

Treball de Fi de Grau

Títol

«No Preguntis»: Estudi de la viabilitat d'un pòdcast transmèdia

Autoria

Asier Chaves Martínez i Marta Pareja Álvarez

Professorat tutor

Anna Garnatxe Masmitjà

Grau

Comunicació Audiovisual	☐
Periodisme	☒
Publicitat i Relacions Públiques	☐
Comunicació Interactiva	☐
Comunicació de les Organitzacions	☐

Tipus de TFG

Projecte	☒
Recerca	☐

Data

Del 3 al 7 de juny de 2024	☒
26 de juliol de 2024	☐

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	«No Preguntis»: Estudi de la viabilitat d'un pòdcast transmèdia			
Castellà:	«No Preguntis»: Estudio de la viabilidad de un podcast transmedia			
Anglès:	«No Preguntis»: Study of a transmedia podcast's viability			
Autoria:	Asier Chaves Martínez i Marta Pareja Álvarez			
Professorat tutor:	Anna Garnatxe Masmitjà			
Curs:	2023/24	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Pòdcast, entrevista, estudi de mercat, entreteniment, viabilitat empresarial, transmèdia, pla d'empresa
Castellà:	Podcast, entrevista, estudio de mercado, entretenimiento, viabilidad empresarial, transmedia, plan de empresa
Anglès:	Podcast, interview, market study, entertainment, business viability, transmedia, business plan

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

Català:	El mercat del pòdcast a Espanya ha experimentat un notable creixement en els darrers anys. Per això, en el nostre Treball de Fi de Grau hem decidit investigar la viabilitat empresarial d'un pòdcast transmèdia d'entrevistes anomenat No Preguntis. Aquest pòdcast té com a objectiu oferir una visió diferent dels convidats, amb un to distès i informal, combinant el format tradicional amb dinàmiques de joc. A través d'aquest projecte, analitzarem la demanda del mercat, les estratègies de màrqueting necessàries i la viabilitat econòmica de No Preguntis en el context actual.
Castellà:	El mercado del pòdcast en España ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Por ello, en nuestro Trabajo de Fin de Grado hemos decidido investigar la viabilidad empresarial de un pòdcast transmedia de entrevistas llamado No Preguntis. Este pòdcast tiene como objetivo ofrecer una visión diferente de los invitados, con un tono distendido e informal, combinando el formato tradicional con dinámicas de juego. A través de este proyecto, analizaremos la demanda del mercado, las estrategias de marketing necesarias y la viabilidad económica de No Preguntis en el contexto actual.
Anglès:	In the last few years, the podcast market in Spain has experienced a remarkable growth. For this reason, in our Final Degree Project we decided to investigate the business viability of a transmedia interview podcast called No Preguntis. This podcast aims to offer a different view of the guests, with a relaxed and informal tone, combining the traditional format with game dynamics. Through this project, we will analyse the market demand, the necessary marketing strategies and the economic viability of No Preguntis in the current context.



NO PREGUNTIS

Estudi de la viabilitat d'un pòdcast transmèdia

Asier Chaves Martínez
Marta Pareja Álvarez

AGRAÏMENTS

Al Marc, al Figue i al Yeray, per ajudar-nos a engegar aquest projecte que va començar fa dos anys.

A les nostres mares, per donar-nos suport constantment i aguantar-nos quan ni nosaltres mateixes ho fem.

Als nostres pares, per ser els nostres fans número 1 i escoltar-se cada episodi de principi a fi.

A la nostra tutora, l'Anna Garnatxe, per acceptar aquest treball i ajudar-nos a fer-lo possible.

Al Marc Espín i l'Aida Martori, per donar-nos la idea de fer un treball d'aquest tipus.

Al Raül Giró, per donar llum verda al No Preguntis i acceptar els nostres deliris.

I a tothom que ha confiat en nosaltres.

Mil gràcies, perquè sense totes vosaltres aquest treball no hagués existit mai.

Asier i Marta

TAULA DE CONTINGUTS

Resum executiu	3
Anàlisi del mercat objectiu	4
Consumidors	5
Mercat del pòdcast a Espanya	5
Plataformes	6
Perfil de l'audiència del pòdcast a Espanya	7
Hàbits de consum	8
Mercat del pòdcast a Catalunya	9
Perfil de l'audiència del pòdcast a Catalunya	10
Hàbits d'escolta a Catalunya	11
Anunciants	11
Competència	13
Competència directa	13
The Wild Project	14
La Pija y la Quinqui	15
Estirando el chicle	15
Poco se habla!	16
Competència indirecta	17
Proveïdors i intermediaris	20
Equipament tècnic:	21
Plataforma d'allotjament:	22
Altres components del mercat	23
Estacionalitat	23
Períodes anuals	23
Períodes mensuals	24
Períodes setmanals	25
Franges horàries	25
Intervencions administratives	26
Pla de màrqueting	29
DAFO: debilitats, amenaces, fortaleeses i oportunitats	30
Selecció del públic objectiu	31
Audiència	31

Anunciants _____	32
Estratègies de màrqueting _____	33
Producte _____	33
<i>Escaleta tipus</i> _____	36
<i>Episodis realitzats</i> _____	37
<i>Imatge i paleta de colors</i> _____	38
Preu _____	38
Distribució _____	40
Comunicació _____	41
<i>Campanya de llançament</i> _____	43
<i>Comunicació anual o comunicació Always-on</i> _____	44
Definició dels objectius comercials _____	46
Audiència _____	46
Ingressos _____	49
Pla de producció _____	52
Cicle productiu _____	53
Resum de recursos i costos de producció _____	54
Espai de treball _____	54
Inversions de capital fix _____	54
Costos de capital fix _____	55
Costos d'aprovisionament (capital circulant) _____	56
Costos de personal _____	56
Altres costos de producció _____	57
Serveis externs _____	57
Costos de comercialització _____	58
Costos generals d'administració _____	58
Organigrama _____	59
Pla financer _____	61
Pressupost de capital _____	62
Pressupost d'explotació _____	63
Bibliografia _____	65
Annex _____	68
Entrevista a Gema Jiménez _____	69

RESUM EXECUTIU

No Preguntis és un pòdcast innovador que ofereix entrevistes disteses i entretingudes amb figures destacades en diversos àmbits. El seu enfocament únic i la seva capacitat per atreure una audiència jove el converteixen en una proposta atractiva tant per a inversors com per a anunciants.

Es tracta d'un pòdcast d'entrevistes setmanal que presenta converses informals amb personalitats rellevants en àrees com el cinema, la música, l'esport i les xarxes socials. Cada episodi, amb una durada aproximada d'una hora, ofereix una exploració completa de la vida de l'entrevistat, combinada amb dinàmiques de joc que mantenen els oients compromesos i interessats.

Amb una estimació de més de trenta-quatre mil oients potencials per episodi per al final de la primera temporada i un creixement projectat a gairebé cent quaranta mil en cinc anys, el *No Preguntis* es troba en un mercat en creixement. Tot i competir amb pòdcasts com *The Wild Project*, *La Pija y la Quinqui*, *Estirando el Chicle* o *Poco se habla*, es diferencia per la seva atmosfera relaxada, el seu format entretingut amb jocs i la seva capacitat per fidelitzar l'audiència.

Amb un benefici de 8.676,03 € al llarg dels dos primers anys naturals d'activitat, el *No Preguntis* preveu assolir un resultat ordinari d'explotació 36.759,66 € al final del segon any. A més, s'espera generar un total de 80.577,87 € d'ingressos publicitaris i 22.112,15 € en subscripcions durant la primera temporada, amb una previsió de fins a 492.754,29 € d'ingressos durant la cinquena temporada.

Cal tenir en compte que el projecte del *No Preguntis* ja existeix i la idea d'aquest treball és professionalitzar-lo i establir-lo com un pòdcast periòdic. Amb una estructura més sòlida i una planificació rigorosa, es preveu augmentar la seva qualitat i abast, convertint-lo en una referència dins del mercat de pòdcasts.

És per això que el *No Preguntis* representa una oportunitat emocionant, amb un enfocament únic i atractiu, una audiència potencial significativa i projeccions financeres sòlides. Aquest pòdcast ofereix una plataforma ideal per promocionar els seus productes i serveis per a inversors i anunciants interessats.

Anàlisi del mercat objectiu

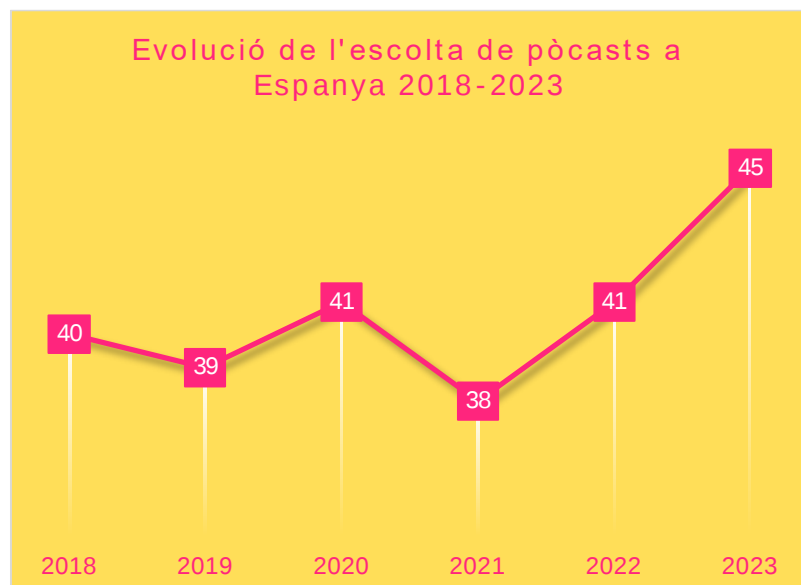
Consumidors

Mercat del pòdcast a Espanya

El mercat del pòdcast a Espanya ha experimentat un notable creixement en els darrers anys. D'acord amb la cap de continguts de Podimo, Idoia Cantolla (2022), aquest és un mercat relativament nou, ja que no es coneix exactament com ni quan va sorgir. Tot i això, podem identificar un punt d'inflexió cap a l'any 2019, quan les plataformes de *streaming* ja estaven consolidades i ja havia sorgit el model de subscripció, impulsat inicialment per Spotify. A més a més, aquest període coincideix amb la revolució tecnològica, on els telèfons intel·ligents ja havien aparegut, el contingut de qualitat es produïa cada vegada més, i tot era més immediat i accessible a un preu més raonable.

Va ser, doncs, l'any 2016, coincidint amb el llançament per PRISA Radio de Podium Podcast, quan el concepte de pòdcast va arrelar-se de forma definitiva i va considerar-se una realitat a (Moreno Cazalla, 2017; Sellas & Solà, 2019).

Actualment, el pòdcast es pot considerar un fenomen global, ja que aquest format compta amb aproximadament mil milions d'usuaris a escala mundial. Segons les estimacions de Cantolla, és probable que els ingressos d'aquest format es multipliquin per quatre en menys de deu anys.



Gràfic 1. Evolució de l'escolta de pòdcast a Espanya 2018-2023. Dades en percentatges (%). Elaboració pròpia amb dades del Digital News Report España 2023.

Tal com afirma el *Digital News Report España 2023* (Amoedo-Casais et al., 2023), el nostre país lidera l'escolta de pòdcast a Europa amb un 45%, superant en nou punts la mitjana dels vint-i-quatre països analitzats en l'àmbit mundial (36%). A escala global, Espanya ocupa la tercera posició en l'audició de pòdcast, només superada pel Brasil

(57%) i la República de Corea (49%). Això vol dir que, avui dia, més de vint-i-un milions d'usuaris únics, l'equivalent al 45% de la població espanyola, consumeixen mensualment pòdcasts (GfK DAM, 2023).

Encara que actualment sigui una tendència popular, això no ha estat sempre així. Actualment, el 2023, s'ha posicionat com el tercer format d'àudio digital més escoltat (passant de la quarta a la tercera posició), per darrere de la música i la ràdio digital en directe (IAB Spain & Elogia, 2023).

Plataformes

El creixement d'aquest format es deu, en gran part, a l'auge que han experimentat les plataformes de *streaming*. Encapçalant la llista trobem Spotify, que registra prop de setze milions d'usuaris únics que consumeixen tant pòdcasts com música en línia, segons un estudi de GfK DAM (2023). D'altra banda, les dades del *Digital News Report* (Amoedo-Casais et al., 2023) indiquen que el 30% dels consumidors de pòdcasts ho fan a través d'aquesta plataforma. A més a més, l'audiència de Spotify ha crescut quinze punts en comparació amb la del 2021 (55%).

YouTube Music segueix a Spotify amb gairebé quatre milions d'usuaris, representant el 29% dels consumidors de pòdcasts. Tot i que YouTube Music va guanyar rellevància per la seva capacitat de transmetre simultàniament àudio i vídeo, la tendència creixent de moltes plataformes que ofereixen aquesta funcionalitat ha conduït a una disminució de l'audiència de YouTube durant l'últim any, a diferència del que ha passat amb Spotify (Amoedo-Casais et al., 2023).

En la tercera posició es troba iVoox, amb aproximadament tres milions d'usuaris, representant el 16% de l'audiència en la selecció de plataformes per escoltar pòdcasts. Igual que YouTube, iVoox mostra una tendència a la baixa (Amoedo-Casais et al., 2023).

A aquestes plataformes els segueixen Google Podcasts (13%), Audible (9%), Podimo (7%) o Apple Podcasts (6%), tenint en compte que són plataformes on només s'escolten pòdcasts (Amoedo-Casais et al., 2023).

Perfil de l'audiència del pòdcast a Espanya

Segons les dades recollides per l'observatori d'iVoox en l'estudi sobre l'estat de consum del pòdcast en espanyol del 2023, el perfil dels oients d'aquest format a Espanya presenta poca variació en funció del gènere, tot i que es registra un major interès per part del públic masculí (55%) en comparació amb el públic femení (45%). Pel que fa a l'edat, es destaca un públic bastant diversificat, amb edats compreses entre els 18 i els 65 anys, tot i que la franja més interessada se situa entre els 45 i els 55 anys (Observatorio iVoox, 2023).

L'oient de pòdcast a Espanya es caracteritza per una diversitat geogràfica i demogràfica notable. Quant a la localització, la Comunitat de Madrid lidera la classificació amb un 18,74%, seguida d'Andalusia (15,46%), Catalunya (15,42%), i la Comunitat Valenciana (11,33%) (Observatorio iVoox, 2023).

Pel que fa al nivell educatiu, es destaca un públic amb un alt grau de formació, ja que el 40,21% ha realitzat estudis universitaris. Les altres categories inclouen estudis preuniversitaris (24,97%), màster, especialització o doctorat (20,68%), ESO (11,08%), primària (2,43%), i només un petit percentatge sense estudis (0,63%). Aquestes dades demostren un perfil d'oient amb un alt nivell educatiu (Observatorio iVoox, 2023).

Quant a la situació laboral, l'oient de pòdcast predominantment és ocupat (82,49%), reflectint una audiència activa professionalment. Altres categories inclouen jubilats (6,15%), sense ocupació (4,81%), estudiants (3,91%), i aquells que es dediquen a tasques de la llar (2,63%) (Observatorio iVoox, 2023).

Tot i que el 62,28% dels espanyols consumeixen pòdcasts, és rellevant aclarir que una gran majoria, el 94,55%, actualment no posseeix un pòdcast propi. Això reflecteix una audiència principalment dedicada a la seva escolta.

Respecte a les perspectives futures, tot i que una part significativa, el 23,31%, expressa interès a començar un pòdcast, la majoria, el 76,69%, en l'actualitat, no té aquesta intenció. Aquesta dinàmica subratlla que, tot i l'entusiasme per consumir contingut, la creació de pòdcast no és una aspiració generalitzada per a la major part de l'audiència del nostre país.

Per tant, si considerem les dades reals, dels 48.592.909 residents a Espanya, 23.807.546 són homes i 24.785.363 dones (INE- Instituto Nacional de Estadística, s.d.). Segons les dades de Datosmacro.com (Datosmacro.com, 2023) el 66,33% de la població té entre 15 i 64 anys, és a dir, 32.231.677 de persones que podrien consumir el nostre pòdcast.

Hàbits de consum

Els hàbits d'escolta de pòdcast a Espanya reflecteixen una audiència cada vegada més àmplia i més compromesa amb aquest format emergent. Quant al moment d'inici de l'escolta, s'observa que una gran part dels oients, el 63,20%, ha estat immers en els pòdcasts durant més de tres anys, indicant una fidelitat consolidada. Per contra, un petit, però rellevant, percentatge, l'1,32%, ha descobert aquesta forma de contingut durant el mes d'agost de 2023 (Observatorio iVoox, 2023).

Pel que fa a la dedicació temporal, un 31,15% del públic destina entre una i tres hores setmanals a l'escolta de pòdcasts, mentre que el 20,67% hi inverteix més de nou hores setmanals (Observatorio iVoox, 2023).

La freqüència d'escolta denota una integració profunda dels pòdcasts en la rutina quotidiana del 48,01% dels oients, que els escolten de manera diària. Només un 2,91% opta per una escolta mensual, indicant que la majoria experimenta aquesta pràctica com una part essencial de la seva vida. Tot i això, aquells que no consumeixen pòdcast tan sovint, el 55,25%, afirmen que la raó principal és la manca de temps, mentre que un 25,43% afirma no trobar contingut que els interessi (Observatorio iVoox, 2023).

Quant a la durada dels pòdcasts, la preferència varia. El 34,06% opta per episodis d'entre trenta minuts i una hora, mentre que el 22,43% manifesta que la durada no és un factor decisiu en la seva elecció (Observatorio iVoox, 2023).

Els moments d'escolta revelen preferències diverses: en primer lloc, trobem que, amb el 54,46% i el 58,02%, els oients prefereixen consumir els pòdcasts durant les primeres hores del matí i la nit, respectivament. A més, s'observa que la gent aprofita aquests continguts mentre duu a terme tasques de la llar (50,25%), abans de dormir (40,42%) i durant els moments de descans (38,53%). També és important destacar que els

espanyols consumeixen pòdcasts mentre es desplacen: el 37,47% ho fan mentre condueixen i el 22,64% al transport públic. Aquesta tendència posa de manifest que els hàbits de consum de pòdcasts s'assemblen molt als de la ràdio convencional (Observatorio iVoox, 2023).

El dia de la setmana preferit per escoltar és clarament el divendres, amb un impressionant 75,48%, seguit d'altres dies laborables amb altes taxes, com dimarts di(74,21%) i dimecres (73,06%). L'escolta decreix significativament durant els caps de setmana (Observatorio iVoox, 2023).

Pel que fa a les temàtiques més escoltades, destaquen el misteri i altres realitats (15,20%), la història i les humanitats (14,16%), i l'humor i entreteniment (9,19%) com a preferits de l'audiència espanyola (Observatorio iVoox, 2023).

Respecte a les preferències pel format dels pòdcasts, el 68,41% prefereix consumir només àudio, mentre que un 29,97% no té preferències específiques i un reduït 1,62% opta només pel format de vídeo (Observatorio iVoox, 2023).

Finalment, és important destacar que gairebé el 60% dels oients de pòdcast en espanyol estaria disposat a pagar per consumir aquest format (Observatorio iVoox, 2023).

Aquesta combinació de dades suggereix que els espanyols no només estan adoptant els pòdcasts, sinó que també configuren les seves pròpies pautes d'escolta, adaptant-se a les preferències personals i integrant aquesta forma de consum de contingut de manera significativa en les seves rutines diàries.

Mercat del pòdcast a Catalunya

El mercat del pòdcast a Catalunya es caracteritza per una notable prevalença de la radiodifusió analògica, amb la major part de l'audiència sintonitzant a través de les freqüències de l'FM, un 49,7% segons dades publicades a l'Informe de la comunicació a Catalunya 2021-2022 (Institut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB), 2023). Això vol dir que, d'acord amb els resultats de la tercera onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM) de l'any 2022, el 58,3% de la població de catorze anys o més a Catalunya escolta la ràdio, una dada que mostra una tendència descendent des de l'any 2018, quan la penetració era del 61% (AVANTE, 2022).

Sembla que en els últims anys, la modalitat de ràdio a la carta s'ha integrat dins del concepte de podcàsting, i aquest mètode de distribució, juntament amb la retransmissió en directe del contingut en línia, contribueix en certa manera a compensar la disminució de l'audició de la radiodifusió en FM. És per això que podem afirmar que la ràdio a través d'internet té avui dia una presència significativa, comprenent el 20,2% de l'audiència total. Malgrat l'increment en el consum del fenomen pòdcast, la seva adopció encara es manté relativament baixa, amb només un 5,1% de penetració (Institut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB), 2023).

A Catalunya, amb l'evolució que estem vivint, es constata un increment de l'audiència dels pòdcasts. És per això que podem observar que l'àudio en línia ha experimentat un gran creixement, segons l'últim informe de l'*Estudi General de Mitjans (EGM)* a Catalunya, aconseguint una penetració del 54,9% (tot i patir un petit descens respecte a l'anterior onada, que era del 46,8% l'any 2023). En canvi, la ràdio convencional, en aquest període acumulat, s'ha situat per sota de l'àudio en línia i ha perdut una mica de penetració, registrant un 54,2% (comparat amb el 55,8% el 2023) (AVANTE, 2024).

Canal	2019	2020	2021	2022
Streaming	4,5	5,1	7	7,4
Pòdcast	1,5	2,2	3	5,1
Ràdio per internet	5,8	7	9,5	11,8

Taula 1. Evolució de la penetració de la ràdio digital a Catalunya per canal. Elaboració pròpia a partir de dades de l'EGM.

Perfil de l'audiència del pòdcast a Catalunya

Segons una enquesta realitzada per l'Institut d'Estadística de Catalunya l'any 2023, el 70,6% dels homes a Catalunya escolten la ràdio, davant el 61,9% de les dones (Idescat, s.d.). Pel que fa a la penetració de la ràdio segons les edats, segons les dades de l'*Estudi General de Mitjans (EGM)* de l'any 2023 la franja amb el percentatge més elevat correspon als individus amb edats compreses entre els 45 i els 64 anys, amb un 38,5%, mentre que la més baixa era la de menys de 25 anys, amb un 11,5% (Associació Catalana de Ràdio, 2024).

Hàbits d'escolta a Catalunya

Segons l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, a finals de 2022, Spotify representava el 16,4% de la seva audiència a través d'internet, en comparació amb només un 3,5% que representava dos anys enrere. D'altra banda, Apple Podcasts també ha experimentat un notable creixement en el nombre de reproduccions d'àudio, arribant a un 13,5% i sent la segona plataforma més utilitzada pel consum de pòdcast (Institut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB), 2023).

Anunciants

A partir de les dades sobre el consum de pòdcast a Espanya, no resulta sorprenent que els anunciant considerin aquest format una plataforma atractiva per promoure els seus productes. Segons les dades d'iVoox (2023), prop del 60% dels oients manifesten la seva disposició a escoltar publicitat en aquest mitjà, destacant que paren el doble d'atenció a aquest format en comparació amb altres tradicionals com podria ser la televisió o la ràdio, segons l'enquesta anual a oients diaris de pòdcast d'Acast, citada per Morales (2023). A més, afirmen que troben més fàcil recordar el nom dels anunciant mitjançant els pòdcasts. Aquest fenomen s'explica pel fet que, com indica la periodista Andrea Cubas (2023), els anuncis no es perceben com a interrupcions, sinó com a suggeriments relacionats amb un tema específic. Això contribueix que l'audiència es mostri més receptiva a aquest contingut publicitari.

Aquesta tendència no només presenta avantatges evidents, com la possibilitat de crear vincles emocionals més forts amb l'audiència, sinó que també permet als anunciant apropar-se a segments específics d'usuaris. Aprofitant la capacitat dels pòdcasts per arribar a una audiència segmentada, els anunciant poden connectar amb el seu públic objectiu amb més precisió.

En aquest sentit, la publicitat en pòdcasts emergeix com una estratègia efectiva, i aquesta percepció es tradueix en projeccions d'un increment del 27,5% en la inversió publicitària en aquest format per aquest any (iVoox, 2023). Aquesta tendència confirma la creixent confiança en la capacitat d'aquest mitjà per a la promoció de productes i serveis.

Segons les dades de l'*Estudi InfoAdex de la Inversió Publicitària a Espanya 2023* (InfoAdex, 2023), els anunciants dins del sector de l'àudio digital es troben en la novena posició entre els mitjans estimats, amb una inversió de 75 milions d'euros, representant l'1,2% del total de la inversió publicitària. Aquesta xifra mostra un augment del 21,4% respecte als 61,8 milions d'euros invertits el 2021. És important assenyalar que aquest sector va experimentar un creixement significatiu des del 2020, quan la inversió era de 38 milions d'euros.

D'altra banda, el *branded content* se situa en la quarta posició dels mitjans estimats pel seu volum sobre el total, representant el 7% de la inversió. La inversió en *Branded content* ha augmentat un 8,9% des de l'any 2021, passant de 416,7 milions d'euros a 453,7 milions d'euros el 2022. Això suposa un increment considerable en comparació amb els 363,7 milions d'euros invertits el 2020 en aquest sector (InfoAdex, 2023).

Aquestes dades són destacables si tenim en compte la inversió que reben els mitjans tradicionals com ara la ràdio i la televisió. La televisió es manté com el segon mitjà amb més ingressos en termes de volum de negoci, tot i que la seva participació ha disminuït al 30,4% del total de mitjans controlats, baixant 2,4 punts respecte a l'any anterior. La inversió en televisió ha experimentat una baixada del 3,3% durant el 2022, amb una xifra de 1.731,8 milions d'euros comparada amb els 1.791,7 milions de l'any anterior (InfoAdex, 2023).

Pel que fa a la ràdio, ocupa el tercer lloc en termes de volum d'inversió, amb 447,2 milions d'euros invertits el 2022, un creixement del 7,7% respecte als 415,4 milions de l'any anterior. La ràdio representa el 7,9% de la inversió total en mitjans controlats, augmentant lleugerament des del 7,6% registrat el 2021 (InfoAdex, 2023).

A més, mentre que mitjans com la televisió experimenten baixades, la inversió publicitària als pòdcasts a Espanya presenta perspectives prometedores. Segons les projeccions de l'agència Dentsu (DIRCOMFIDENCIAL, 2023), el mercat mundial dels anuncis d'àudio experimentarà un creixement mundial del 2% aquest any, superant els 36.000 milions de dòlars.

A Espanya, aquesta agència preveu un increment de la inversió publicitària que arribarà als 6,2 mil milions el 2023, amb un creixement del 0,7% respecte al 2022, i que assolirà els 6,4 mil milions el 2025. Un 85% dels professionals de comunicació i publicitat a aquest país continuen planificant l'àudio digital en les seves estratègies, segons *l'Estudio de Audio Digital* (IAB Spain & Elogia, 2023), amb una previsió positiva per a aquest any: gairebé nou de cada deu professionals creuen que la inversió en àudio digital augmentarà. Això és deu que, segons el mateix estudi, dos de cada tres oients recorden haver escoltat publicitat mentre consumien pòdcasts.

Per sectors, els serveis financers i assegurances; la telefonia, tecnologia i telecomunicació; viatges, transport i turisme; entreteniment, cultura i mitjans; i alimentació i begudes són els que lideren la inversió publicitària.

Competència

Competència directa

Abans de passar a analitzar l'oferta, cal definir què considerem competència directa i què competència indirecta. Per una banda, en el context d'un pòdcast com el nostre, consistent en la realització d'entrevistes acompanyat de diferents jocs, ens referirem com a competència directa per definir aquells pòdcasts que tenen un format similar i que es dirigeixen al mateix públic objectiu que el *No Preguntis*. Aquests productes competeixen per l'atenció i la fidelitat dels oients, oferint contingut similar per a satisfer les mateixes necessitats.

D'altra banda, quan parlem de competència indirecta estem definint aquelles empreses o mitjans que, tot i oferir productes diferents, aconsegueixen satisfer necessitats similars que el nostre pòdcast. En aquest sentit, la competència indirecta podria incloure qualsevol mitjà que proporcioni entreteniment o informació que podria atraure l'atenció del nostre públic objectiu, però això comportaria un ventall d'opcions pràcticament inabastable. És per això que ens centrarem en aquells pòdcasts més escoltats a Espanya que, amb un format diferent, tenen un públic objectiu similar al nostre, així com en aquells que, sense ser pòdcasts, tenen un format similar.

D'aquesta manera, podem definir com a competència directa els següents pòdcasts, que són aquells amb més audiència en l'àmbit espanyol:

The Wild Project

The Wild Project, amb més de cinc milions de subscriptors al seu canal de YouTube, és un dels pòdcasts més escoltats a Espanya (Martínez, 2024), amb alguns dels seus episodis que han superat el milió de visualitzacions a YouTube. Presentat per Jordi Wild, un conegut creador de contingut, es publica cada dimarts i dijous i tracta temes molt variats amb personatges diversos de tota mena. En aquest sentit, Wild passa més de dues hores entrevistant al convidat, que acostuma a ser un personatge conegut el panorama espanyol. L'estructura dels episodis inclou una introducció i la resta és una entrevista. Al final, el convidat signa un pòster.

Jordi Wild, com a creador i presentador principal del pòdcast, podria operar com a autònom en termes de la seva participació directa al programa. No obstant això, és probable que hi hagi una empresa darrere que s'encarregui de la producció, distribució i comercialització del pòdcast. L'estructura empresarial darrere del pòdcast podria incloure un equip de producció format per productors, editors d'àudio i vídeo, especialistes en màrqueting i altres rols necessaris per dur a terme la producció del pòdcast.

El pòdcast té presència a altres plataformes a part de YouTube i Spotify, incloent-hi Instagram i TikTok, on el presentador promociona el seu producte. Ho fa mitjançant clips d'aproximadament un minut de duració sobre les entrevistes. També s'emet a Amazon Music, IVoox i Apple Podcast.

El pòdcast disposa de marxandatge exclusiu que es pot trobar al web The Wild Store. Allà podem trobar samarretes, gorres, dessuadores, jaquetes, tasses, barrets, tote bags i mitjons.

Tot i que a YouTube, durant el pòdcast, no s'observa cap mena de publicitat, a Spotify apareix un anunci de Fanta i un de Jeep només començar l'episodi.

La Pija y la Quinqui

Presentat per Carlos Peguer y Mariang Maturana, aquest pòdcast s'emet cada diumenge a Spotify i es caracteritza per tenir un format de tertúlia on sovint es conviden a figures rellevants de l'actualitat espanyola. Cada episodi tracta temes diferents, depenent de l'entrevistat que portin, amb una duració d'una hora aproximadament. A més de estar disponible a Spotify, es transmet també a YouTube en format de vídeo-pòdcast.

L'estructura de cada programa és similar: una breu introducció dels dos presentadors, presentació del convidat i una xerrada informal a manera d'entrevista.

La Pija y la Quinqui és un dels pòdcasts més escoltats a Espanya amb gairebé cent cinquanta mil subscriptors a YouTube. A més de YouTube, aquest pòdcast té presència activa a Instagram i TikTok, on comparteixen clips de les entrevistes per promocionar els episodis. També s'emet a Amazon Music, IVoox i Apple Podcast.

A partir de la tercera temporada, Zalando es va convertir en el patrocinador oficial del pòdcast. Malgrat que Mariang i Carlos són els presentadors oficials del programa, disposen d'un equip que s'encarrega de la producció, comercialització i distribució del pòdcast, com han fet saber ells mateixos durant diversos episodis.

No disposen de marxandatge relacionat amb el programa.

Estirando el chicle

Presentat per Carolina Iglesias i Victoria Martín, es transmet els divendres per Podium Podcast i en vídeo per Podimo. El seu contingut és variat i inclou temes com l'humor, la comèdia i les entrevistes amb les convidades de cada episodi d'una hora de duració aproximadament.

Estirando el Chicle és una coproducció de Living Producciones amb Podium Podcast, que forma part de PRISA. L'equip del pòdcast inclou a Carolina i Victoria, les dues presentadores, a més d'un equip de producció que inclou membres tant de Living Producciones com de Podium Podcast, a més de tècnics de so i vídeo entre altres. No tenim detalls sobre la quantitat de treballadors ni la mida de l'empresa que opera darrere del pòdcast.

La producció del pòdcast es planifica amb antelació, amb una llista de persones desitjades per a les entrevistes. El temps necessari per a produir un episodi pot variar, depenent de la disponibilitat dels convidats i altres factors. La selecció dels temes dels episodis es fa de manera col·lectiva, discutint les propostes de convidats i temes. La producció segueix una estructura predefinida per a cada episodi: una introducció de les presentadores, presenten a la convidada, l'entrevista, li demanen les calces i al final canten una cançó.

A més d'emetre's a Youtube, Podium Podcast i Spotify, també tenen presència a Instagram i TikTok, seguint la mateixa estratègia de promoció que els pòdcasts esmentats anteriorment: clips amb fragments de les entrevistes. També s'emet a Amazon Music, IVoox i Apple Podcast.

El pòdcast compta amb més de dos-cents quaranta mil subscriptors a Youtube i, segons dades de RTVE, l'any 2023 comptaven amb un total d'un milió tres-cents cinquanta mil oients únics cada mes (RTVE.es, 2023).

Kaiku Caffé Latte és el patrocinador oficial del pòdcast i, a més, també compten amb marxandatge a la seva pàgina web. Entre els productes que venen podem trobar tasses, tote bags, samarretes i dessuadores. A més, *Estirando el Chicle* va fer un show en directe al WiZink Center.

Poco se habla!

Presentat per Ana Brito i Xuso Jones, cada diumenge tracten temes tabú amb naturalitat amb un convidat diferent. Amb un to d'humor i espontaneïtat, tracten aquests temes amb l'objectiu d'entretenir i desmitificar teories i prejudicis. La duració del pòdcast és d'aproximadament una hora i s'emet a YouTube, Spotify, Podium Podcast, Amazon Music, IVoox i Apple Podcast. Compten amb gairebé setanta-dos mil subscriptors a YouTube i unes quaranta mil reproduccions per episodi.

Aquesta producció de Podium Podcast, guanyadora d'un Premi Ondas, també té presència a Instagram i TikTok, on pengen clips d'entre mig minut i un minut amb fragments de l'entrevista.

Igual que passa amb la resta de pòdcasts, tot i que els presentadors són en Xuso i l'Ana, és possible que disposin d'un equip de producció, comercialització i distribució darrere, tal com mencionen ells mateixos durant els episodis.

L'estructura és una introducció dels presentadors on sempre parlen sobre el que ells anomenen «un poco se habla», després introdueixen una secció tipus joc on fan publicitat del banc N26, tot seguit fan un sorteig anomenat «El Bombo de N26» on cada setmana un seguidor guanya un premi diferent, llavors fan una breu presentació sobre qui serà el convidat/a del programa i li donen pas i comença l'entrevista. Dins de l'entrevista hi ha una secció anomenada de la mateixa manera que l'episodi on tracten algun tema concret i parlen al voltant d'ell (com per exemple, «Vueltas que da la vida» o «Tabús»). Per acabar, fan una secció on expliquen acudits.

Només començar l'episodi fan publicitat a Podium Podcast. A més, hi ha episodis on col·loquen productes sobre la taula a manera de publicitat de marques com, per exemple, Garnier, i fan publicitat del producte durant l'episodi. Tot seguit fan una secció publicitada pel banc N26 i a la meitat del pòdcast tornen a introduir una publicitat, d'Ariel.

No disposen de marxandatge.

Competència indirecta

La competència indirecta inclou aquells mitjans que, tot i oferir productes diferents, satisfan necessitats similars a les del nostre pòdcast. Aquests poden ser programes de televisió, altres formats d'entreteniment digital, i canals de Twitch, així com els pòdcasts de la mateixa plataforma, ja que competeixen per l'atenció del nostre públic objectiu.

- ♦ **Programes de Televisió:** Tot i que els programes de televisió no són pòdcasts, competeixen per l'atenció del mateix públic. Els espectadors poden optar per veure un programa de televisió en lloc d'escoltar un pòdcast, especialment si el contingut és similar o satisfà la mateixa necessitat d'entreteniment o informació.
- ♦ **Formats Digitals Alternatius:** Tampoc els considerem pòdcasts com a tal, però també competeixen pel mateix públic objectiu. Els podem dividir en diferents apartats:

- ✿ **Vídeos en línia:** Plataformes com YouTube, Vimeo, i altres ofereixen una gran varietat de contingut, des de tutorials fins a sèries web originals, passant per pòdcasts en format vídeo.
- ✿ **Xarxes socials:** Les plataformes de xarxes socials com Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, etc., ofereixen contingut breu i atractiu que pot competir per l'atenció dels oients.
- ✿ **Llibres electrònics i audiollibres:** Amb la creixent popularitat dels llibres electrònics i audiollibres, aquests també poden ser considerats com a competència, ja que els oients poden optar per consumir aquest tipus de contingut en lloc nostre pòdcast.
- ✿ **Jocs en línia:** Els jocs en línia, especialment els que tenen una gran component social, també poden competir per l'atenció dels oients.
- ♦ **Canals de Twitch:** El considerem un híbrid entre els programes de TV tradicionals i els nous formats digitals alternatius. Els canals de Twitch ofereixen una experiència interactiva en temps real que pot ser més atractiva per a alguns oients. A més, molts streamers de Twitch creen comunitats fortes al voltant del seu contingut, cosa que pot fer que els seus seguidors prefereixin passar el seu temps lliure interactuant en Twitch en lloc d'escoltar pòdcasts.
- ♦ **Pòdcasts en les mateixes plataformes:** Encara que aquests pòdcasts poden no tractar exactament la mateixa temàtica que el nostre, competeixen per l'atenció dels oients en la mateixa plataforma. Els oients poden tenir un temps limitat per escoltar pòdcasts i, per tant, hauran de triar quins escolten. Això fa que qualsevol pòdcast disponible a la mateixa plataforma sigui competència indirecta.

Aquesta classificació ajuda a identificar on podem millorar i quines estratègies podem adoptar per diferenciar-nos i captar l'atenció del nostre públic objectiu. És important considerar aquests factors per desenvolupar un pla estratègic que ens permeti competir eficaçment en el mercat dels pòdcasts.

A continuació, es presenta una taula amb les principals debilitats i fortalees de cadascun:

Programes de TV	F	Gran abast i visibilitat. Formats establerts amb audiències fidels. Capacitat de producció d'alt nivell.			
	D	Menys flexibilitat en el contingut. Horaris fixos que poden no coincidir amb la disponibilitat de l'audiència.			
Formats Digitals Alternatius	F	Accessibilitat i consum a demanda. Formats innovadors que atrauen públics joves. Potencial d'interacció directa amb l'audiència.	Vídeos en línia	F	Experiència visual rica. Consumits a demanda. Gran varietat de contingut.
				D	Requereixen connexió a internet de banda ampla per a una visualització òptima. Poden requerir més temps i recursos per produir-se.
		Xarxes Socials	F	Interacció directa amb l'audiència. Poden arribar a una gran quantitat de persones ràpidament. Ideals per compartir contingut breu i atractiu.	
			D	El contingut pot perdre's fàcilment. Flux constant d'informació. Difícil destacar.	
	D	Poden requerir una major inversió en màrqueting per destacar entre una gran varietat d'opcions.	Llibres electrònics i audiolibres	F	Permeten un aprenentatge autodirigit. Poden ser consumits a ritme propi.
				D	No ofereixen la mateixa experiència interactiva. Requereixen major concentració per consumir-se.
		Jocs en línia	F	Experiència interactiva i divertida. Permeten la socialització en línia. Poden millorar les habilitats de resolució de problemes i coordinació.	
			D	Poden ser addictius. Requereixen una connexió a internet de banda ampla. La qualitat dels jocs pot variar.	
Canals de Twitch	F	Interacció en temps real amb l'audiència. Contingut dinàmic i personalitzable. Comunitat de seguidors molt compromesa.			
	D	Depenen molt de la personalitat dels creadors. Poden no oferir contingut tan estructurat.			
Pòdcasts a la mateixa plataforma	F	Accés a la mateixa audiència que nosaltres. Poden tenir temàtiques similars o complementàries a la nostra.			
	D	La qualitat del contingut, la regularitat de les publicacions i la interacció amb l'audiència poden variar. Dificultats per destacar.			

Taula 2. Debilitats (D) i fortalees (F) de la competència indirecta. Elaboració pròpia.

La competència indirecta ens obliga a mantenir un alt nivell de qualitat en el nostre contingut i a buscar formes innovadores de connectar amb la nostra audiència. També ens ofereix l'oportunitat d'aprendre dels èxits i fracassos dels altres pòdcasts per millorar

el nostre producte. És important recordar que, tot i que som competidors, també som part d'una comunitat de creadors de contingut que pot oferir suport i inspiració mútua.

Proveïdors i intermediaris

Per al desenvolupament de la nostra activitat de pòdcast, necessitem comptar amb una sèrie de recursos i factors de producció que ens permetin crear, allotjar i distribuir el nostre contingut. Aquests recursos poden ser de diferents tipus:

- ♦ **Equipament tècnic:** Per a la gravació, edició i publicació dels episodis del pòdcast, necessitem disposar d'un equipament tècnic adequat, com ara micròfons, auriculars, ordinadors, programari d'edició d'àudio, etc. Aquests recursos els podem obtenir de proveïdors especialitzats en material informàtic i electrònic, com ara Amazon, PcComponentes o MediaMarkt.
- ♦ **Espai físic:** On es duu a terme la gravació del pòdcast, i on es guarda l'equipament tècnic. Pot ser un estudi de gravació, una oficina, una habitació, etc.
- ♦ **Plataforma d'allotjament:** Per a poder emmagatzemar els nostres arxius de so i generar un *feed* RSS, necessitem contractar un servei d'allotjament de pòdcast, que ens ofereixi un espai web, un reproductor de pòdcast, eines d'anàlisi i altres funcionalitats. Aquests recursos els podem aconseguir de proveïdors especialitzats en allotjament de pòdcast, com ara iVoox, Podigee o Buzzsprout.
- ♦ **Plataformes de distribució:** Per a poder arribar al nostre públic objectiu, necessitem que el nostre pòdcast estigui disponible en les principals plataformes de *streaming*, com ara Spotify, Apple Podcasts o Google Podcasts. Aquests recursos els podem obtenir de forma gratuïta, sempre que complim els requisits i les normes de cada plataforma.
- ♦ **Plataforma de monetització:** Per a la generació d'ingressos a partir del pòdcast, es pot recórrer a una plataforma de monetització que ofereixi diferents opcions de finançament, com la inserció de publicitat, el patrocini, les donacions o les subscripcions de pagament. Alguns proveïdors d'aquest tipus de recursos

coincideixen amb les plataformes de distribució i d'allotjament, com iVoox, Podimo o Spotify, però d'altres que no ho fan poden ser Podcorn o Patreon.

- ♦ **Plataforma de promoció:** Per a la difusió i la captació d'audiència per al pòdcast, es pot utilitzar una plataforma de promoció que permeti crear una estratègia de màrqueting digital, com les xarxes socials, els blogs o els butlletins. Alguns proveïdors d'aquest tipus de recursos són: Facebook, Instagram, Twitter (ara x.com), Threads, WordPress o Mailchimp.

Dels recursos i factors de producció esmentats, els més rellevants per al desenvolupament de la nostra activitat són l'equipament tècnic i la plataforma d'allotjament, ja que són imprescindibles per a poder crear i publicar el nostre pòdcast. Les plataformes de distribució, en canvi, tot i que són necessàries per a arribar al nostre públic, no són un recurs exclusiu del nostre pòdcast, sinó que són compartides amb altres competidors. Entre elles, la nostra intenció és ser, sobretot, a Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts i Podimo, així com a YouTube.

Tenint en compte quins són els més rellevants, podem dur a terme una anàlisi comparativa dels proveïdors que hem seleccionat com a possibles per al desenvolupament del *No Preguntis*.

Amb aquesta anàlisi, pretenem saber quines són les fortaleces i les debilitats de cadascun dels proveïdors mencionats anteriorment, sobretot en el que a equipament tècnic i plataformes d'allotjament respecta.

Equipament tècnic:

AMAZON	
Fortaleces	Debilitats
És el proveïdor més gran i popular d'Internet, que ofereix una gran varietat de productes, preus competitius, servei d'enviament ràpid i gratuït (amb Amazon Prime), i una bona atenció al client.	No disposa de botigues físiques on poder veure i provar els productes abans de comprar-los, i genera certa desconfiança en alguns usuaris per la seva política laboral i fiscal.

PCCOMPONENTES	
Fortaleses	Debilitats
És un proveïdor especialitzat en material informàtic i electrònic, que ofereix productes de qualitat, preus ajustats, servei tècnic propi, i una bona atenció al client. Disposa de botigues físiques on poder veure i provar els productes abans de comprar-los, i té una bona reputació entre els usuaris.	Té menys varietat de productes que Amazon, i el seu servei d'enviament pot ser més lent i costós.
MEDIAMARKT	
Fortaleses	Debilitats
És un proveïdor líder en el sector de l'electrònica de consum, que ofereix una gran varietat de productes, preus competitius, servei d'enviament ràpid i gratuït (amb MediaMarkt Club), i una bona atenció al client. Disposa de botigues físiques on poder veure i provar els productes abans de comprar-los, i té una bona imatge de marca.	No disposa d'un gran servei postvenda, té una gran varietat de productes, però no està especialitzat en aquests, no són experts en res concret, i genera desconfiança en alguns usuaris per la seva política laboral i fiscal.

Taula 3. Fortaleses i debilitats dels proveïdors d'equipament tècnic. Elaboració pròpia.

Plataforma d'allotjament:

IVOOX	
Fortaleses	Debilitats
És la plataforma d'allotjament de pòdcast més utilitzada a Espanya, que ofereix un espai web il·limitat, un reproductor de pòdcast personalitzable, eines d'anàlisi i monetització, i una comunitat activa d'oients i creadors. És gratuïta i permet distribuir el pòdcast a les principals plataformes de streaming.	Té una interfície poc intuïtiva i actualitzada, i pot tenir problemes de qualitat de so o de compatibilitat amb alguns dispositius. El pla gratuït és limitat i no ofereix tots els avantatges, i s'hauria de recórrer als plans de pagament mensual (6,99 €, 19,99 €, 39,99 € i 59,99 €) o anual (71,88 €, 179,88 €, 431,88 € i 635,88 €)
PODIGEE	
Fortaleses	Debilitats
És una plataforma d'allotjament de pòdcast d'origen alemany, que ofereix un espai web il·limitat, un reproductor de pòdcast personalitzable, eines d'anàlisi i monetització, i un servei tècnic professional. Té una interfície senzilla i moderna, i ofereix una alta qualitat de so i una optimització per a SEO.	Té un cost mensual (19 €, 39 € o 99 €), però amb opció anual (190 €, 390 € i 990 €), i té menys visibilitat i comunitat que altres plataformes.

BUZZSPROUT	
Fortaleses	Debilitats
És una plataforma d'allotjament de pòdcast d'origen nord-americà, que ofereix un espai web il·limitat, un reproductor de pòdcast personalitzable, eines d'anàlisi i monetització, i un servei d'atenció al client amigable. Té una interfície fàcil i atractiva, i ofereix funcionalitats addicionals com la transcripció automàtica, la creació de vídeos o la integració amb xarxes socials.	Té un cost mensual (12\$, 18\$ i 24\$), i té menys presència i comunitat a Espanya que altres plataformes.

Taula 4. Fortaleses i debilitats dels proveïdors de plataformes d'allotjament. Elaboració pròpia.

Altres components del mercat

Estacionalitat

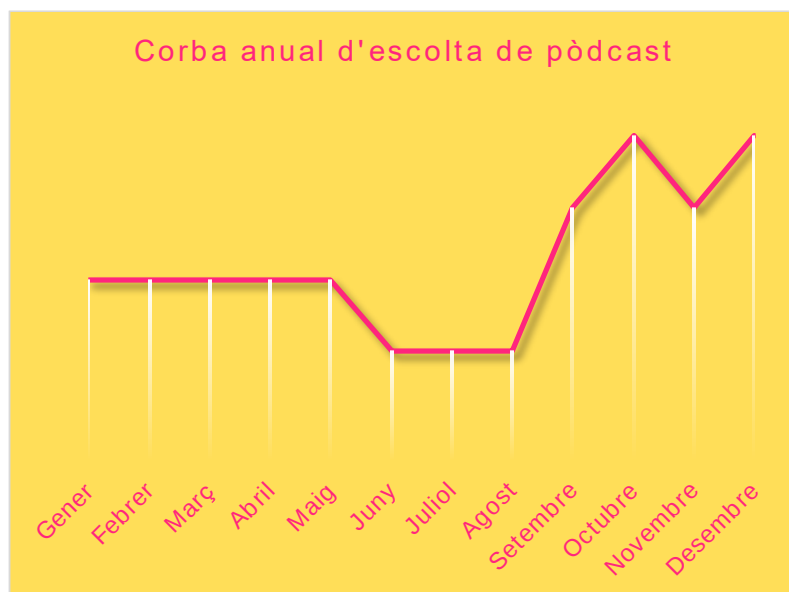
L'estacionalitat del mercat es refereix a les fluctuacions regulars i previsibles en el comportament de compra i consum dels consumidors que es produeixen en un període de temps determinat, normalment en períodes iguals o inferiors a un any. Aquestes fluctuacions poden estar relacionades amb diversos factors, com ara les estacions de l'any, les festivitats o els esdeveniments esportius. En el mercat del pòdcast, trobem l'estacionalitat en períodes anuals, mensuals, setmanals i per franges horàries.

Períodes anuals

La dinàmica del consum de pòdcast a Espanya experimenta variacions notables al llarg de l'any, amb patrons que es reproduïxen anualment, tal com explica Gema Jimenez, productora de *Buenismo Bien* i *Estirando el chicle*. De setembre a desembre, hi ha un increment significatiu de la demanda dels pòdcasts, coincidint amb la tornada a la rutina després de les vacances d'estiu. Això s'atribueix a la necessitat del públic d'entretenir-se i informar-se mentre s'adapten al retorn a la normalitat. A més, aquest període de l'any també destaca per una major oferta de contingut, ja que molts pòdcasts inicien o reprenen les seves temporades i la seva activitat després de l'estiu, generant un augment general de l'activitat dels pòdcasts. Això reflecteix un augment dels oients durant aquesta època de l'any.

Així mateix, els anunciants també incrementen les seves inversions publicitàries en pòdcasts, aprofitant el creixement del consum que trobem en aquesta època. Això es deu al fet que els anunciants busquen promoure els seus productes o serveix, aprofitant les oportunitats de patrocini i de publicitat associades, a esdeveniments com podrien ser el Black Friday o Nadal.

Pel que fa a la participació i l'interès dels convidats, varien al llarg de l'any.



Gràfic 2. Corba anual de l'estacionalitat de la demanda. Elaboració pròpia.

Aquesta variació depèn de diversos factors com els temes d'actualitat o els dies de la setmana. Tot i això, durant els mesos de setembre a desembre també hi ha una major disponibilitat.

D'altra banda, entre els mesos de juny a agost, especialment durant l'estiu, la demanda de pòdcasts disminueix significativament. Aquests mesos es caracteritzen perquè són en els que els oients, els convidats i els mateixos creadors tenen vacances i molts cops acaben optant per altres formes d'oci i menys temps per escoltar pòdcasts. Això es tradueix en una disminució de l'oferta i, en conseqüència, una disminució també de les inversions publicitàries.

Períodes mensuals

La dinàmica del consum de pòdcasts també mostra variacions mensuals. Tot i que es manté el patró general descrit anteriorment, destaquen alguns mesos pel seu impacte rellevant en el mercat dels pòdcasts, tal com afirma Gema Jimenez.

Un d'aquests mesos destacats és octubre, reconegut com el Mes Internacional del Pòdcast. Durant aquest període, creadors, plataformes i organitzacions promouen activitats i esdeveniments especials, generant un notable augment tant en la demanda

com en l'oferta de pòdcasts. Aquesta celebració també impulsa la inversió publicitària i la participació dels oients.

D'altra banda, desembre, també és un altre mes destacat, amb molts pòdcasts presentant episodis especials de Nadal o de final d'any, acompanyats de balanços, resums o prediccions. Aquest contingut atrau l'atenció dels oients que busquen experiències relacionades amb les festivitats, i els anunciants intensifiquen la seva presència per capitalitzar el consumisme característic d'aquesta època.

Períodes setmanals

Tal com passa amb la periodicitat anual i mensual, la dinàmica del consum de pòdcasts mostra variacions notables segons els dies de la setmana. Tot i això, segueix un patró general que destaca el predomini del consum durant els dies laborables, en comparació amb els caps de setmana.

Aquest comportament s'explica pel fet que molts oients escolten pòdcasts mentre fan tasques domèstiques, treballen, estudien o es desplacen, situacions que es donen amb més freqüència de dilluns a divendres. A més, la majoria dels creadors de pòdcasts opten per publicar els seus episodis durant els dies laborables, coincidint amb els hàbits d'escolta de la seva audiència.

Els dimarts i els divendres destaquen com els dies de màxima demanda, mentre que els caps de setmana experimenten una disminució en el consum de pòdcasts (Llonch & Cyberclick, 2020). Això es deu al fet que els oients prefereixen dedicar el seu temps lliure a altres activitats o consumir formats més visuals i interactius. Aquesta menor demanda durant els caps de setmana repercuteix en una oferta de contingut més limitada i una disminució de la inversió publicitària.

Franges horàries

El consum de pòdcast també experimenta variacions significatives segons les diferents franges horàries. El patró general que segueixen destaca per tenir una major demanda durant les primeres hores del matí i a mitja tarda. Aquests moments coincideixen amb períodes en què els oients disposen de més temps lliure, aprofitant els viatges d'anada i

de tornada de la feina per escoltar els pòdcasts (HookSounds, 2022; Llonch & Cyberclick, 2020).

La demanda experimenta una davallada durant les hores centrals del dia, quan els oients es troben més immersos en les seves obligacions laborals, acadèmiques o personals. En aquestes franges, la preferència es desplaça cap a formats més breus o visuals, provocant una reducció tant en l'oferta de contingut com en la inversió publicitària en el món dels pòdcasts.

Intervencions administratives

Les intervencions administratives són les accions que realitza l'Administració Pública per a regular, controlar o fomentar l'activitat dels particulars en un determinat àmbit o sector. Algunes de les intervencions administratives més rellevants en el mercat del pòdcast a Espanya són:

- **La Llei de Propietat Intel·lectual i la Llei 2/2019, d'1 de març, per la qual es modifica el text refós de la Llei de Propietat Intel·lectual:** Aquesta llei regula els drets i les obligacions dels creadors i els usuaris de continguts protegits per la propietat intel·lectual. Estableix les condicions, els límits i les excepcions per a l'ús legítim, la cessió, la llicència, la remuneració i la protecció dels drets d'autor i la propietat intel·lectual, així com les sancions per a la seva vulneració (Ley 2/2019, de 1 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, 2019).
- **La Llei 34/1988, d'11 de novembre, General de Publicitat:** Aquesta normativa estableix els principis, les obligacions i les prohibicions per a la realització d'activitats publicitàries, així com les sancions per a la seva infracció (Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, 1988). A més, també s'han de tenir en compte altres normes específiques segons el tipus de publicitat o el sector al qual es dirigeix, com la Llei de Serveis de la Societat de la Informació i de Comerç Electrònic, la Llei Orgànica de Protecció de Dades de Caràcter Personal i Garantia dels Drets Digitals o la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris, entre d'altres.

- ♦ **La Llei 13/2022, de 7 de juliol, General de Comunicació Audiovisual:** Aquesta llei regula els serveis de comunicació audiovisual, tant públics com privats, que es presten a través de qualsevol mitjà o plataforma. Estableix els principis, els drets, les obligacions i les responsabilitats dels prestadors i els usuaris d'aquests serveis, així com les competències i les funcions de les autoritats reguladores (Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, 2022).
- ♦ **Les subvencions i els ajuts públics:** Els creadors i els prestadors de serveis de comunicació audiovisual, inclosos els pòdcasts, poden optar a diferents subvencions i ajuts públics que els ofereixen les administracions estatals, autonòmiques i locals, amb l'objectiu de fomentar la producció, la distribució, la promoció i la innovació d'aquests continguts. De manera general, podem trobar les següents:
 - ✿ **Subvencions del Ministeri de Cultura i Esport:** Aquest ministeri ofereix diverses beques, ajudes i subvencions per a la promoció de la cultura i l'esport a Espanya, incloent-hi la creació de pòdcasts (Ministerio de Cultura y Deporte, s.d.):
 - ♣ **Ajuts per a l'acció i la promoció cultural:** Aquestes ajudes tenen com a objectiu el foment d'activitats que contribueixin a generar continguts culturals i a la modernització i professionalització del sector cultural espanyol. L'import màxim que es va donar en la darrera convocatòria és de poc més de 35.000 € per projecte.
 - ♣ **Ajuts per a la Modernització i Innovació de les Indústries Culturals i Creatives:** Tenen com a objectiu subvencionar la modernització i innovació de les indústries culturals i creatives i promoure i incrementar l'oferta legal de continguts digitals culturals a internet. Estan destinats a donar suport a les inversions que afavoreixin la modernització, la innovació i el desenvolupament tecnològic de les indústries culturals i creatives. L'import màxim que es va donar en la darrera convocatòria és de 45.000 € per projecte.

- ♣ Ajuts per la promoció del sector del videojoc, del pòdcast i altres formes de creació digital, en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència: Tenen com a objectiu promoure i donar suport a l'ecosistema del videojoc, el pòdcast i la creació digital. Amb aquest objectiu, la dotació màxima de la subvenció és de 80.000 €, condicionat a què no suposi més del 80% del finançament total del projecte.
- ♣ Espacio Audio: Aquesta és una iniciativa del Govern d'Espanya que busca impulsar la indústria de l'àudio en espanyol i llengües cooficials, com ara els pòdcasts, la música o els audiollibres. El programa es finança mitjançant crèdits del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, i els seus objectius inclouen el foment de la producció de continguts sonors, l'augment de la competitivitat, la internacionalització i les aliances, i la millora de l'accés al finançament (Gobierno de España, s.d.).
- ♣ Europa Creativa: Aquest programa europeu ofereix suport financer als sectors cultural i creatiu. Les seves subvencions estan destinades a projectes que promoguin la diversitat cultural, la literatura, la música, el teatre, les arts visuals, el patrimoni cultural, així com altres àrees. Aquestes són un conjunt de programes i iniciatives de la Unió Europea que tenen com a finalitat fomentar la cooperació, la innovació i la diversitat cultural en els sectors cultural i creatiu (Europa Creativa, s.d.).

Pla de marqueting

DAFO: debilitats, amenaces, fortaleeses i oportunitats

	Positiu	Negatiu
Origen intern	FORTALESES L'atmosfera relaxada, amb una tonalitat distesa i informal permet fidelitzar un públic ampli i divers. El pòdcast té un format divertit i entretingut, que pot captar l'atenció i l'interès dels oients, especialment dels més joves. Els jocs poden afegir un element d'entreteniment únic que pot distingir el pòdcast de la competència. Públic reduït fàcil de fidelitzar.	DEBILITATS L'audiència variarà segons la notorietat de l'entrevistat. Depenem de portar a gent que interessi, i de la seva disponibilitat. Requereix un equipament tècnic de qualitat, un espai físic adequat i una plataforma d'allotjament i distribució que garanteixin una bona experiència d'escolta. El pòdcast pot trobar-se amb dificultats per aconseguir convidats de qualitat, que estiguin disposats a participar i que siguin rellevants per al públic objectiu. Malgrat l'interès creixent per la publicitat en pòdcasts, un pòdcast nou pot trobar difícil monetitzar-se adequadament.
Origen extern	OPORTUNITATS La col·laboració amb influencers pot augmentar la visibilitat del pòdcast a través de les seves plataformes de xarxes socials. Explorar noves formes de crear i distribuir el seu contingut, com ara el format de vídeo, la integració amb les xarxes socials o la participació en esdeveniments. L'auge del món dels pòdcasts L'augment inversions en publicitat	AMENACES Mercat amb molta competència i productes ja consolidats. Necessitat de diferenciar-se constantment. Dificultat a l'hora de destacar entre la multitud, exigint esforços addicionals en la promoció i la qualitat del contingut El canvi ràpid de tendències en el món de la fama i els influencers pot fer que el contingut es torni ràpidament obsolet.

Taula 5. Anàlisi DAFO de la situació. Elaboració pròpia.

Selecció del públic objectiu

Audiència

Per al *No Preguntis*, el públic objectiu consisteix en adults d'entre 18 i 30 anys, sense distinció de gènere ni orientació sexual, i resident a l'estat espanyol. No obstant això, tenint en compte certes temàtiques de què es parlen al pòdcast, el públic més interessat en ell probablement serà aquell amb una mentalitat oberta, que s'identifiqui a l'esquerra de l'eix polític i social, i amb un nivell d'estudis de, com a mínim, l'ESO.

És per això que el nostre pòdcast va adreçat, principalment, a individus que busquen informar-se, entretenir-se i inspirar-se amb les experiències i opinions dels personatges més rellevants i innovadors del moment. Es tracta, doncs, de persones que segueixen les tendències i novetats en àmbits com la moda, la bellesa, els viatges, l'esport, la cultura, la tecnologia, el medi ambient o l'activisme social. També són persones que valoren la diversitat, la inclusió i la creativitat, així com la transparència i la qualitat del contingut que consumeixen.

En aquest sentit, el perfil de la nostra audiència hauria d'estar enfocat a persones amb preferència per diaris com El País, ElDiario.es, Público, Infolibre, ctxt o La Marea, canals de televisió com La Sexta, Cuatro o TV3, i emissores de ràdio com Cadena SER, RAC1 o Catalunya Ràdio.

A més, és imprescindible incloure una descripció del públic objectiu català, ja que el pòdcast s'origina a Catalunya i una part significativa de la nostra audiència és bastant probable que sigui catalana.

Cal destacar llavors que, de les 7.901.963 persones que resideixen actualment a Catalunya, 3.887.223 són homes i 4.014.740 són dones (Idescat, 2024). En aquest context, el nostre públic objectiu abasta un total de 5.255.889 persones, ja que el nostre contingut és consumit de manera equitativa per homes i dones d'edats compreses entre 18 i 65 anys.

És rellevant assenyalar que aquesta audiència seleccionada està constituïda majoritàriament per individus amb formació universitària, representant el 44,7% de la

població entre 18 i 65 anys a Catalunya (Ministerio de Educación Formación Profesional y Deportes, 2024). En darrer terme, el públic objectiu al qual ens dirigim específicament inclou 2.349.382 persones, homes i dones catalans amb un nivell d'estudis superiors. Aquesta demografia educada i diversificada constitueix la base de la nostra audiència, reflectint el perfil específic dels oients que volem captivar amb el nostre pòdcast.

Anunciants

Pel que fa al públic objectiu anunciant, el *No Preguntis* presenta una gran oportunitat per a diversos anunciants, especialment aquells que desitgen arribar a segments específics d'usuaris i establir una connexió més profunda amb ells. Basant-nos en les dades anteriors i en l'atractiu que representa el format de pòdcast avui dia per als anunciants, els sectors més interessats són els següents:

- ♦ **Telefonia, tecnologia i telecomunicacions:** Pel que fa a aquest sector, sí que considerem que podria estar interessat. Entre ell destacarien empreses de telefonia mòbil, tecnologia i altres serveis de telecomunicacions, que poden veure el patrocini com una gran oportunitat per promoure els seus productes i serveis.
- ♦ **Viatges, transport i turisme:** Aquest sector també podria estar interessat a publicitar les seves ofertes i promocions a través del nostre contingut.
- ♦ **Entreteniment, cultura i mitjans:** Aquest sector pot incloure empreses relacionades amb el cinema, la música, la televisió, la literatura, entre altres. Tenint en compte que el nostre pòdcast ofereix contingut d'entreteniment i cultural, aquestes empreses podrien trobar una manera efectiva per promoure les seves últimes produccions o esdeveniments.
- ♦ **Alimentació i begudes:** Les marques d'aliments, begudes i restaurants poden veure una oportunitat per arribar al teu públic en el nostre pòdcast. A més, tenint en compte el nostre públic objectiu pot ser un molt bon sector.
- ♦ **Serveis financers i assegurances:** Tot i que aquest sector sol ser el que més inversió rep, només trobaria valor en el pòdcast si oferíssim contingut relacionat amb l'educació financera, consells sobre estalvi, inversions, assegurances i altres

temes relacionats. Tenint en compte el nostre públic objectiu, no considerem que sigui el sector que més invertirà en el pòdcast.

Estratègies de màrqueting

Producte

El producte que hem desenvolupat és un pòdcast d'entrevistes anomenat *No Preguntis*. Aquest programa, de caràcter distès i informal, presenta setmanalment entrevistes amb figures rellevants en diversos àmbits com el cinema, la música, l'esport, les xarxes socials, entre altres. Cada entrevista té una durada d'una hora i ofereix una exploració completa de la vida de l'entrevistat, des dels seus inicis fins als projectes més actuals, tot combinant-ho amb diverses dinàmiques de joc. Els entrevistats no necessàriament estan involucrats en activitats importants en el moment de la conversa, simplement són individus destacats amb històries interessants per compartir.

La llengua vehicular del pòdcast és en català, tot i que en funció de l'entrevistat, tenint en compte que podem tenir entrevistats que no parlin la llengua pròpia de Catalunya, podríem fer algun episodi en castellà. En aquest sentit, la principal opció serà sempre fer les intervencions dels entrevistadors en català, a no ser que l'entrevistat no només no parli el català, sinó que tampoc l'entengui.

El producte comença amb una careta i, després d'una salutació inicial dels presentadors, es fa una breu introducció informal de la persona entrevistada. És llavors quan comença el primer bloc, d'uns deu minuts de durada, en què es fa un recorregut pels inicis de la trajectòria de l'entrevistat. Seguidament, es presenta el primer joc: «la fitxa tècnica». En aquesta secció l'entrevistat respon a una sèrie de preguntes ràpides i poc convencionals sobre la seva vida personal. Les preguntes varien en funció de l'entrevistat i de diversos factors, però alguns exemples podrien ser:

- ◆ T'agrada el teu nom?
- ◆ Quin és el vici més car que tens?
- ◆ Quina és la mentida més gran que has dit mai?
- ◆ Has tingut algun cop la Nintendo DS?
- ◆ Tens el carnet de conduir? Quantes pràctiques vas fer?

Seguidament, s'aborda el segon segment, que també dura uns deu minuts, dedicat a discutir els aspectes més destacats o rellevants de la vida actual de l'entrevistat. Es poden explorar temes com si té algun projecte o esdeveniment per promocionar, o si ha estat involucrat en alguna polèmica recent. Un cop finalitzada aquesta secció, s'inicia un segon joc, únic per a cada programa i adaptat a l'entrevistat. Alguns exemples d'aquests jocs podrien incloure:

- ♦ «Continua la frase»: es comença una frase i l'entrevistat ha de continuar-la amb el primer que li passa pel cap.
- ♦ «Tutuki Splash»: es tracta que l'entrevistat es mulli en algun dels temes controvertits que se li proposin i doni la seva opinió sobre això.
- ♦ «Probabilitat»: se li proposen una sèrie de situacions i l'entrevistat ha de dir en una escala de l'u al deu com és de probable que allò passi.
- ♦ «Vertader o fals» sobre alguna cosa relacionada amb l'entrevistat
- ♦ «Red flags»: se suggereixen una sèrie de *red flags* i l'entrevistat ha de dir si ell ho considera o no dolent.
- ♦ «Tuiteries»: se li posen tuits a la persona entrevistada i ha d'esbrinar qui els ha escrit.
- ♦ «Què faries si...?»: se li proposen situacions extremes i l'entrevistat ha de dir què faria si li passes.
- ♦ «Jo mai mai»: se li diuen una sèrie d'accions o situacions a l'entrevistat i ens ha de dir si ho ha fet mai o no.

Cada entrevista pot incloure jocs diversos i adaptats segons les particularitats de l'entrevistat, com per exemple, si és cantant, es pot organitzar un joc relacionat amb el nom d'alguna de les seves cançons. Després d'aquests jocs, segons el temps disponible, es pot dedicar un bloc curt, d'uns cinc minuts, a parlar del futur de l'entrevistat o passar directament al tercer joc. El següent segment consisteix en un altre joc de la llista anteriorment proporcionada.

Al final de l'entrevista, l'entrevistat ha de respondre una pregunta que li ha deixat algun conegut, a la qual seguirà la resposta a una pregunta deixada per l'anterior convidat, sense saber qui la va deixar. A més, l'entrevistat recomanarà una pel·lícula, una sèrie, una cançó, un llibre, un pòdcast i una persona per a venir al programa.

L'estructura del programa serà sempre la mateixa i la publicitat es col·locarà als espais destinats per a tal objectiu, que es detallaran en el següent apartat, juntament amb el

La filosofia del *No Preguntis* neix amb la convicció de crear un espai d'entrevistes distès i informal, destinat a connectar amb les històries i vivències de persones rellevants en diversos àmbits. Creiem en la importància de fer sentir els nostres entrevistats còmodes i en facilitar un ambient propici per a la confiança i l'autenticitat. Els valors que té el nostre producte són els següents:

1. **Autenticitat:** Prioritzem la genuïnitat i l'honestat en les nostres entrevistes, buscant mostrar les diverses facetes i experiències de cada entrevistat de manera sincera i sense filtres.
2. **Diversitat:** Valorem la diversitat de veus i perspectives, cercant representar una àmplia gamma de persones rellevants en àmbits com el cinema, la música, l'esport, les xarxes socials, entre d'altres.
3. **Entreteniment:** Apostem per proporcionar als nostres oients un espai d'entreteniment a través de jocs i dinàmiques que afavoreixin la interacció i la diversió, sense perdre de vista la profunditat i el contingut substancial de les entrevistes.

Els objectius que pretenem assolir amb la creació del pòdcast són, en primer lloc, connectar amb l'audiència. Busquem establir una connexió genuïna amb els nostres oients mitjançant converses autèntiques i rellevants, que els permetin sentir-se identificats i entretinguts. També és important inspirar i educar. Tenim com a objectiu inspirar i educar el nostre públic a través de les vivències i reflexions compartides pels nostres entrevistats, fomentant la reflexió i el creixement personal. Finalment també pretenem tenir un impacte cultural. Això vol dir que volem contribuir al panorama cultural oferint una plataforma per a la difusió i reconeixement de figures rellevants en diferents àmbits, contribuint a enriquir el debat i la comprensió de temes d'interès social i cultural.

En resum, el *No Preguntis* aspira a ser més que un simple programa d'entrevistes; perseguim crear una experiència enriquidora i inspiradora per a tots els nostres oients, fent valdre les històries i vivències úniques de cadascun dels nostres entrevistats.

Escaleta tipus

Durada	Segment	Contingut	Micro	Càmera
00:00-00:15	Careta inici <i>No Preguntis</i>	Introducció visual del nom del programa	SIVA	VTR
00:15-00:30	Salutació presentadors	Marta, Asier i Marc saluden a la càmera	MIC 1, MIC 2, MIC 3	CAM 1, CAM 2, CAM 3
00:30-00:45	Careta	—	SIVA	VTR
00:45-1:15	Introducció de l'Entrevistat	Marta fa una introducció informal de l'entrevistat	MIC 1	CAM 1, CAM 4
01:15- 11:00	Bloc 1: Inicis i trajectòria	Conversa sobre els inicis de la trajectòria de l'entrevistat/a (Marta i Asier)	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
11:00-11:15	Careta fitxa tècnica	—	SIVA	VTR
11:15-16:00	Joc 1: Fitxa tècnica	Marc fa una sèrie de preguntes ràpides i poc convencionals sobre la vida personal de l'entrevistat/a	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
16:00-16:15	Careta	—	SIVA	VTR
16:15-26:00	Bloc 2: Vida actual i aspectes rellevants	Conversa sobre els aspectes més destacats o rellevants de la vida actual de l'entrevistat/a (Marta i Asier).	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
26:00-26:15	Careta Joc	—	SIVA	VTR
26:15-36:00	Joc 2	Marc presenta un joc adaptat a l'entrevistat/a	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
36:00-36:15	Careta	—	SIVA	VTR
36:15-41:00	Bloc 3: Futur	Conversa sobre el futur de l'entrevistat/a o projectes pròxims (Marta i Asier)	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
41:00-41:15	Careta Joc	—	SIVA	VTR
41:15-51:00	Joc 3	Marc presenta un altre joc adaptat a l'entrevistat/a	MIC 1, MIC 2,	CAM 1, CAM 2,

			MIC 3, MIC 4	CAM 3, CAM 4
51:00–51:15	Careta	—	SIVA	VTR
51:15–58:00	Pregunta de conegut, pregunta de convidat anterior i recomanacions	L'entrevistat/a respon a la pregunta d'algú conegut per l'entrevista/a, respon a la pregunta de l'anterior convidat, deixa una pregunta pel següent i respon a les recomanacions.	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
53:00–59:00	Comiat	Agraïments finals i comiat dels presentadors i de l'entrevistat/a	MIC 1, MIC 2, MIC 3, MIC 4	CAM 1, CAM 2, CAM 3, CAM 4
59:00–59:30	Careta final	—	SIVA	VTR
59:30–60:00	Fos negre	—	SIVA	VTR

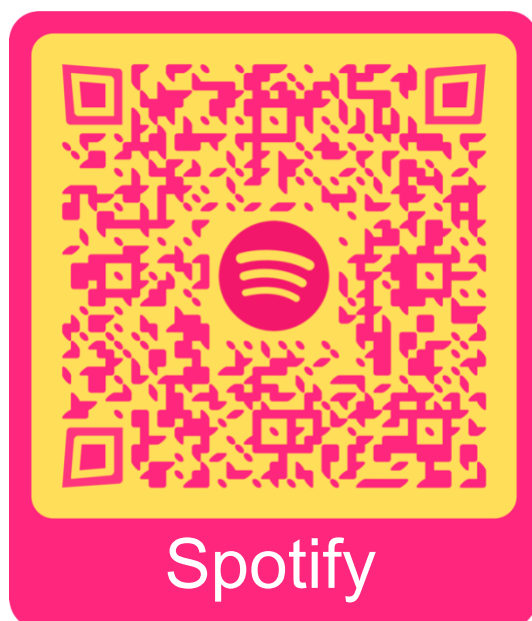
Taula 6: Escaleta tipus del programa. Elaboració pròpia.

Episodis realitzats

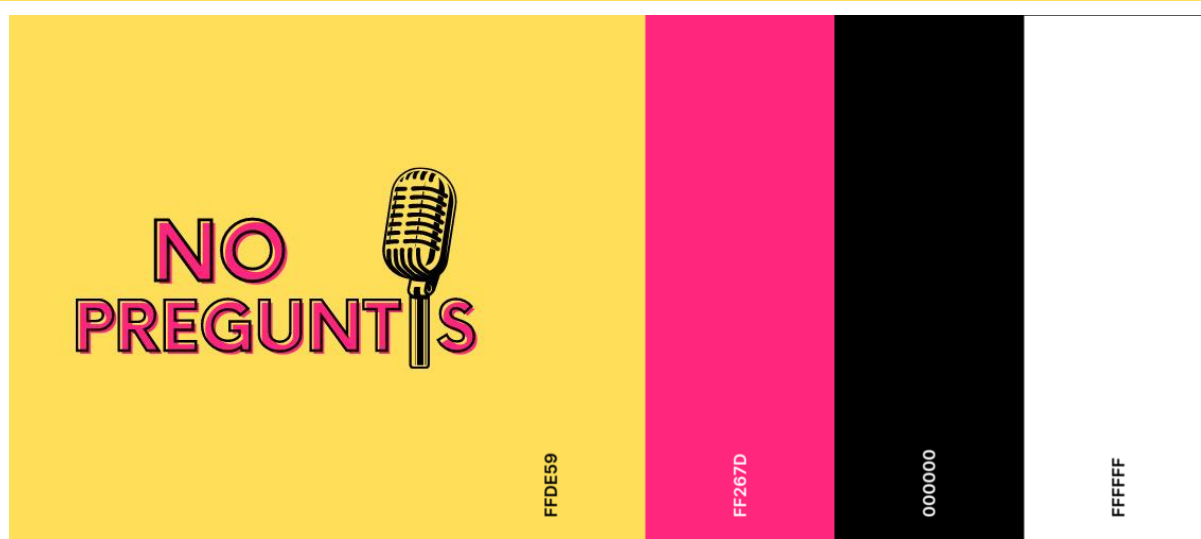
Fins al moment, s'han realitzat dues temporades del pòdcast, sense gairebé mitjans més enllà dels que ens ha pogut oferir UABmèdia, els mitjans de comunicació de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB. Aquestes dues temporades s'han fet de forma totalment amateur i com a hobby, compaginant-lo amb els estudis i la nostra feina, i sense fer gaire incís en la comunicació del mateix ni amb l'objectiu d'obtenir una gran audiència.

En aquest sentit, fins al moment no s'ha realitzat cap inversió de cap mena en els episodis que podeu veure i escoltar a continuació, de la mateixa manera que tampoc s'ha ingressat res per la seva elaboració. Així mateix, tampoc s'ha fet promoció de cap tipus, més enllà de la orgànica que se n'hagi pogut generar en algun episodi concret com a conseqüència de la seva publicació a Spotify, a YouTube, al web uab.media i a Instagram.

Podeu accedir tots els episodis que s'han realitzat fins al moment escanejant el codi QR de cada plataforma o directament fent-hi clic.



Imatge i paleta de colors



Il·lustració 1: Logotip i paleta de colors del No Preguntis. Elaboració pròpia.

Preu

La nostra estratègia inicial és penjar el pòdcast i gestionar els ingressos nosaltres mateixos. Això ens permet mantenir el control creatiu i construir una base d'audiència fidel. Tot i això, a mesura que el pòdcast guanyi popularitat, podríem considerar vendre'l a una empresa més gran que pugui gestionar tant la monetització com la distribució a

una escala més gran, o bé cedir-ne només la gestió de la monetització a canvi d'una comissió a negociar.

Per una banda, establim un model de subscripció de tres nivells, amb una versió bàsica gratuïta amb anuncis, una versió *Premium* de 2,99 € al mes, sense anuncis preenregistrats i amb un bloc o segment exclusiu a cada episodi, i una versió *Gold* de 4,99 € amb tots els avantatges de la versió *Premium* més l'accés de forma anticipada als episodis. Per establir els preus s'han tingut en compte els preus de mercat i la disposició dels consumidors a pagar per contingut de qualitat.

D'altra banda, les tarifes de publicitat poden variar segons diversos factors, basant-nos, principalment, en el CPM (cost per cada mil impressions). A continuació adjuntem una taula amb les diferents possibilitats que tindran els anunciants:

Tipus de publicitat	Moment	Durada (en segons)	Preu (CPM)
Menció llegida per presentador amb interacció	Després de presentar al convidat	30	25 €
	Durant l'entrevista	30	18 €
	En acomiadar el convidat	30	20 €
Anunci preenregistrat	A l'inici	15	5 €
	Abans dels separadors	30	7 €
	Al final	15	3,50 €
Posar nom a una secció	Durant el separador	—	30 €
Patrocini d'una secció	Tota la secció	—	50 €
Patrocini d'un episodi	Tot l'episodi	—	75 €
Product Placement (vídeo)	Tot l'episodi	—	50 €

Taula 7. Taula de preus de la publicitat. Elaboració pròpia.

Aquesta proposta està dissenyada per maximitzar els ingressos tot mantenint la qualitat i l'accessibilitat per als oients. És important tenir en compte que aquests preus són estimacions inicials i podrien requerir ajustaments basats en la resposta del mercat i l'anàlisi de dades d'audiència final.

Distribució

L'objectiu principal de la nostra estratègia de distribució és arribar a una audiència àmplia i diversa. Volem que el nostre pòdcast sigui accessible per a tots aquells que estiguin interessats en el nostre contingut, independentment de la seva ubicació o plataforma preferida. Això es pot aconseguir mitjançant l'optimització de la visibilitat del pòdcast a través de diverses plataformes, així com l'accessibilitat per als oients.

La principal plataforma d'allotjament escollida, finalment, és iVoox, que ofereix espai web il·limitat, un reproductor de pòdcast personalitzable, eines d'anàlisi i monetització, i permet distribuir el pòdcast a les principals plataformes de *streaming*. A més, és la plataforma d'allotjament més utilitzada a Espanya. El pla escollit és el *Growth Anual*, de 431,88 € anuals, ja que proporciona visibilitat en espais destacats, promoció del pòdcast en àudios similars en acabar una reproducció i promoció en resultats de cerca. Aquest, en principi, constituïria l'únic cost en matèria de distribució.

De la mateixa manera, també s'allotjarà el pòdcast, en format vídeo, a YouTube, que ofereix també opcions per monetitzar el contingut de manera senzilla. Tot i estar restringit a una forta i restrictiva política i condicions d'ús, YouTube permet arribar a una audiència encara més àmplia.

Pel que fa als sistemes de distribució, iVoox també permet enviar el pòdcast directament a les principals plataformes, com són Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts o Podimo. Aquestes plataformes són populars i àmpliament utilitzades, cosa que ens permet arribar a una gran audiència. També considerarem l'ús de xarxes socials com Twitter, Instagram i Facebook per promocionar el nostre pòdcast i interactuar amb la nostra audiència.

D'aquesta manera, en base a les màximes que es detallaran en el següent apartat, farem servir aquestes xarxes socials com a eina principal per arribar a una audiència més àmplia i nombrosa. Així doncs, la gestió de les xarxes socials serà un aspecte totalment clau no només en la promoció del pòdcast, sinó també en la seva distribució.

Comunicació

En primer lloc, per a poder organitzar un pla de comunicació efectiu, trobem la necessitat d'establir diferents objectius que busquem amb aquest pla:

- ♦ **Augmentar i maximitzar la visibilitat:** Posicionar el nostre pòdcast com una referència dins del mercat espanyol. Assegurar que el *No Preguntis* sigui reconegut i accessible a l'audiència objectiu.
- ♦ **Fidelitzar oients:** Construir una comunitat d'oients fidel que interactui i es comprometi amb el contingut, incrementant així la retenció d'audiència. Establir una connexió forta amb els oients a través de contingut rellevant i interactiu que promogui una audiència regular i compromesa.
- ♦ **Monetització efectiva:** Atraure anunciants i patrocinadors per generar ingressos. Donar a conèixer el pòdcast *No Preguntis* entre els possibles inversors/patrocinadors.
- ♦ **Promoure la marca:** Establir *No Preguntis* com una referència dins del sector dels pòdcasts d'entrevistes.

El missatge central del nostre pòdcast se centrarà en la seva capacitat d'entretenir, informar i connectar. Emfatitzarem la facilitat d'accés, la varietat de temes tractats i la proximitat amb l'audiència, tot destacant que som una plataforma que s'adapta a les necessitats i interessos dels oients. Aquest missatge es basa en la idea de proporcionar contingut de qualitat que sigui tant informatiu com inspirador.

A partir d'aquí, el missatge clau que volem transmetre amb aquest pòdcast és que *No Preguntis* ofereix una experiència única d'entreteniment i connexió personal amb figures rellevants de diversos àmbits. Proporcionant una mirada íntima a les seves històries a través d'un format distès i proper, creem un espai on els oients poden sentir-se part de la conversa.

En aquest sentit, la proximitat amb l'entrevistat i, sobretot, aconseguir crear una atmosfera que el permeti alliberar-se i sentir-se còmode, seran aspectes clau en el procés de comunicació del pòdcast.

Els elements de comunicació que farem servir per arribar a transmetre el nostre missatge i aconseguir els objectius de comunicació establerts són els següents:

- ♦ **Identitat Visual i Sonora:** Crearem una imatge de marca forta amb un logotip distintiu i una sintonia característica que seran fàcilment reconeixibles, per ser utilitzada a les plataformes i materials promocionals.
- ♦ **Contingut de Qualitat:** Ens assegurarem que cada episodi ofereixi valor afegit, sigui informatiu i entretingut, i estigui produït amb els més alts estàndards de qualitat.
- ♦ **Contingut promocional:** Desenvoluparem materials promocionals com tràilers, clips destacats i imatges que capturin l'essència del pòdcast.
- ♦ **Estratègia de Màrqueting Digital:** Utilitzarem les xarxes socials i altres plataformes digitals per difondre els nostres missatges i atraure nous oients. Les farem servir per compartir contingut exclusiu, anunciar nous episodis i interactuar amb l'audiència.
- ♦ **Col·laboracions i patrocinis:** Buscarem col·laboracions amb marques i influencers que puguin amplificar el missatge i arribar a nous públics.
- ♦ **Interacció amb l'Audiència:** Fomentarem la participació activa dels oients mitjançant la seva participació en alguna secció del pòdcast, a través de concursos i amb la realització d'esdeveniments en directe que incloguin la gravació d'episodis, per connectar amb l'audiència i oferir una experiència més immersiva.
- ♦ **Esdeveniments en directe:** Organitzarem esdeveniments en directe que inclouran la gravació d'episodis, per connectar amb l'audiència i oferir una experiència més immersiva.

Aquests elements de comunicació estan dissenyats per maximitzar la visibilitat del pòdcast, fomentar la interacció de l'audiència i construir una comunitat fidel d'oients. Cada element té un paper clau en la consecució d'aquests objectius.

Campanya de llançament

Per a la campanya de llançament del *No Preguntis* volem establir els següents objectius, que coincideixen bastant amb els del pla de comunicació general:

- ♦ **Maximitzar la visibilitat:** Assegurar que el pòdcast sigui conegut i accessible per l'audiència objectiu a tot Espanya.
- ♦ **Establir reconeixement de marca:** Posicionar *No Preguntis* com una referència dins dels pòdcasts d'entreteniment i entrevistes.
- ♦ **Fidelitzar oients:** Crear una comunitat d'oients que interactuïn i es comprometin amb el contingut.
- ♦ **Monetització efectiva:** Atraure anunciants i patrocinadors per generar ingressos des del principi.

Quant al missatge de la nostra campanya de llançament, creiem que «Connecta amb les històries» reflecteix perfectament allò que ofereix *No Preguntis*: una finestra a les vides de persones rellevants, proporcionant una experiència d'entreteniment única i propera.

Per captar l'atenció de l'audiència potencial, crear expectació al voltant del llançament i establir una base sòlida d'oients des dels primers episodis, així com aconseguir els objectius plantejats, es duran a terme les següents accions de comunicació:

- ♦ **Llançament de Teasers:** Publicar clips curts i atractius en xarxes socials i plataformes digitals per generar expectació.
- ♦ **Publicitat en Suport Físic:** Distribuir cartells, fulletons i altres materials promocionals en llocs estratègics per arribar a una audiència més àmplia i diversa.
- ♦ **Col·laboracions amb Influencers:** Associar-se amb influencers locals per amplificar el missatge i arribar a una audiència més àmplia.
- ♦ **Campanya de Publicitat Digital:** Utilitzar publicitat pagada en xarxes socials i plataformes de *streaming* per augmentar la visibilitat ràpidament.

- ♦ **Concursos i Interacció:** Incentivar la participació de l'audiència amb concursos i preguntes interactives relacionades amb el contingut del pòdcast.

El pressupost de la campanya de llançament és el següent:

Acció	Concepte	Preu unitari	Quantitat	Preu total	Observacions
Creació i llançament de teasers	Gestió de les xarxes socials	50,00 €	5 setmanes	250,00 €	
Publicitat en suport físic	Cartells	0,50 €	200 unitats	100,00 €	
	Fulletons	0,20 €	1000 unitats	200,00 €	
	Adhesius	0,10 €	1000 unitats	100,00 €	
Col·laboracions amb influencers		180 €	4 influencers	720,00 €	
Campanya de publicitat digital	Instagram	7,34 €	200 mil impressions	1.468,00 €	El preu unitari és el CPM (cost per mil impressions)
	X (Twitter)	6,00 €	150 mil impressions	900,00 €	
	YouTube	3,22 €	300 mil impressions	966,00 €	
	TikTok	10,00 €	150 mil impressions	1.500,00 €	
	Google Ads	2,90 €	300 mil impressions	870,00 €	
Total campanya de llançament				7.074 €	

Taula 8. Pressupost de la campanya de llançament. Elaboració pròpia.

Comunicació anual o comunicació Always-on

Per a aconseguir els objectius establerts a l'inici del pla de comunicació, realitzarem un seguit d'accions de comunicació vinculades, sobretot, a les xarxes socials.

En aquest sentit, per arribar a una audiència àmplia i diversa, la marca *No Preguntis*, tindrà presència a les següents xarxes socials:

- ♦ **Instagram:** Aquesta plataforma és perfecta per compartir imatges i vídeos curts relacionats amb el pòdcast. Podem utilitzar Instagram per donar als nostres seguidors continguts com *making of* de la producció del pòdcast o clips de fragments dels episodis.
- ♦ **TikTok:** La plataforma és ideal per compartir i viralitzar contingut curt, siguin fragments d'episodis o vídeos creats específicament per la plataforma.
- ♦ **X.com (Twitter):** És ideal per a actualitzacions ràpides i interactuar directament amb els oients. Podem fer servir Twitter per compartir enllaços als nous episodis, fer anuncis i participar en converses rellevants.
- ♦ **YouTube:** Tot i que és una plataforma de vídeo i una de les plataformes distribuïdores del nostre pòdcast, emprarem YouTube per compartir contingut curt en forma de *Shorts*.

Cada plataforma té els seus avantatges i desavantatges, així que la nostra estratègia serà adaptar el contingut a cada plataforma per aconseguir la màxima eficàcia. També estarem atents a les noves plataformes i tendències per assegurar-nos que estem arribant a la nostra audiència allà on sigui. En aquest sentit, establim les següents línies de contingut:

	Línies de contingut
Instagram	Stories amb pistes per esbrinar el convidat
	Publicacions anunciant el convidat
	Reels amb contingut <i>Behind the scenes</i>
	Clips del pòdcast
	Stories amb anuncis d'esdeveniments o llocs on participem
	Stories anunciant el llançament de cada episodi
TikTok	Vídeos amb contingut <i>Behind the scenes</i>
	Clips del pòdcast
	Vídeos curts amb reptes al carrer
x.com (Twitter)	Posts anunciant el convidat
	Posts anunciant esdeveniments o llocs on participem
	Posts anunciant el llançament de cada episodi
	Clips del pòdcast
YouTube	Vídeos amb contingut <i>Behind the scenes</i>
	Clips del pòdcast
	Vídeos curts amb reptes al carrer

Taula 9. Línies de contingut de la comunicació anual (always-on). Elaboració pròpia

A tot això, hi sumarem, una setmana al mes, la publicitat pagada a les xarxes socials, però invertint-hi molts menys diners que a la campanya de llançament. A més, realitzarem episodis especials temàtics i campanyes estacionals a les xarxes socials.

Per arribar als nostres objectius, hem fet servir la següent taula, en què desglossem, mes a mes, els diners que invertirem al llarg de l'any en la

Campanyes estacionals
Tomada a l'escola
Halloween
Nadal
Dia Mundial de la Ràdio
Sant Jordi
Inici de l'estiu (coincidint amb final de temporada)

Taula 10. Llista de campanyes estacionals. Elaboració pròpia.

comunicació anual (*always-on*). Per calcular aquest pressupost, ens hem centrat, bàsicament, en la publicitat digital que pagarem, basant-nos en els preus (CPM) establerts també a la campanya de llançament:

Mesos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Publicitat digital	Instagram	0,00 €	0,00 €	36,70 €	44,04 €	51,38 €	58,72 €	66,06 €	73,40 €	80,74 €	88,08 €	95,42 €	594,54 €
	X (Twitter)	0,00 €	0,00 €	12,00 €	18,00 €	24,00 €	30,00 €	36,00 €	42,00 €	48,00 €	54,00 €	60,00 €	324,00 €
	YouTube	0,00 €	0,00 €	19,32 €	22,54 €	25,76 €	28,98 €	32,20 €	35,42 €	38,64 €	41,86 €	45,08 €	289,80 €
	TikTok	0,00 €	0,00 €	20,00 €	30,00 €	40,00 €	50,00 €	60,00 €	70,00 €	80,00 €	90,00 €	100,00 €	540,00 €
	Google Ads	0,00 €	0,00 €	17,40 €	20,30 €	23,20 €	26,10 €	29,00 €	31,90 €	34,80 €	37,70 €	40,60 €	261,00 €
TOTAL COMUNICACIÓ ANUAL		0,00 €	0,00 €	105,42 €	134,88 €	164,34 €	193,80 €	223,26 €	252,72 €	282,18 €	311,64 €	341,10 €	2.009,34 €

Taula 11. Pressupost de la comunicació anual (*always-on*) durant la primera temporada. Elaboració pròpia.

A continuació, a més, adjuntem el calendari de comunicació de la primera temporada del *No PregunTis*:

	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol
Campanya de llançament												
Llançament de teasers												
Publicitat en suport físic												
Col·laboracions amb influencers												
Campanya de Publicitat Digital												
Concursos i Interacció												
Comunicació anual (Always-on)												
Publicació d'episodis												
Publicitat Digital												
Accions Instagram												
Accions TikTok												
Accions X (Twitter)												
YouTube												
Campanyes estacionals												

Taula 12. Calendari de comunicació durant la primera temporada. Elaboració pròpia.

Definició dels objectius comercials

Audiència

A l'hora de fer les estimacions necessàries pel que fa a l'audiència esperada, hem fet els càlculs a partir de la inversió realitzada a la campanya de llançament. En aquest sentit, no esperem obtenir oients directament de la publicitat en suport físic ni de les col·laboracions amb influencers, entenent aquestes accions de comunicació simplement com a elements per posicionar la nostra marca i que la potencial audiència sàpiga de la nostra existència. A partir d'aquí, tenint en compte el milió cent mil impressions que esperem obtenir amb la inversió en publicitat digital a la campanya de llançament, calculem que, durant el temps que dura aquesta campanya, tindrem 31.600 oients únics.

Per fer aquest càlcul, hem partit de la base de què la taxa de conversió (entesa com a percentatge de gent que decideix escoltar un episodi després de veure la publicitat) és la següent: Instagram, un 2%; X (Twitter), un 1%; YouTube, un 2,25%; TikTok, un 3,4%; i Google Ads, un 4,75% (DriftLead, 2023; Shaked, 2024).

No obstant això, d'aquests 31.600 oients, un 12,5% (3.950) arribarien en el primer episodi. Pel segon episodi, calculem que mantindrem un 30% dels oients del primer episodi, i hi sumarem el 22,5% dels oients que hem aconseguit gràcies a la campanya de llançament, per fer un total de 8.295 oients. Quant al tercer episodi, també calculem que aconseguirem mantenir el 30% dels oients de l'anterior, i també hi sumarem el 30% dels 31.600 oients de la campanya de llançament, arribant fins als 11.969 oients. Finalment, per tancar el bloc d'episodis que formaran a la campanya de llançament, el 35% restant dels oients aconseguits gràcies a la publicitat digital se sumará al 30% dels oients fidels de l'episodi anterior, fent un total de 14.651 oients. En total, amb aquest primer bloc de quatre episodis, tindrem un total de 38.864 oients.

A partir d'aquí, hem dividit els trenta-sis episodis restants en blocs de quatre, i hem calculat que durant els primers tres blocs hi haurà un augment del 20% en el nombre d'oients respecte al bloc anterior. El quart i el cinquè bloc aquest augment disminuirà fins al 12,5%, i en els darrers quatre blocs l'augment passarà a ser del 7%.

Pel que fa a la segona temporada, durant els primers sis blocs l'augment continuarà sent del 7%, i a partir del setè bloc passarà a ser del 4%, fins al cinquè bloc de la tercera temporada. A partir del sisè bloc d'aquesta tercera temporada, l'augment en l'audiència s'estabilitzarà en el 2% fins al final de la cinquena temporada, en el que suposarà una estabilització de la nostra audiència, arribant fins als gairebé 140.000 oients per episodi.

En la següent pàgina podeu veure l'estimació concreta de l'audiència durant els primers cinc anys, episodi a episodi de forma individual. També podeu veure les dades agrupades per grups de quatre episodis, així com agrupades de manera mensual. Com que la visualització de la taula no és òptima, podeu accedir a l'arxiu Excel fent-hi clic.

PRIMERA TEMPORADA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Mesos	Setembre				Octubre				Novembre				Desembre				Gener			
Audiència per episodi	3,950	8,295	11,969	14,651	10,493	11,076	12,850	13,190	13,152	13,571	14,411	15,573	15,950	16,453	17,125	18,505	17,755	18,510	19,266	21,031
Audiència cada 4 episodis	38,864				47,610				56,706				68,033				76,562			
TOTAL OIENTS MENSUAL	38,864				60,761				59,504				69,838				58,807			
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
Gener	Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
20,611	20,824	21,674	21,886	23,426	23,286	23,559	24,105	25,766	25,634	26,391	26,770	28,823	28,537	29,097	29,377	30,056	32,222	32,223	34,213	
84,996				94,376				104,561				115,833				128,713				
58,807		90,272				99,064				139,618				123,877				34,213		
SEGONA TEMPORADA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Mesos	Setembre				Octubre				Novembre				Desembre				Gener			
Audiència per episodi	30,988	32,709	36,152	37,874	33,157	34,999	38,683	40,525	35,478	37,449	41,391	43,362	37,961	40,070	44,288	46,397	40,619	42,875	47,388	49,645
Audiència cada 4 episodis	137,723				147,364				157,679				168,717				180,527			
TOTAL OIENTS MENSUAL	137,723				182,842				160,163				171,374				139,908			
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
Gener	Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
43,462	45,876	50,705	53,120	45,200	47,711	52,734	55,245	47,008	49,620	54,843	57,455	48,889	51,605	57,037	59,753	50,844	53,669	59,318	62,143	
193,164				200,890				208,926				217,283				225,974				
139,908		196,737				204,607				269,828				223,584				62,143		
TERCERA TEMPORADA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Mesos	Setembre				Octubre				Novembre				Desembre				Gener			
Audiència per episodi	52,878	55,816	61,691	64,629	54,993	58,048	64,159	67,214	57,193	60,370	66,725	69,902	59,481	62,785	69,394	72,698	61,860	65,296	72,170	75,606
Audiència cada 4 episodis	235,013				244,414				254,190				264,358				274,932			
TOTAL OIENTS MENSUAL	235,013				301,607				256,478				266,737				213,073			
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
Gener	Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
63,097	66,602	73,613	77,119	64,359	67,934	75,085	78,661	65,646	69,293	76,587	80,234	66,959	70,679	78,119	81,839	68,298	72,093	79,681	83,476	
280,431				286,040				291,760				297,596				303,547				
213,073		283,025				288,685				372,578				301,911				83,476		
QUARTA TEMPORADA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Mesos	Setembre				Octubre				Novembre				Desembre				Gener			
Audiència per episodi	69,664	73,534	81,275	85,145	71,057	75,005	82,900	86,848	72,479	76,505	84,558	88,585	73,928	78,035	86,250	90,357	75,407	79,596	87,974	92,164
Audiència cada 4 episodis	309,618				315,811				322,127				328,570				335,141			
TOTAL OIENTS MENSUAL	309,618				388,289				323,577				330,048				259,734			
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
Gener	Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
76,915	81,188	89,734	94,007	78,453	82,812	91,529	95,887	80,022	84,468	93,359	97,805	81,623	86,157	95,226	99,761	83,255	87,880	97,131	101,756	
341,844				348,681				355,654				362,767				370,023				
259,734		345,006				351,906				454,170				368,027				101,756		
CINQUENA TEMPORADA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Mesos	Setembre				Octubre				Novembre				Desembre				Gener			
Audiència per episodi	86,585	91,396	101,016	105,826	90,049	95,051	105,057	110,060	93,651	98,853	109,259	114,462	97,397	102,808	113,629	119,040	101,293	106,920	118,175	123,802
Audiència cada 4 episodis	384,824				400,217				416,225				432,874				450,189			
TOTAL OIENTS MENSUAL	384,824				493,867				419,971				436,770				348,897			
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
Gener	Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
103,318	109,058	120,538	126,278	105,385	111,239	122,949	128,804	107,492	113,464	125,408	131,380	109,642	115,734	127,916	134,007	111,835	118,048	130,474	136,687	
459,193				468,377				477,744				487,299				497,045				
348,897		463,440				472,709				610,080				494,365				136,687		

Taula 13. Estimació de l'audiència de cada episodi durant les primeres cinc temporades. Elaboració pròpia. Per a una correcta visualització, fer clic sobre la taula per accedir a l'Excel.

Ingressos

Pel nostre pòdcast, esperem obtenir ingressos mitjançant dues vies: la publicitat i les subscripcions. Com ja hem explicat amb anterioritat, hi haurà dos tipus diferents de subscripcions: les *Premium* i les *Gold*. Quant a la publicitat, també hem certificat en el mateix apartat quins seran els preus que cobrarem per inserir-la en el nostre producte.

Respecte a les subscripcions, hem estimat que el primer mes, sense pràcticament publicitat i acabats d'estrenar, no tindrem cap subscriptor. A partir del segon, però, hem estimat que les subscripcions suposaran l'1,5% de la nostra audiència de l'últim episodi de cada mes, repartit en un 1% de subscripcions *Premium* i un 0,5% de subscripcions *Gold*.

Pel que fa a la publicitat, hem establert un màxim per episodi de tres mencions (una després de presentar al convidat, una durant l'entrevista i una en acomiadar el convidat) i cinc anuncis preenregistrats (un a l'inici, dos abans de separadors i un altre al final), amb l'objectiu de no saturar l'audiència amb publicitat i que no aquesta no sigui massa feixuga. A aquest màxim s'hi arribarà al desembre, coincidint amb la prèvia de la campanya de Nadal. D'altra banda, quant a posar nom a les seccions, als patrocinis (de seccions o d'episodis) i al *product placement*, estimem que, en ser més car i demanar un desemborsament més alt pels anunciants, només en tindrem en dates i episodis esporàdics, probablement en dates assenyalades com Nadal o Sant Jordi.

A continuació podeu veure l'estimació concreta dels ingressos estimats durant els primers cinc anys, episodi a episodi de forma individual i agrupats de forma mensual. En aquest cas, però, les dades es troben també desglossades en funció de si els ingressos són per publicitat o per les subscripcions. De la mateixa manera, també podeu veure desglossats els ingressos per cada tipus de publicitat, així com per cada tipus de subscripció.

En aquest cas, però, la taula s'ha hagut de dividir en dos per fer-la encabir: una primera part amb la primera, la segona i la tercera temporada, i una segona part per la quarta i la cinquena. No obstant, com amb l'estimació de l'audiència, en cas de fer-hi clic us enllaçarà amb l'arxiu Excel per veure-ho correctament.



Autèntica		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		14		15		16		17		18		19		20		21		22		23		24		25		26		27		28		29		30		31		32		33		34		35		36		37		38		39		40		41		42		43		44		45		46		47		48		49		50		51		52		53		54		55		56		57		58		59		60		61		62		63		64		65		66		67		68		69		70		71		72		73		74		75		76		77		78		79		80		81		82		83		84		85		86		87		88		89		90		91		92		93		94		95		96		97		98		99		100		101		102		103		104		105		106		107		108		109		110		111		112		113		114		115		116		117		118		119		120		121		122		123		124		125		126		127		128		129		130		131		132		133		134		135		136		137		138		139		140		141		142		143		144		145		146		147		148		149		150		151		152		153		154		155		156		157		158		159		160		161		162		163		164		165		166		167		168		169		170		171		172		173		174		175		176		177		178		179		180		181		182		183		184		185		186		187		188		189		190		191		192		193		194		195		196		197		198		199		200		201		202		203		204		205		206		207		208		209		210		211		212		213		214		215		216		217		218		219		220		221		222		223		224		225		226		227		228		229		230		231		232		233		234		235		236		237		238		239		240		241		242		243		244		245		246		247		248		249		250		251		252		253		254		255		256		257		258		259		260		261		262		263		264		265		266		267		268		269		270		271		272		273		274		275		276		277		278		279		280		281		282		283		284		285		286		287		288		289		290		291		292		293		294		295		296		297		298		299		300		301		302		303		304		305		306		307		308		309		310		311		312		313		314		315		316		317		318		319		320		321		322		323		324		325		326		327		328		329		330		331		332		333		334		335		336		337		338		339		340		341		342		343		344		345		346		347		348		349		350		351		352		353		354		355		356		357		358		359		360		361		362		363		364		365		366		367		368		369		370		371		372		373		374		375		376		377		378		379		380		381		382		383		384		385		386		387		388		389		390		391		392		393		394		395		396		397		398		399		400		401		402		403		404		405		406		407		408		409		410		411		412		413		414		415		416		417		418		419		420		421		422		423		424		425		426		427		428		429		430		431		432		433		434		435		436		437		438		439		440		441		442		443		444		445		446		447		448		449		450		451		452		453		454		455		456		457		458		459		460		461		462		463		464		465		466		467		468		469		470		471		472		473		474		475		476		477		478		479		480		481		482		483		484		485		486		487		488		489		490		491		492		493		494		495		496		497		498		499		500		501		502		503		504		505		506		507		508		509		510		511		512		513		514		515		516		517		518		519		520		521		522		523		524		525		526		527		528		529		530		531		532		533		534		535		536		537		538		539		540		541		542		543		544		545		546		547		548		549		550		551		552		553		554		555		556		557		558		559		560		561		562		563		564		565		566		567		568		569		570		571		572		573		574		575		576		577		578		579		580		581		582		583		584		585		586		587		588		589		590		591		592		593		594		595		596		597		598		599		600		601		602		603		604		605		606		607		608		609		610		611		612		613		614		615		616		617		618		619		620		621		622		623		624		625		626		627		628		629		630		631		632		633		634		635		636		637		638		639		640		641		642		643		644		645		646		647		648		649		650		651		652		653		654		655		656		657		658		659		660		661		662		663		664		665		666		667		668		669		670		671		672		673		674		675		676		677		678		679		680		681		682		683		684		685		686		687		688		689		690		691		692		693		694		695		696		697		698		699		700		701		702		703		704		705		706		707		708		709		710		711		712		713		714		715		716		717		718		719		720		721		722		723		724		725		726		727		728		729		730		731		732		733		734		735		736		737		738		739		740		741		742		743		744		745		746		747		748		749		750		751		752		753		754		755		756		757		758		759		760		761		762		763		764		765		766		767		768		769		770		771		772		773		774		775		776		777		778		779		780		781		782		783		784		785		786		787		788		789		790		791		792		793		794		795		796		797		798		799		800		801		802		803		804		805		806		807		808		809		810		811		812		813		814		815		816		817		818		819		820		821		822		823		824		825		826		827		828		829		830		831		832		833		834		835		836		837		838		839		840		841		842		843		844		845		846		847		848		849		850		851		852		853		854		855		856		857		858		859		860		861		862		863		864		865		866		867		868		869		870		871		872		873		874		875		876		877		878		879		880		881		882		883		884		885		886		887		888		889		890		891		892		893		894		895		896		897		898		899		900		901		902		903		904		905		906		907		908		909		910		911		912		913		914		915		916		917		918		919		920		921		922		923		924		925		926		927		928		929		930		931		932		933		934		935		936		937		938		939		940		941		942		943		944		945		946		947		948		949		950		951		952		953		954		955		956		957		958		959		960		961		962		963		964		965		966		967		968		969		970		971		972		973		974	
-----------	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--



Audience	Segmento 1										Segmento 2										Segmento 3										Segmento 4										Segmento 5										Segmento 6										Segmento 7										Segmento 8										Segmento 9										Segmento 10										Segmento 11										Segmento 12										Segmento 13										Segmento 14										Segmento 15										Segmento 16										Segmento 17										Segmento 18										Segmento 19										Segmento 20										Segmento 21										Segmento 22										Segmento 23										Segmento 24										Segmento 25										Segmento 26										Segmento 27										Segmento 28										Segmento 29										Segmento 30										Segmento 31										Segmento 32										Segmento 33										Segmento 34										Segmento 35										Segmento 36										Segmento 37										Segmento 38										Segmento 39										Segmento 40										Segmento 41										Segmento 42										Segmento 43										Segmento 44										Segmento 45										Segmento 46										Segmento 47										Segmento 48										Segmento 49										Segmento 50										Segmento 51										Segmento 52										Segmento 53										Segmento 54										Segmento 55										Segmento 56										Segmento 57										Segmento 58										Segmento 59										Segmento 60										Segmento 61										Segmento 62										Segmento 63										Segmento 64										Segmento 65										Segmento 66										Segmento 67										Segmento 68										Segmento 69										Segmento 70										Segmento 71										Segmento 72										Segmento 73										Segmento 74										Segmento 75										Segmento 76										Segmento 77										Segmento 78										Segmento 79										Segmento 80										Segmento 81										Segmento 82										Segmento 83										Segmento 84										Segmento 85										Segmento 86										Segmento 87										Segmento 88										Segmento 89										Segmento 90										Segmento 91										Segmento 92										Segmento 93										Segmento 94										Segmento 95										Segmento 96										Segmento 97										Segmento 98										Segmento 99										Segmento 100										Segmento 101										Segmento 102										Segmento 103										Segmento 104										Segmento 105										Segmento 106										Segmento 107										Segmento 108										Segmento 109										Segmento 110										Segmento 111										Segmento 112										Segmento 113										Segmento 114										Segmento 115										Segmento 116										Segmento 117										Segmento 118										Segmento 119										Segmento 120										Segmento 121										Segmento 122										Segmento 123										Segmento 124										Segmento 125										Segmento 126										Segmento 127										Segmento 128										Segmento 129										Segmento 130										Segmento 131										Segmento 132										Segmento 133										Segmento 134										Segmento 135										Segmento 136										Segmento 137										Segmento 138										Segmento 139										Segmento 140										Segmento 141										Segmento 142										Segmento 143										Segmento 144										Segmento 145										Segmento 146										Segmento 147										Segmento 148										Segmento 149										Segmento 150										Segmento 151										Segmento 152										Segmento 153										Segmento 154										Segmento 155										Segmento 156										Segmento 157										Segmento 158										Segmento 159										Segmento 160										Segmento 161										Segmento 162										Segmento 163										Segmento 164										Segmento 165										Segmento 166										Segmento 167										Segmento 168										Segmento 169										Segmento 170										Segmento 171										Segmento 172										Segmento 173										Segmento 174										Segmento 175										Segmento 176										Segmento 177										Segmento 178										Segmento 179										Segmento 180										Segmento 181										Segmento 182										Segmento 183										Segmento 184										Segmento 185										Segmento 186										Segmento 187										Segmento 188										Segmento 189										Segmento 190										Segmento 191										Segmento 192										Segmento 193										Segmento 194										Segmento 195										Segmento 196										Segmento 197										Segmento 198										Segmento 199										Segmento 200										Segmento 201										Segmento 202										Segmento 203										Segmento 204										Segmento 205										Segmento 206										Segmento 207										Segmento 208										Segmento 209										Segmento 210										Segmento 211										Segmento 212										Segmento 213										Segmento 214										Segmento 215										Segmento 216										Segmento 217										Segmento 218										Segmento 219										Segmento 220										Segmento 221										Segmento 222										Segmento 223										Segmento 224										Segmento 225										Segmento 226										Segmento 227										Segmento 228										Segmento 229										Segmento 230										Segmento 231										Segmento 232										Segmento 233										Segmento 234										Segmento 235										Segmento 236										Segmento 237										Segmento 238										Segmento 239										Segmento 240										Segmento 241										Segmento 242										Segmento 243										Segmento 244										Segmento 245										Segmento 246										Segmento 247										Segmento 248										Segmento 249										Segmento 250										Segmento 251										Segmento 252										Segmento 253										Segmento 254										Segmento 255										Segmento 256										Segmento 257										Segmento 258										Segmento 259										Segmento 260										Segmento 261										Segmento 262										Segmento 263										Segmento 264										Segmento 265										Segmento 266										Segmento 267										Segmento 268										Segmento 269										Segmento 270										Segmento 271										Segmento 272										Segmento 273										Segmento 274										Segmento 275										Segmento 276										Segmento 277										Segmento 278										Segmento 279										Segmento 280										Segmento 281										Segmento 282										Segmento 283										Segmento 284										Segmento 285										Segmento 286										Segmento 287										Segmento 288										Segmento 289										Segmento 290										Segmento 291										Segmento 292										Segmento 293										Segmento 294										Segmento 295										Segmento 296										Segmento 297										Segmento 298										Segmento 299										Segmento 300										Segmento 301										Segmento 302										Segmento 303										Segmento 304										Segmento 305										Segmento 306										Segmento 307										Segmento 308										Segmento 309										Segmento 310										Segmento 311										Segmento 312										Segmento 313										Segmento 314										Segmento 315										Segmento 316										Segmento 317										Segmento 318										Segmento 319										Segmento 320										Segmento 321										Segmento 322										Segmento 323										Segmento 324										Segmento 325										Segmento 326										Segmento 327										Segmento 328										Segmento 329										Segmento 330										Segmento 331										Segmento 332										Segmento 333										Segmento 334										Segmento 335										Segmento 336										Segmento 337										Segmento 338										Segmento 339										Segmento 340										Segmento 341										Segmento 342										Segmento 343										Segmento 344										Segmento 345										Segmento 346										Segmento 347										Segmento 348										Segmento 349										Segmento 350										Segmento 351										Segmento 352										Segmento 353										Segmento 354										Segmento 355										Segmento 356										Segmento 357										Segmento 358										Segmento 359										Segmento 360										Segmento 361										Segmento 362										Segmento 363										Segmento 364										Segmento 365										Segmento 366										Segmento 367										Segmento 368										Segmento 369										Segmento 370										Segmento 371										Segmento 372										Segmento 373										Segmento 374										Segmento 375										Segmento 376										Segmento 377										Segmento 378										Segmento 379										Segmento 380										Segmento 381										Segmento 382										Segmento 383										Segmento 384										Segmento 385										Segmento 386										Segmento 387										Segmento 388										Segmento 389										Segmento 390										Segmento 391										Segmento 392										Segmento 393										Segmento 394										Segmento 395										Segmento 396										Segmento 397										Segmento 398										Segmento 399										Segmento 400										Segmento 401										Segmento 402										Segmento 403										Segmento 404										Segmento 405										Segmento 406										Segmento 407										Segmento 408										Segmento 409										Segmento 410										Segmento 411										Segmento 412										Segmento 413										Segmento 414										Segmento 415										Segmento 416										Segmento 417										Segmento 418										Segmento 419										Segmento 420										Segmento 421										Segmento 422										Segmento 423										Segmento 424										Segmento 425										Segmento 426										Segmento 427										Segmento 428										Segmento 429										Segmento 430										Segmento 431										Segmento 432										Segmento 433										Segmento 434										Segmento 435										Segmento 436										Segmento 437										Segmento 438										Segmento 439										Segmento 440										Segmento 441										Segmento 442										Segmento 443										Segmento 444										Segmento 445										Segmento 446										Segmento 447										Segmento 448										Segmento 449										Segmento 450										Segmento 451										Segmento 452										Segmento 453										Segmento 454										Segmento 455										Segmento 456										Segmento 457										Segmento 458										Segmento 459										Segmento 460										Segmento 461										Segmento 462										Segmento 463										Segmento 464										Segmento 465										Segmento 466										Segmento 467										Segmento 468										Segmento 469										Segmento 470										Segmento 471										Segmento 472										Segmento 473										Segmento 474										Segmento 475										Segmento 476										Segmento 477										Segmento 478										Segmento 479										Segmento 480										Segmento 481										Segmento 482										Segmento 483										Segmento 484										Segmento 485										Segmento 486										Segmento 487										Segmento 488										Segmento 489										Segmento 490										Segmento 491										Segmento 492										Segmento 493										Segmento 494										Segmento 495										Segmento 496										Segmento 497										Segmento 498										Segmento 499										Segmento 500										Segmento 501										Segmento 502										Segmento 503										Segmento 504										Segmento 505										Segmento 506										Segmento 507										Segmento 508										Segmento 509										Segmento 510										Segmento 511										Segmento 512										Segmento 513										Segmento 514										Segmento 515										Segmento 516										Segmento 517										Segmento 518										Segmento 519										Segmento 520										Segmento 521										Segmento 522										Segmento 523										Segmento 524										Segmento 525										Segmento 526										Segmento 527										Segmento 528										Segmento 529										Segmento 530										Segmento 531										Segmento 532										Segmento 533										Segmento 534										Segmento 535										Segmento 536										Segmento 537										Segmento 538										Segmento 539										Segmento 540										Segmento 541										Segmento 542										Segmento 543										Segmento 544										Segmento 545										Segmento 546										Segmento 547										Segmento 548										Segmento 549										Segmento 550										Segmento 551										Segmento 552										Segmento 553										Segmento 554										Segmento 555										Segmento 556										Segmento 557										Segmento 558										Segmento 559										Segmento 560										Segmento 561										Segmento 562										Segmento 563										Segmento 564										Segmento 565										Segmento 566										Segmento 567										Segmento 568										Segmento 569										Segmento 570										Segmento 571										Segmento 572										Segmento 573										Segmento 574										Segmento 575										Segmento 576										Segmento 577										Segmento 578										Segmento 579										Segmento 580										Segmento 581										Segmento 582										Segmento 583										Segmento 584										Segmento 585										Segmento 586										Segmento 587										Segmento 588										Segmento 589										Segmento 590										Segmento 591										Segmento 592										Segmento 593										Segmento 594										Segmento 595										Segmento 596										Segmento 597										Segmento 598										Segmento 599										Segmento 600										Segmento 601										Segmento 602										Segmento 603										Segmento 604										Segmento 605										Segmento 606										Segmento 607										Segmento 608										Segmento 609										Segmento 610										Segmento 611										Segmento 612										Segmento 613										Segmento 614										Segmento 615										Segmento 616										Segmento 617										Segmento 618										Segmento 619										Segmento 620										Segmento 621										Segmento 622										Segmento 623										Segmento 624										Segmento 625										Segmento 626										Segmento 627										Segmento 628										Segmento 629										Segmento 630										Segmento 631										Segmento 632										Segmento 633										Segmento 634										Segmento 635										Segmento 636										Segmento 637										Segmento 638										Segmento 639										Segmento 640										Segmento 641										Segmento 642										Segmento 643										Segmento 644										Segmento 645										Segmento 646										Segmento 647										Segmento 648										Segmento 649										Segmento 650										Segmento 651										Segmento 652										Segmento 653										Segmento 654										Segmento 655										Segmento 656										Segmento 657										Segmento 658										Segmento 659										Segmento 660										Segmento 661										Segmento 662										Segmento 663										Segmento 664										Segmento 665										Segmento 666										Segmento 667										Segmento 668										Segmento 669										Segmento 670										Segmento 671										Segmento 672										Segmento 673										Segmento 674										Segmento 675										Segmento 676										Segmento 677										Segmento 678										Segmento 679										Segmento 680										Segmento 681										Segmento 682										Segmento 683										Segmento 684										Segmento 685										Segmento 686										Segmento 687										Segmento 688										Segmento 689										Segmento 690										Segmento 691										Segmento 692										Segmento 693										Segmento 694										Segmento 695										Segmento 696										Segmento 697										Segmento 698										Segmento 699										Segmento 700										Segmento 701										Segmento 702										Segmento 703										Segmento 704										Segmento 705										Segmento 706										Segmento 707										Segmento 708										Segmento 709										Segmento 710										Segmento 711										Segmento 712										Segmento 713										Segmento 714										Segmento 715										Segmento 716										Segmento 717										Segmento 718										Segmento 719										Segmento 720										Segmento 721										Segmento 722										Segmento 723										Segmento 724										Segmento 725										Segmento 726										Segmento 727										Segmento 728										Segmento 729										Segmento 730										Segmento 731										Segmento 732										Segmento 733										Segmento 734										Segmento 735										Segmento 736										Segmento 737										Segmento 738										Segmento 739										Segmento 740										Segmento 741										Segmento 742										Segmento 743										Segmento 744										Segmento 745										Segmento 746										Segmento 747										Segmento 748										Segmento 749										Segmento 750										Segmento 751										Segmento 752										Segmento 753										Segmento 754										Segmento 755										Segmento 756										Segmento 757										Segmento 758										Segmento 759										Segmento 760										Segmento 761										Segmento 762										Segmento 763										Segmento 764										Segmento 765										Segmento 766										Segmento 767										Segmento 768										Segmento 769										Segmento 770										Segmento 771										Segmento 772										Segmento 773										Segmento 774										Segmento 775										Segmento 776										Segmento 777										Segmento 778										Segmento 779										Segmento 780										Segmento 781										Segmento 782										Segmento 783										Segmento 784										Segmento 785										Segmento 786										Segmento 787										Segmento 788										Segmento 789										Segmento 790										Segmento 791										Segmento 792										Segmento 793										Segmento 794										Segmento 795										Segmento 796										Segmento 797										Segmento 798										Segmento 799										Segmento 800										Segmento 801										Segmento 802										Segmento 803										Segmento 804										Segmento 805										Segmento 806										Segmento 807										Segmento 808										Segmento 809										Segmento 810										Segmento 811										Segmento 812										Segmento 813										Segmento 814										Segmento 815										Segmento 816										Segmento 817										Segmento 818										Segmento 819										Segmento 820										Segmento 821										Segmento 822										Segmento 823										Segmento 824										Segmento 825										Segmento 826										Segmento 827										Segmento 828										Segmento 829										Segmento 830										Segmento 831										Segmento 832</									
----------	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Pla de producció

Cicle productiu

El cicle de producció serà setmanal, amb la publicació dels episodis els dimarts. Tot i això, sempre s'intentarà tenir enregistrats els episodis enregistrats amb dues setmanes d'antelació.

Les tasques del procés es poden ordenar cronològicament de la següent forma:

1. **Preproducció:** Aquesta fase inclou la selecció i el tancament d'entrevistats, la preparació d'entrevistes i l'escriptura de guions, així com la selecció de les músiques i la realització dels càirons. Es realitzarà amb recursos propis, i sempre mirant a tres setmanes vista. Això significa que sempre tindrem tancats els següents tres entrevistats, pot implicar reunions d'equip, sessions de pluja d'idees i recerca en línia i tindrà una durada màxima de dos dies en el cicle productiu.
2. **Enregistrament:** Es realitzarà en un estudi amb l'equipament tècnic necessari. Aquesta etapa requerirà, com a màxim, un dia, en el qual s'inclou el temps necessari per a la preparació de l'estudi i les proves de so i de càmera. És important tenir en compte que aquesta etapa inclou no només l'enregistrament d'àudio sinó també la realització en directe, tant de les músiques i els efectes sonors com de les càmeres. Aquesta tasca estarà externalitzada, contractant una empresa perquè ens faci la realització tècnica tant d'imatge com d'àudio.
3. **Postproducció:** Després de l'enregistrament, s'editarà l'àudio per millorar la qualitat, i es corregiran les possibles errades que hi pugui haver en la realització en directe, tant en les imatges com en l'àudio. A més, també s'incorporaran al vídeo les caretes, els càirons i tot el que s'hagi d'afegir posteriorment. També es farà ús de programari d'edició d'àudio i vídeo professional. Aquesta tasca es farà amb recursos propis i tindrà una durada màxima de dos dies.
4. **Distribució:** Un cop l'episodi està llest, es carregarà a les plataformes d'allotjament escollides (iVoox i YouTube), i es programarà la seva publicació pel dimarts a les 6 h. Aquesta tasca es farà amb recursos propis, però requereix una connexió a internet estable.

- ♦ **Promoció:** Es farà ús de xarxes socials i plataformes de promoció per donar a conèixer el nou episodi. Això inclou la creació del contingut promocional ja mencionat al pla de comunicació, la interacció amb els oients i la gestió de les respostes. Aquesta tasca és contínua i es durà a terme al llarg de tota la setmana, amb recursos propis.
- ♦ **Monetització:** Es buscaran patrocinadors i es gestionaran anuncis dins del pòdcast, tal com està previst també al pla de comunicació. Aquesta tasca és contínua i es durà a terme al llarg de tota la setmana, amb recursos propis. Això pot implicar la negociació de contractes, la gestió de relacions amb els patrocinadors i la planificació d'espais publicitaris.

Cadascuna d'aquestes etapes requerirà recursos específics com equipament tècnic i informàtic, programari d'edició, personal de producció i màrqueting i l'externalització del personal tècnic necessari per a la producció del pòdcast. La coordinació efectiva i la gestió del temps seran clau per mantenir un cicle productiu setmanal constant.

Resum de recursos i costos de producció

Espai de treball

Per a la producció del nostre pòdcast necessitarem un espai que serveixi com a estudi de gravació. Aquest espai hauria de ser tranquil, ben aïllat acústicament i amb l'equipament tècnic necessari. Llogarem un estudi al carrer Rosselló, 396, de Barcelona, a la zona de la Sagrada Família, amb l'empresa Onda Estudios, que té un preu de 200 € per una hora i mitja de gravació. Aquest preu inclou l'estudi de gravació, amb aire condicionat, llum natural i wifi, tot l'attrezzo necessari, un tècnic i tot l'equip de gravació necessari (micròfons, càmeres, programari, il·luminació, etc.), a més d'un arxiu amb tota l'edició de vídeo ja realitzada. Tenint en compte els quaranta episodis de la temporada, el cost total per l'espai és de 8.000 €.

Inversions de capital fix

Per la creació i comercialització del nostre pòdcast, és necessari que invertim en un seguit d'elements de capital fix que ens permeti treure'n el màxim profit i professionalitzar-lo el màxim possible.

- ♦ **Immobilitzat immaterial:** Un pas imprescindible és el registre de la marca *No Preguntis* a l'Oficina de Espanola de Patentes y Marcas, tasca que té un preu de 127,88 € si es fa de forma telemàtica. De la mateixa manera, també necessitarem programari professional d'edició d'imatge, d'àudio i de vídeo. En aquest sentit, per l'edició d'imatge, comprarem la llicència universal d'Affinity V2, que té un cost de 170,99 € en un sol pagament. Pel que fa a la d'àudio i vídeo, farem servir DaVinci Resolve 19, sense necessitat de comprar la versió Studio per les seves característiques, així que és gratuïta.
- ♦ **Immobilitzat material:** Comprarem dos ordinadors portàtils HP Laptop 15s-eq2071ns a MediaMarkt, per 413,10 € cadascun. De la mateixa manera, també comprarem a MediaMarkt la impressora HP Deskjet 2821e amb tres mesos d'*Instant Ink* (subscripció de tinta) per 59,99 €. A la mateixa botiga comprarem un telèfon intel·ligent Xiaomi Redmi Note 12 Pro per 299 €, destinat, principalment, a la gestió de les xarxes socials. El cost total, doncs, ascendeix a 1185,19 €.

Costos de capital fix

Hem de tenir en compte la pèrdua de valor dels actius fixos, així com el cost que suposarà el seu manteniment.

- ♦ **Amortitzacions:** Hem d'amortitzar el nostre capital fix d'acord amb la seva vida útil estimada. Tenint en compte que el valor residual dels nostres béns és del 10%, hem calculat que el programari té una vida útil de cinc anys, amb una quota d'amortització de 30,78 €; els ordinadors i la impressora de quatre anys, amb una quota d'amortització de 199,39 €; i el telèfon intel·ligent de tres anys, amb una quota d'amortització de 89,7 €. Per tant, les amortitzacions anuals són de 319,87 €.
- ♦ **Manteniment:** També hem de tenir en compte els costos de manteniment del nostre capital fix, com poden ser les reparacions, la neteja o les actualitzacions. Suposant que aquests costos suposen un 10% del valor inicial del capital fix a l'any, els costos de manteniment del programari són 17,09 €, dels ordinadors són 82,62 €, de la impressora, 5,99 €, i del telèfon intel·ligent, 29,90 €. Així doncs, el total que gastarem en manteniment serà de 135,62 €.

Costos d'aprovisionament (capital circulant)

Necessitarem comprar alguns materials i serveis que ens permetin realitzar el nostre pòdcast de la millor manera possible, entre els quals trobem:

- ♦ **Drets d'autor:** Per evitar problemes legals per qüestions de drets d'autor de les diferents cançons, necessitem fer-nos amb aquests drets abans de la seva utilització. Per això, pagarem la tarifa de la SGAE pel *webcasting*, consistent en 77,32 € mensuals.
- ♦ **Material d'oficina:** També caldrà fer-nos amb material d'oficina per poder desenvolupar el pòdcast correctament, en totes les etapes del cicle productiu. Entre aquest material d'oficina hi trobem paper, bolígrafs, carpetes o arxivadors, que tindran un cost variable en funció de l'ús que li donem, però hem estimat un cost de 150 € a l'inici i 25 € més de forma trimestral. A aquest preu hi hem de sumar la subscripció a *Instant Ink*, el servei de subministrament de tinta d'HP, i hem optat pel pla de 6,99 € al mes, que ens permet imprimir fins a 100 pàgines mensuals. Tenint en compte que els tres primers mesos venen inclosos amb la compra de la impressora, començarem a pagar a partir del quart.

Costos de personal

Per al correcte funcionament del pòdcast, comptem que necessitarem tres persones, dues d'elles amb dedicació a temps complet i la tercera amb dedicació a temps parcial. Tot i això, les tres persones seran autònomes i facturaran mensualment segons el nombre d'episodis en què hagin participat aquell mes.

En aquest sentit, hi haurà les dues persones que codirigiran el pòdcast, que seran també les responsables de presentar el pòdcast i conduir les entrevistes, així com de tota la fase de preproducció, a excepció de la coordinació de convidats i de la gestió dels recursos necessaris per a la gravació. Aquestes dues persones també es repartiran la feina de la fase de postproducció, encarregant-se una de l'àudio i l'altre del vídeo. A més, una s'encarregarà també de gestionar la monetització del pòdcast i de la distribució d'aquest, mentre que l'altra serà la responsable de la promoció, gestionant les xarxes socials, publicant contingut i interactuant amb els seguidors. Aquestes dues persones cobraran,

cadascuna, 850 € per episodi, que multiplicat pels quaranta episodis que tindrà cada temporada, seran 34.000 € per temporada, 68.000 € entre les dues.

D'altra banda, hi haurà una tercera persona encarregada de coordinar els convidats i de gestionar els recursos necessaris per a la gravació, així com de col·laborar en la dinamització de les diferents seccions i jocs dins de cada episodi. Aquesta persona, en tenir menys dedicació al pòdcast, cobrarà 425 € per episodi, que multiplicat pels quaranta episodis que tindrà cada temporada, seran 17.000 € per temporada.

Altres costos de producció

Per a dur a terme el *No Preguntis* també hem d'assumir altres costos de producció relacionats amb les comunicacions i el transport. Aquests són els costos estimats:

- ♦ **Comunicacions:** Per tal de poder comunicar-nos amb el nostre equip i els nostres convidats, així com gestionar les xarxes socials, necessitem subscriure'ns a serveis de telefonia i internet mòbil. Hem optat per contractar la tarifa mòbil amb Som Connexió, una cooperativa de telefonia mòbil sense afany de lucre que ens ofereix una línia amb trucades il·limitades i 150 GB d'internet per 31,50 € al mes.
- ♦ **Transport:** Per poder desplaçar-nos a l'estudi de gravació invertirem 42,70 € cada tres mesos per cadascun de nosaltres (128,10 € en total). Amb aquest pressupost adquirirem una T-jove, ja que la nostra idea és desplaçar-nos en transport públic sempre que sigui possible, per reduir l'impacte mediambiental i els nostres costos.
- ♦ **Entrevistats/des:** També disposarem d'un pressupost de 200 € per cada persona entrevistada al pòdcast, que es destinarà a sufragar les seves despeses en transport i a oferir-los una dieta. Tenint en compte que la temporada disposarà de quaranta episodis (tal com hem establert al calendari de comunicació), això ens suposarà un cost per temporada de 8000 €.

Serveis externs

Tenint en compte que hi ha certes accions i tasques que nosaltres no podem assumir perquè no sabem fer o perquè aconseguir tots els mitjans no està al nostre abast, hem decidit externalitzar-les.

- ♦ **Disseny de caretes i càirons:** Tot i que la imatge de marca ja està creada per nosaltres, és imprescindible realitzar les caretes d'introducció i de sortida del pòdcast, així com les de separació dels diferents blocs i els càirons. Per fer-ho, contractarem un dissenyador autònom perquè ens les faci, amb un cost de 50 € per la d'entrada, 50 € per la de sortida, i 15 € per cadascuna de les caretes separadores i la plantilla pels càirons. Tenint en compte que ara mateix disposem de vuit tipus de jocs diferents, necessitem vuit caretes per cadascun d'ells, així que el total de les caretes i càirons tindran un cost inicial de 235 €. A més, calculem que mantenir la imatge audiovisual de pòdcast ens suposarà un cost de 20 € mensuals en concepte d'actualitzacions de les caretes per adaptar-les als jocs nous que anem afegint constantment.
- ♦ **Realització tècnica dels episodis:** Necessitarem externalitzar la realització dels episodis, de forma que tinguem un tècnic a la nostra disposició que s'encarregui de fer que tot soni perfectament, de llençar-nos les músiques, realitzar les càmeres, punxar els càirons i les caretes i fer-nos el muntatge audiovisual final. Aquesta tasca va inclosa en el preu de l'espai de treball.

Costos de comercialització

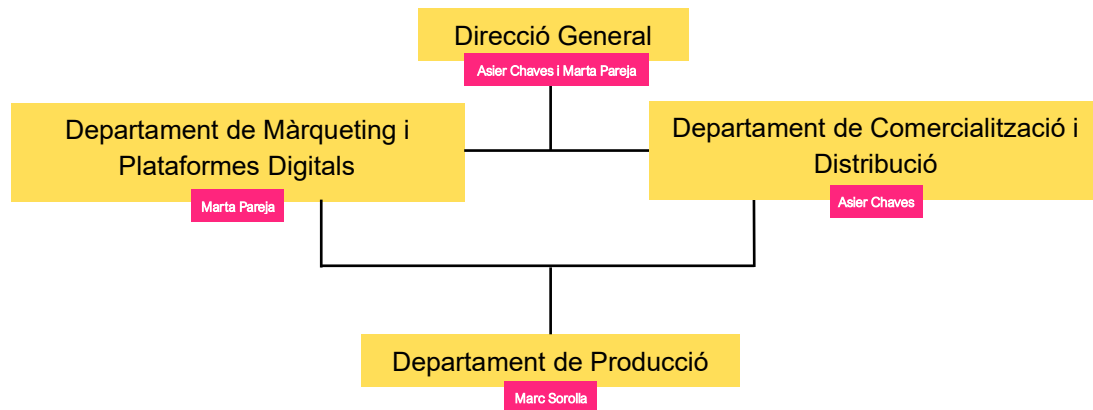
Aquests costos estan establerts al pla de màrqueting, tant els costos de distribució com els costos de la comunicació empresarial en la campanya de llançament i durant tot l'any.

Costos generals d'administració

Per poder portar la part financera, administrativa i fiscal de l'empresa hem contractat una gestoria que ens ofereix un servei complet. La gestoria ens cobra 200 € de quota fixa mensual on entra passar la comptabilitat (clients, proveïdors i bancs) i els impostos trimestrals i anuals. Dins les despeses que hi ha a la gestoria s'inclouen 500 € per donar d'alta la nostra empresa (només es paguen un cop). A més, al febrer haurem de pagar 50 € pel model 347; a l'abril 50 € pels llibres oficials, 37 € pel registre mercantil i 40 € per la declaració de la renda i al juliol 150 € per l'impost de societat, 135 € pels comptes anuals i 50 € pel registre de comptes. A més, un cost fix de 15 € al mes per cada factura mensual que fem als autònoms, el que seria 45 € al mes fixos.

Hem escollit com a forma jurídica la Societat Limitada (SL), que és la més adequada per una petita empresa com és el nostre cas, amb només dos socis fundadors, i la seva creació requereix 3.000 € de capital social mínim.

Organigrama



Hem establert un organigrama en què els diversos departaments depenen directament de la direcció general, a excepció del Departament de Producció, que depèn dels altres dos departaments que té per sobre jeràrquicament.

- ♦ **Direcció General:** La direcció general del *No Preguntis* està formada pels dos socis fundadors, que som l'Asier Chaves i la Marta Pareja. Ambdós s'encarreguen, a parts iguals, de prendre les decisions importants durant tota la producció del pòdcast, així com coordinar els àmbits de contingut i gestionar els recursos.
- ♦ **Departament de Màrqueting i Plataformes Digitals:** Se'n desprèn de la direcció general i està format per la Marta Pareja, que planifica i executa les campanyes de màrqueting, gestiona la presència de la marca a les diferents plataformes digitals, especialment a Instagram, x.com (Twitter), TikTok i YouTube Shorts, i assigna els recursos necessaris per al màrqueting i per les diferents plataformes digitals.
- ♦ **Departament de Comercialització i Distribució:** També se'n desprèn de la Direcció General i està format per l'Asier Chaves, que s'encarrega de la gestió de les plataformes de distribució i de la monetització i comercialització del pòdcast, sent la persona encarregada de trobar i gestionar els diversos anunciants.

- ♦ **Departament de Producció:** Depèn dels departaments anteriors, i està format pel Marc Sorolla, que hi tindrà una dedicació a temps parcial, i que s'encarrega de la gestió dels convidats, tancant entrevistes, dies de gravació i proporcionant als entrevistats tot el necessari per al correcte enregistrament del pòdcast, tant abans com durant.

Pla financer

Pressupost de capital

FINANÇAMENT		INVERSIÓ	
Concepte	Import	Concepte	Import
Recursos propis	8.475,90 €	Despeses de constitució	3.500,00 €
Subvencions	33.903,59 €		
Prèstecs		Immobilitzat immaterial	
		Registre de marca	127,88 €
		Programari (compra)	170,99 €
		Disseny de caretes i càirons	235,00 €
		Immobilitzat material	
		Equips informàtics	1.185,19 €
		Costos d'aprovisionament	
		Material d'oficina	150,00 €
		Altres	
		Campanya de llançament	7.074,00 €
		Saldo inicial de tresoreria	29.936,43 €
TOTAL RECURSOS	42.379,49 €	TOTAL INVERSIONS (tresoreria inclosa)	42.379,49 €

Taula 16. Pressupost de capital. Elaboració pròpia.

Pressupost d'explotació

Primer any

Mesos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Subscripcions	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	721,36 €	1.312,27 €	1.947,69 €	3.981,32 €
Publicitat	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	665,48 €	4.562,23 €	4.648,85 €	9.324,08 €	19.200,64 €
TOTAL INGRESSOS	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	665,48 €	5.283,60 €	5.961,12 €	11.271,76 €	23.181,96 €
Material d'oficina	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	31,99 €	31,99 €	138,98 €
Facturació autònoms	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	4.250,00 €	8.500,00 €	10.625,00 €	8.500,00 €	8.500,00 €	40.375,00 €
Comunicació anual	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	105,42 €	134,88 €	164,34 €	404,64 €
Espai de treball	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	400,00 €	800,00 €	1.000,00 €	800,00 €	800,00 €	3.800,00 €
Transportes	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	128,10 €	- €	- €	128,10 €	- €	256,20 €
Entrevistats/des	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	400,00 €	800,00 €	1.000,00 €	800,00 €	800,00 €	3.800,00 €
Comunicacions	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	157,50 €
Manteniment	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	11,30 €	11,30 €	11,30 €	11,30 €	11,30 €	56,51 €
Distribució	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	431,88 €	- €	- €	- €	- €	431,88 €
Disseny de caretes i càirons	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	100,00 €
Gestoria	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	245,00 €	245,00 €	245,00 €	245,00 €	245,00 €	1.225,00 €
Drets d'autor	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	386,60 €
Amortitzacions	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	319,87 €
TOTAL DESPESES	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	6.046,76 €	10.536,78 €	13.167,20 €	10.806,75 €	10.708,11 €	51.265,59 €
Resultat d'explotació	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- 6.046,76 €	- 9.871,30 €	- 7.883,60 €	- 4.845,63 €	563,66 €	- 28.083,63 €
-Despeses financeres	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Resultat d'explotació abans d'impostos	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- 6.046,76 €	- 9.871,30 €	- 7.883,60 €	- 4.845,63 €	563,66 €	- 28.083,63 €
-Impost de societats	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
RESULTAT ORDINARI D'EXPLOTACIÓ	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- 6.046,76 €	- 9.871,30 €	- 7.883,60 €	- 4.845,63 €	563,66 €	- 28.083,63 €

Taula 17. Pressupost d'explotació del primer any. Elaboració pròpia.

Segon any

Mesos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Subscripcions	2.284,39 €	2.554,51 €	2.812,01 €	3.191,93 €	3.534,85 €	3.753,14 €	- €	- €	3.116,07 €	1.945,96 €	3.123,26 €	4.455,86 €	12.641,15 €
Publicitat	9.118,79 €	9.448,31 €	10.405,58 €	14.721,37 €	10.504,48 €	7.178,69 €	- €	- €	11.698,63 €	15.573,08 €	13.617,03 €	14.542,81 €	55.431,56 €
TOTAL INGRESSOS	11.403,18 €	12.002,82 €	13.217,59 €	17.913,30 €	14.039,33 €	10.931,84 €	- €	- €	14.814,70 €	17.519,04 €	16.740,30 €	18.998,66 €	147.580,77 €
Material d'oficina	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	31,99 €	383,88 €
Sous bruts	10.625,00 €	8.500,00 €	8.500,00 €	10.625,00 €	6.375,00 €	- €	- €	4.250,00 €	8.500,00 €	10.625,00 €	8.500,00 €	8.500,00 €	85.000,00 €
Comunicació anual	193,80 €	223,26 €	252,72 €	282,18 €	311,64 €	341,10 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	1.604,70 €
Espai de treball	1.000,00 €	800,00 €	800,00 €	1.000,00 €	600,00 €	- €	- €	400,00 €	800,00 €	1.000,00 €	800,00 €	800,00 €	8.000,00 €
Transportes	- €	128,10 €	- €	- €	128,10 €	- €	- €	128,10 €	- €	- €	128,10 €	- €	512,40 €
Entrevistats/des	1.000,00 €	800,00 €	800,00 €	1.000,00 €	600,00 €	- €	- €	400,00 €	800,00 €	1.000,00 €	800,00 €	800,00 €	8.000,00 €
Comunicacions	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	31,50 €	378,00 €
Manteniment	4,71 €	4,71 €	4,71 €	4,71 €	4,71 €	4,71 €	4,71 €	11,30 €	11,30 €	11,30 €	11,30 €	11,30 €	135,62 €
Distribución	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	431,88 €	- €	- €	- €	- €	431,88 €
Disseny de caretes i càirons	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	240,00 €
Gestoria	245,00 €	245,00 €	245,00 €	372,00 €	245,00 €	245,00 €	580,00 €	245,00 €	245,00 €	245,00 €	245,00 €	245,00 €	3.402,00 €
Drets d'autor	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	77,32 €	927,84 €
Amortitzacions	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	26,66 €	319,87 €
TOTAL DESPESES	13.255,97 €	10.888,53 €	10.789,89 €	13.471,35 €	8.451,91 €	778,27 €	772,17 €	6.053,75 €	10.543,77 €	13.068,77 €	10.671,87 €	10.543,77 €	109.290,04 €
Resultat d'explotació	- 1.852,80 €	1.114,29 €	2.427,70 €	4.441,94 €	5.587,42 €	10.153,56 €	- 772,17 €	- 6.053,75 €	4.270,94 €	4.450,27 €	6.068,43 €	8.454,90 €	38.290,73 €
-Despeses financeres	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Resultat d'explotació abans d'impostos	- 1.852,80 €	1.114,29 €	2.427,70 €	4.441,94 €	5.587,42 €	10.153,56 €	- 772,17 €	- 6.053,75 €	4.270,94 €	4.450,27 €	6.068,43 €	8.454,90 €	38.290,73 €
-Impost de societats	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	1.531,06 €
RESULTAT ORDINARI D'EXPLOTACIÓ	- 1.852,80 €	1.114,29 €	2.427,70 €	4.441,94 €	5.587,42 €	10.153,56 €	- 772,17 €	- 6.053,75 €	4.270,94 €	4.450,27 €	6.068,43 €	8.454,90 €	36.759,66 €

Taula 18. Pressupost d'explotació del segon any. Elaboració pròpia.

BIBLIOGRAFIA

- Amoedo-Casais, A., Moreno-Moreno, E., Negredo-Bruna, S., Kaufmann-Argueta, J., & Vara-Miguel, A. (2023). *Digital News Report España 2023. El periodismo afronta el reto de la confianza ante los nuevos referentes*. <https://doi.org/10.15581/019.2023>
- Associació Catalana de Ràdio. (2024). *Informe executiu de l'evolució de la ràdio a Catalunya. Dades EGM 2023*.
- AVANTE. (2022). *EGM Catalunya. 3a onada 2022*.
- AVANTE. (2024). *EGM Catalunya. 1a onada 2024*.
- Cantolla, I. (2022). *El podcast en España: de la evolución a la revolución*. <https://www.panoramaaudiovisual.com/2022/01/11/podcast-espana-evolucion-revolucion/>
- Cubas, A. (2023). *El coste de la publicidad en podcasts: ¿una oportunidad para que los autónomos den a conocer su negocio?* <https://www.autonomosyempreendedor.es/articulo/herramientas-digitales/coste-publicidad-podcasts-oportunidad-que-autonomos-den-conocer-negocio/20231026100925032853.html>
- Datosmacro.com. (2023). *España - Piramide de Población 2023*. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/espana>
- DIRCOMFIDENCIAL. (2023). *Dentsu prevé que la inversión publicitaria en podcasts en España ascienda a los 6,2 millones este año*. DIRCOMFIDENCIAL. <https://dircomfidencial.com/medios/dentsu-preve-que-la-inversion-publicitaria-en-podcasts-en-espana-asciende-a-los-62-mil-millones-20230816-0405/>
- DriftLead. (2023). *Average Conversion Rates by Channel: Instagram, Facebook, Google and More*. <https://driftlead.com/blog/average-conversion-rates-by-channel-instagram-facebook-google-and-more/#what-is-a-conversion-rate>
- Europa Creativa. (s.d.). *Ayudas Europeas a la Cultura y Audiovisual | EUROPA CREATIVA*. Recuperat 16 desembre 2023, de europacreativa.es
- GfK DAM. (2023). *El 60% de la población en España escucha podcasts y música en streaming cada mes*. <https://www.gfk.com/es/prensa/gfk-dam-analisis-podcasts-musica>
- Gobierno de España. (s.d.). *Conoce 'Espacio Audio: para impulsar la industria del audio en España. Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. Recuperat 16 desembre 2023, de <https://planderecuperacion.gob.es/noticias/conoce-espacio>

[audio-para-impulsar-industria-musica-podcast-audiolibro-espanol-Espana-adenda-prtr](#)

HookSounds. (2022). *Una Guía para la Publicación de tu Podcast*.
<https://www.hooksounds.com/es/blog/cargar-un-podcast/>

IAB Spain, & Elogia. (2023). *Estudio de Audio Digital*. <https://iabspain.es/estudio/estudio-audio-digital-2023/>

Idescat. (s.d.). *Idescat. Estadística del Audiovisual. Radio. Audiencia de radio*.
<https://www.idescat.cat/pub/?id=eac&n=3.1.1.01&lang=es>

Idescat. (2024). *Idescat. Anuario estadístico de Cataluña. Población a 1 de enero. Por sexo y grupos de edad*.
<https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15231&lang=es>

INE - Instituto Nacional de Estadística. (s.d.). *INEbase / Demografía y Población / Cifras de población y censos demográficos / Estadística Continua de Población / Últimos datos*.
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

InfoAdex. (2023). *Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2023*.

Institut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB). (2023). *INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2021–2022* (B. López, A. Huertas Bailén, & L. Peres-Neto, Ed.).

Ley 2/2019, de 1 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/26/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, y la Directiva (UE) 2017/1564 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de septiembre de 2017., Boletín Oficial del Estado (BOE) 20282 (2019).
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-2974

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual., Boletín Oficial del Estado (BOE) (2022).

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad., Boletín Oficial del Estado (BOE) (1988).

Llonch, E., & Cyberclick. (2020). *Mejor hora y día para publicar tu podcast*.
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/mejor-hora-y-dia-para-publicar-tu-podcast>

- Martínez, P. (2024). *Los podcasts más escuchados en España (2024)* - iVoox Blog. <https://www.ivoox.com/blog/los-podcasts-mas-escuchados-en-espana/>
- Ministerio de Cultura y Deporte. (s.d.). *Becas, ayudas y subvenciones*. Recuperat 16 desembre 2023, de <https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones.html>
- Ministerio de Educación Formación Profesional y Deportes. (2024, maig). *Nivel de formación de la población adulta (25-64 años) y evolución por Administración educativa*. <https://www.educacionfpydeportes.gob.es/mc/redie-eurydice/sistemas-educativos/contexto/nivel-formacion-poblacion-adulta.html>
- Morales, C. (2023). *Acast: el 81% de los oyentes de podcast ha descubierto allí nuevas marcas*. <https://prnoticias.com/2023/06/28/acast-el-81-de-los-oyentes-de-podcast-ha-descubierto-alli-nuevas-marcas/>
- Moreno Cazalla, L. (2017). Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español. *Prisma Social*, 18, 334-364. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1418>
- Observatorio iVoox. (2023). *Estado del consumo de podcasts en español*. <https://g25b9wmr.sibpages.com>
- RTVE.es. (2023). *Estirando el chicle: quiénes son las dos mujeres con el podcast más escuchado de España*. <https://www.rtve.es/television/20230208/creadoras-estirando-chicle/2422194.shtml#:~:text=Carolina%20y%20Victoria%20se%20conocieron,ver%20su%20show%20en%20directo>
- Sellas, T., & Solà, S. (2019). Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media*, 17(1), 63-81. https://doi.org/10.1386/rjao.17.1.63_1
- Shaked, Y. (2024). *How Much Do TikTok Ads CPM Cost in 2024?* <https://www.varos.com/blog/tiktok-ads-cpm-cost>

Annex

Entrevista a Gema Jiménez

Productora d'Estirando el Chicle i Buenismo Bien

♦ Quins són els rols que duus a terme dins de l'empresa/productora?

En mi labor como productora en la empresa, me encargo de preparar contenidos para su posterior difusión. Mi trabajo va desde tareas simples como llevar cafés a los invitados hasta funciones más complejas como coordinar su participación. Esto incluye contactar con los invitados, explicarles de qué va el programa, asegurarme de que asistan, grabarles, y en algunos casos, preparar un guion. También me ocupo de reservar y preparar el estudio. Básicamente, gestiono todo lo necesario para que el programa o espacio se grabe y salga al aire.

Básicamente, todo lo que va desde la búsqueda de invitados y temas, hasta la culminación con la grabación y difusión del contenido, aunque la edición la realizan los técnicos. Por ejemplo, si en Buenismo me piden una bata, me encargo de conseguirla. En resumen, mi función implica toda la preparación previa para que las grabaciones se realicen sin problemas, lo cual incluye una amplia variedad de tareas.

♦ Quin tipus d'estructura empresarial té darrere el teu pòdcast?

Los pòdcast de la cadena SER dependen directamente de esta cadena. Por ejemplo, Sastre y Maldonado es un pòdcast que hemos creado desde el departamento de pòdcast de la cadena SER y depende directamente de este departamento. Además, colaboramos en coproducción con los compañeros de vídeo de Prisa, pero la dirección recae en la cadena SER.

Por otro lado, Buenismo bien, que ahora está en Podimo, es más complicado y ni yo sé cómo contestar sobre su gestión. Estirando el chicle es una coproducción entre Living Producciones y Podium Podcast, que forma parte de Prisa. En este caso, nosotros como Podium proporcionamos los medios: el estudio, los técnicos de vídeo y audio, y mi trabajo como productora, mientras que Living Producciones aporta los talentos y su parte de la producción.

♦ És una empresa establerta, opereu com a autònoms o un altre tipus d'entitat?

No lo sé.

♦ **Quants empleats hi ha a l'equip i quines són les seves funcions principals en el procés de producció del pòdcast?**

En Buenismo, el equipo fijo está compuesto por Burque, Henar, Javi Valera, Aída Míguez, y yo. Burque y Henar se encargan del guion, la presentación y la dirección del pòdcast, toman decisiones sobre los invitados, dirigen el programa y escriben sus propias secciones. Aída ayuda a Henar con la redacción de su sección, mientras que Javi Valera es el guionista principal, responsable de toda la documentación sobre los invitados y de preparar las entrevistas.

Mi labor incluye toda la producción relacionada con los invitados, desde proponer hasta confirmar su participación. Además, tengo una pequeña sección que presento aproximadamente cada dos semanas. En cuanto a los técnicos de sonido y vídeo, estos van cambiando cada semana según sus turnos.

♦ **Quin és el vostre model de negoci? Com es finança el pòdcast?**

No lo sé.

♦ **Com gestioneu els recursos per a la producció del pòdcast? Hi ha alguna àrea on invertiu més que en altres? Quin és el procés de producció? Com seleccionen els temes dels episodis i quant de temps els porta produir-ne un?**

Los tiempos dependen de varios factores. Empezamos con una lista de personas que nos gustaría tener en el programa y trabajamos a partir de ahí. Las personas más conocidas suelen tardar más en confirmar su participación, por lo que debemos planificar a medio o largo plazo. Esto significa avanzar poco a poco con las siguientes grabaciones. En el día a día, el proceso puede ser variable: algunas semanas logramos cerrar dos entrevistas consecutivas rápidamente, mientras que otras semanas pueden ser muy complicadas, demorando mucho la confirmación de un invitado. Siempre logramos asegurar a alguien, pero a veces no lo conseguimos hasta el último día.

La selección de invitados se realiza mediante discusiones internas: «Oye, me proponen a tal persona, ¿qué os parece?». Ahí, cada uno de nosotros opina sobre por qué sí o por qué no, evaluando tanto a los invitados que nos llegan como a los que proponemos nosotros.

En Buenismo, normalmente nos lleva una semana gestionar un invitado. En Estirando el Chicle, algunos programas se graban con más antelación, permitiendo una edición más prolongada. En Buenismo, la edición de audio y vídeo suele ser de un día para otro. Sin embargo, esto varía según el tipo de pòdcast, ya que los de ficción requieren mucho más tiempo.

♦ **Seguiu una estructura repetida en cada episodi o tenen un enfocament únic?**

Tanto en Buenismo como en Estirando el Chicle, las dinámicas de cada podcast son muy similares. La mayoría de los podcasts conversacionales siguen una estructura fija. Exceptuando los podcasts de ficción, es raro que un programa cambie su formato, y aún en las ficciones, a menudo siguen el mismo esquema de introducción, desarrollo y desenlace.

En Buenismo, la estructura es la siguiente: introducción, la sección de Henar, entrevista, las conversaciones de Burque, mi sección y el cierre.

En Estirando el Chicle, la estructura es: introducción a cargo de ellas, presentación de la invitada, entrevista o charla, la petición de las bragas y, al final, cantan una canción. Esta dinámica se repite en cada episodio.

♦ **Teniu productes o serveis relacionats amb el vostre pòdcast, com ara web, marxandatge o contingut exclusiu per a subscriptors? En cas afirmatiu, com promocióneu aquests productes?**

En Buenismo, sí hay merchandising de camisetas disponible en la web, pero creo que esto lo gestionan Henar y Burque por su cuenta. Ellos propusieron la idea y se encargan de los gastos y beneficios generados. No es un merchandising exclusivo para suscriptores, no funciona como un Patreon, pero es algo similar.

La promoción se basa en recordarlo durante el programa: «Oye, recordad que en la web tenemos las camisetas. En cambio, en Estirando el Chicle, no se hace este tipo de promoción, si no recuerdo mal.

♦ **Quins són els plans futurs per al creixement i el desenvolupament del pòdcast?**

Creo que ahora mismo todo el mundo tiene un pòdcast y que esta burbuja reventará en algún momento. Actualmente, está muy de moda y es la manera en que los jóvenes se han enganchado a escuchar la radio o una forma similar de hacerlo. Pienso que aún tiene mucho potencial, pero es necesario profesionalizar más el sector. Es genial que todos tengan un pòdcast, pero es importante que sean de calidad. La gente debe entender que su vida no es siempre lo suficientemente interesante como para hacer un pòdcast. Está bien hacer un pòdcast cuando tienes algo valioso que contar o decir, pero ya basta de gente simplemente hablando con amigos. Eso puede interesarte a ti, a tu amigo y quizá a tu madre, pero no al público en general.

Es cierto que no todo el mundo tiene acceso a medios de calidad, pero no es aceptable que los pòdcast se escuchen mal porque, por ejemplo, la gente no tiene micrófonos adecuados. Necesitamos más profesionalización y calidad porque es una profesión. Como alguien que se dedica a esto, cuando escucho un pòdcast mal hecho, pienso: «No cuesta tanto hacerlo bien y, si te cuesta, invierte en los medios necesarios».

Aún queda mucho por hacer. Las marcas están cada vez más interesadas en los pòdcast porque es donde está toda la atención de la generación Z, que no ve televisión, pero sí escucha pòdcast. Esta es una gran oportunidad para que las marcas se acerquen a este público, pero, sobre todo, necesitamos profesionalizar el sector y mejorar la calidad de los contenidos.

♦ Quins son els mesos en els que més pòdcasts s'escolten?

Los meses en los que más se escuchan pòdcast en España suelen ser de septiembre a diciembre. Durante este período, se observa un incremento significativo, coincidiendo con la vuelta a la rutina tras el verano. Además, muchos pòdcast inician o retoman sus temporadas en estos meses.

Los anunciantes también aumentan sus inversiones publicitarias en pòdcast durante este periodo, aprovechando el mayor consumo y las oportunidades de patrocinio y publicidad asociadas a eventos como el Black Friday o la Navidad.

Por contra, durante los meses de junio a agosto, la demanda de pódcast disminuye considerablemente. Esta disminución se debe a que tanto los oyentes como los creadores suelen estar de vacaciones.