfs>

#### 6.3.2.- Drets d'imatge:

Cessió dels drets d'imatge per a la utilització de la imatge número 15 i número 16. Drets d'imatge: <https://shortest.link/kHu>

#### 6.3.3.- Taula comparativa PVP:

Taula comparativa del preu de venda de les plataformes distribuïdores en comparació al preu de venda de la pàgina web pròpia.

<b>Subscripció Mensual Sense Contracte</b>	10 imatges 49 € / mes (4,90 € per imatge)	10 imatges 35 € / mes (3,50 € per imatge)	10 imatges 49,99 € / mes (4,99 € per imatge)	30 imatges 29 € / mes (0,97 € per imatge)	No s'oferirà subscripció a l'usuari, ja que el client busca immediatesa en la compra, però els preus dels packs són escollits en funció dels preus de la subscripció.
	50 imatges 125 € / mes (2,50 € per imatge)	50 imatges 85 € / mes (1,70 € per imatge)	40 imatges 99,99 € / mes (2,49 € per imatge)	75 imatges 69 € / mes (0,92 € per imatge)	
	750 imatges 199 € / mes (0,27 € per imatge)	750 imatges 169 € / mes (0,23 € per imatge)	750 imatges 199,99 € / mes (0,27 € per imatge)	750 imatges 199 € / mes (0,27 € per imatge)	
<b>Subscripció Anual amb Facturació Mensual</b>	10 imatges 29 € / mes (2,90 € per imatge)	10 imatges 29 € / mes (2,90 € per imatge)	10 imatges 29,99 € / mes (2,99 € per imatge)	×	
	50 imatges 99 € / mes (1,98 € per imatge)	50 imatges 69 € / mes (1,38 € per imatge)	40 imatges 79,99 € / mes (1,99 € per imatge)	×	
	750 imatges 159 € / mes (0,21 € per imatge)	750 imatges 133 € / mes (0,18 € per imatge)	750 imatges 159,99 € / mes (0,21 € per imatge)	×	
<b>Packs</b>	×	×	×	3 imatges 36 € (12,00 € per imatge)	3 crèdits 12 € (4 € per imatge)
	5 imatges 49 € (9,80 € per imatge)	6 crèdits 45 € (7,50 € per imatge)	5 crèdits 39,95 € (7,99 € per imatge)	×	10 crèdits 25 € (2,5 € per imatge)
	25 imatges 179 € (7,16 € per imatge)	24 crèdits 160 € (6,66 € per imatge)	16 crèdits 121,45 € (7,59 € per imatge)	25 imatges 99 € (3,96 € per imatge)	25 crèdits 45 € (1,8 € per imatge)
	×	60 crèdits 380 € (6,33 € per imatge)	80 crèdits 499,99 € (6,24 € per imatge)	×	50 crèdits 60 € (1,2 € per imatge)
	×	150 crèdits 910 € (6,06 € per imatge)	150 crèdits 899,99 € (5,99 € per imatge)	100 imatges 299 € (2,99 € per imatge)	150 crèdits 90 € (0,60 € per imatge)

Taula 25: Taula comparativa del preu de venda de les plataformes distribuïdores i de la pàgina web pròpia.

### 6.3.4.- Pressupost Helvetia Sector Seguros:

Pressupost d'una assegurança per l'estudi i per l'equipament fotogràfic que estarà guardat a l'estudi. Pressupost complet: <https://shortest.link/IIM>

Usuario: B86450038C  
 Agente: D6282566  
 Agente:  
 Cod. Oferta: KXX00000447598



**Producto:** HELVETIA SECTOR SERVICIOS  
**Proyecto:** 30/04/2021, CORR. SEG SOLIDARIA LOW COST SPAIN SLU (COL3)

<b>Duración:</b>	Anual Renovable	<b>Forma de pago:</b>	Anual
<b>Coste del seguro:</b>	198,24 €		
<b>En caso de fraccionamiento de pago, el Consorcio y la Dirección General del Seguro van incluidos en el primer recibo de la anualidad.</b>			

#### Garantías contratadas

GARANTÍAS CONTRATADAS <i>RIESGOS BÁSICOS</i>	SUMAS ASEGURADAS		
	Continente	Contenido	Franquicias
<b>Incendio y complementarios</b>			
Incendio	100%	100%	
Explosión-Autoexplosión-Implsión	100%	100%	
Daños por Humo	100%	100%	
Derrame o escape accidental instalaciones automáticas de extinción de incendios	100%	100%	
<b>Fenómenos atmosféricos</b>			
Caída de Rayo	100%	100%	
Viento-Pedrisco-Nieve	100%	100%	
<b>Daños por agua</b>			
Lluvia	100%	100%	
Inundación	100%	100%	
Daños materiales por agua	100%	100%	
-Gastos búsqueda-localización	100%	100%	
-Gastos reparación y/o sustitución	100%	100%	
<b>Otros daños y prestaciones</b>			
Actos vandálicos o malintencionados	100%	100%	
Acciones tumultuarias y huelgas	100%	100%	
Choque o impacto de vehículos	100%	100%	
Caída de aeronaves o aeronaves	100%	100%	
Ondas sónicas	100%	100%	
<b>Daños a cerraduras del local</b>	100%		
<b>Reconstrucción de Arbolados y Jardines (Límite 5% 1.500 euros max. )</b>	5%		
<b>Daños Eléctricos instalaciones fijas del edificio</b>	1.000 Euros		
<b>Gastos</b>			
Gastos Extinción - Salvamento	100%	100%	
Gastos Demolición - Desescombro	100%	100%	
Transporte de bienes siniestrados	100%	100%	
Menoscabo de los bienes salvados	100%	100%	
Reconstrucción Documentos	100%	100%	
Desbarre y extracción de lodos	100%	100%	

ESTE ESTUDIO ES INFORMATIVO Y NO COMPROMETE AL SOLICITANTE, NI A LA ASEGURADORA A REALIZAR EL SEGURO. SI DESEA CONTRATAR LA PÓLIZA, CONSULTE LAS CONDICIONES GENERALES Y FORMALICE LA SOLICITUD. EL PRECIO ESTA SUJETO A LAS VARIACIONES DE LA TARIFA DEL ASEGURADOR Y SE BASA EN LA EXACTITUD DE LOS DATOS DECLARADOS.

Página  
2 de 5

Imatge 19: Pressupost Helvetia Sector Seguros

### 6.3.5.- Pressupost registre de marca:

Pressupost per obtenir el títol de marca registrada d'un conjunt de paraules que s'identifiquen amb un servei.

The screenshot shows the 'singular TM' website interface. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, SINGULAR TM, SERVICIOS, TARIFAS, FAQ'S, BLOG, and ÁREA DE CLIENTE. Below this is a dark blue header with 'Carrito' on the left and 'Singular TM / Carrito' on the right. A notification bar indicates that a 'Solicitud de registro de Marca Unión Europea' has been added to the cart. The main content area displays a table with the following details:

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
<p>Solicitud de registro de Marca Unión Europea</p> <p>Denominación de la marca: Mariona Llibrer</p> <p>Tipo de marca: Denominativa</p> <p>Clases de Niza: Clase 16, Clase 42</p> <p>Productos: : Fotografías, 420144: diseño de artes gráficas,</p> <p>¿No encuentras tu producto o servicio en nuestro buscador? Escríbelo aquí: Creación de contenido audiovisual, contenido audiovisual, vídeos</p> <p>Tipo de titular: Persona física</p> <p>Nombre y apellidos del solicitante: Mariona Llibrer Ribas</p> <p>Nacionalidad: Española</p> <p>Domicilio: Comte Borrell, 167, 5º 4ª</p> <p>Código Postal: 08015</p> <p>Localidad: Barcelona</p> <p>País: España</p>	193,60€	1	193,60€ (con IVA)

At the bottom right of the cart area is a button labeled 'ACTUALIZAR CARRITO'. Below the cart table is a summary section titled 'Total del carrito' with the following breakdown:

SUBTOTAL	193,60€ (con IVA)
TASA	900,00€
TOTAL	1.093,60€ (incluye 33,60€ IVA estimado para España)

At the bottom right of the page is a button labeled 'FINALIZAR COMPRA'.

Imatge 20: Pressupost registre de marca

**6.3.6.- Citació de les fotografies de la portada:**



*Imatge 21: Fotografia d'Eugenio Marongiu 3*



*Imatge 22: Fotografia d'Eugenio Marongiu 4*