

# Treball de Fi de Grau

## Títol

Creació i producció d'un programa de cites juvenil en català per 3Cat

## Autoria

Marc Gabernet Quiñonero i Oriol Puig Bach

## Professorat tutor

Mercedes Lecha Salvador

## 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:            | Creació i producció d'un programa de cites juvenil en català per 3Cat     |                                           |                                   |
| Castellà:          | Creación y producción de un programa de citas juvenil en catalán por 3Cat |                                           |                                   |
| Anglès:            | Creation and production of a juvenile TV program in Catalan for 3Cat      |                                           |                                   |
| Autoria:           |                                                                           | Marc Gabernet Quiñonero i Oriol Puig Bach |                                   |
| Professorat tutor: |                                                                           | Mercedes Lecha Salvador                   |                                   |
| Curs:              | 2023/24                                                                   | Grau:                                     | Comunicació Audiovisual           |
|                    |                                                                           |                                           | Periodisme                        |
|                    |                                                                           |                                           | Publicitat i Relacions Públiques  |
|                    |                                                                           |                                           | Comunicació Interactiva           |
|                    |                                                                           |                                           | Comunicació de les Organitzacions |

## Paraules clau (mínim 3)

|           |                                                          |
|-----------|----------------------------------------------------------|
| Català:   | <b>Multiplataforma, producció, 3Cat i audiovisual.</b>   |
| Castellà: | <b>Multiplataforma, producción, 3Cat y audiovisual.</b>  |
| Anglès:   | <b>Multiplataform, production, 3Cat and audiovisual.</b> |

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

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Català: | Aquest treball aborda la creació i producció d'un programa de cites juvenil per 3Cat, la plataforma digital de la televisió pública catalana. Es descriu el procés complet de conceptualització fins a l'execució, incloent-hi l'anàlisi de mercat, el desenvolupament del format, el procés de guió, càsting, gravació i postproducció. El projecte s'enfoca a reflectir la diversitat sexual, cultural i lingüística a Catalunya, fomentant la inclusió a través de l'entreteniment. Es destaquen els reptes tècnics i creatius, així com les estratègies de màrqueting i distribució per assegurar l'èxit del programa en l'audiència objectiva. |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Castellà: | <p>Este Trabajo aborda la creación y producción de un programa de citas juvenil para 3Cat, la plataforma digital de la televisión pública catalana. Se describe el proceso completo de conceptualización hasta la ejecución, incluyendo el análisis de mercado, el desarrollo del formato, el proceso de guion, casting, grabación y postproducción. El proyecto está enfocado en reflejar la diversidad sexual, cultural y lingüística en Catalunya, fomentando la inclusión a través del entretenimiento. Se destacan los retos técnicos y creativos, así como las estrategias de marketing y distribución para asegurar el éxito del programa entre la audiencia objetiva.</p> |
| Anglès:   | <p>This project addresses the creation and production of a youth dating television program for 3Cat, the digital platform of the Catalan public television. The full process from conceptualization to execution is broken down and described, including market analysis, format development, the script process, casting, recording and post-production. The project focuses on reflecting the sexual, cultural, and linguistic diversity in Catalonia, promoting inclusion through entertainment. Technical and creative challenges are highlighted, as well as marketing and distribution strategies to ensure the success of the program in the target audience.</p>          |

## **Agraïments**

Volem mostrar el nostre agraïment a la Mercedes Lecha,  
per l'ajuda i la paciència al llarg d'aquest curs.

També a la Universitat Autònoma de Barcelona, per  
fer que un noi de Tona i un de Sant Boi de Llobregat  
es coneguessin i es fessin millors amics.

I a Pau Vallvé, que amb la seva música va acabar d'enfortir  
una amistat que s'ha convertit en projecte laboral, de vida  
i fins i tot de Treball de Fi de Grau.

*“Tocar de peus a terra està sobrevalorat i tenir una vida normal també”*

(Vallvé, Pau, 2022)



# ÍNDEX

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| Resum executiu i descripció general de l'empresa                | 3         |
| Pla de màrqueting                                               | 5         |
| Anàlisi del mercat                                              | 5         |
| Consumidors                                                     | 6         |
| Competència                                                     | 8         |
| Proveïdors i aliances                                           | 16        |
| Públic objectiu                                                 | 18        |
| Buyer Persona: Espectadora de Clímax                            | 19        |
| Objectius comercials                                            | 21        |
| Objectius d'audiència                                           | 21        |
| Objectius d'ingressos                                           | 22        |
| Anàlisi DAFO                                                    | 22        |
| Polítiques de màrqueting mix                                    | 25        |
| 1. Producte                                                     | 25        |
| 2. Preu                                                         | 28        |
| 3. Distribució                                                  | 29        |
| 4. Comunicació                                                  | 30        |
| Pla de producció                                                | 33        |
| 1. Desenvolupament del format                                   | 33        |
| 2. Selecció dels Participants                                   | 35        |
| 3. Producció Tècnica                                            | 36        |
| 4. Emissió del Programa                                         | 38        |
| 5. Postproducció                                                | 39        |
| 6. Distribució i Promoció                                       | 40        |
| 7. Avaluació i Rèpliques                                        | 41        |
| Quantitat i costos dels factors de producció                    | 42        |
| Política laboral i salarial: selecció de personal, contractació | 44        |
| Estructura organitzativa de l'empresa                           | 46        |
| <b>Pla financer</b>                                             | <b>50</b> |
| Balanç de situació 2024                                         | 50        |
| Compte de pèrdues i guanys 2024                                 | 52        |
| <b>Estructura juridicoeconòmica</b>                             | <b>55</b> |
| <b>Conclusions</b>                                              | <b>56</b> |
| <b>Bibliografia</b>                                             | <b>59</b> |
| <b>ANNEXES</b>                                                  | <b>62</b> |
| ANNEX 1: Dossier de venda                                       | 62        |
| ANNEX 2: Pressupost                                             | 68        |
| ANNEX 3: Teaser de venda                                        | 69        |
| ANNEX 4: Enllaços d'interés i presència als mitjans             | 70        |

## **Resum executiu i descripció general de l'empresa**

La Bombilla Media, productora audiovisual amb seu a Sant Boi de Llobregat, té com a objectiu la creació i producció de continguts per a diversos mitjans, amb un enfocament especial en el mercat català. La productora es dedica a la creació, producció i distribució de continguts audiovisuals per televisió, plataformes de streaming i xarxes socials. Els principals elements distintius de La Bombilla Media es basen en la qualitat, la innovació i la creativitat en tots els projectes que es tiren endavant, així com el seu vessant eminentment juvenil. La Bombilla Media busca anar més enllà d'un simple producte audiovisual, pretén que els continguts travessin la pantalla i influeixin d'alguna manera en els consumidors, convertint les produccions en un atractiu considerables per a les marques. La missió primordial és proporcionar contingut audiovisual d'alta qualitat que entretengui, inspire i connecti amb el públic català, espanyol i europeu. Ens esforcem a superar les expectatives dels nostres clients i espectadors, promovent la diversitat, la inclusió i l'excel·lència en els nostres projectes. El nostre principal valor afegit és que l'equip que conforma La Bombilla Media és un equip jove, eminentment digital i talentós, expert en els llenguatges de les noves generacions i els canals que aquestes utilitzen per informar-se, entretenir-se i comunicar-se, com ara Instagram, Twitch, X o TikTok.

La Bombilla Media és una productora emergent dins del mercat audiovisual català. Des del 2018, la productora ha anat consolidant la seva imatge com a factoria de continguts audiovisuals de qualitat i àmpliament valorats pel públic juvenil, convertint-se en una productora especialitzada en nous llenguatges i noves maneres d'explicar històries per arribar a nous públics. Des d'aquest punt de partida, La Bombilla Media vol consolidar la seva presència a Catalunya, continuar llaurant la relació professional amb els mitjans públics, així com ampliar la seva cartera de clients amb altres cadenes, plataformes i distribuïdors.

Actualment, La Bombilla Media ha iniciat relacions amb cadenes i distribuïdores d'àmbit estatal (Atresmedia, RTVE, Netflix...), amb l'objectiu, a mitjà termini, de convertir-se en un proveïdor habitual per aquestes empreses. Ara bé, avui dia, el

principal client és 3Cat, la televisió pública catalana, amb qui s'ha establert una sòlida relació. El projecte en el curs vigent és Clímax, un dating show de 28 programes amb emissió setmanal a Twitch.

D'altra banda, La Bombilla Media alimenta des del 2018 una àrea de producció amb un fort component social. És en aquesta divisió on ja s'ha aconseguit produir per institucions europees com el Council of Europe, el Nordic Council of Ministers, i ajuntaments i fundacions catalanes. En aquest sentit, la productora cerca expandir aquestes relacions professionals i consolidar, a curt termini, les produccions per, entre d'altres, la Diputació de Barcelona, amb qui ja hi ha un projecte documental sobre la taula.

La Bombilla Media és una empresa amb múltiples produccions en curs per a 3Cat, la plataforma digital de la televisió pública catalana, així com una licitació per a la producció de la franja vespertina diària de Ràdio Sant Boi. A més, està en marxa la producció d'un documental i executem vídeos corporatius per a ajuntaments i empreses privades. Amb una estructura empresarial composta per sis empleats fixos i un equip de *freelance*, la facturació de l'exercici 2023 va ser de 108.700 €, amb una projecció de creixement del 160% per l'exercici vigent, esperant arribar a una facturació de 307.000 euros. L'empresa compta amb recursos tècnics audiovisuals amb valor de més de 35.000 euros. Això, sumat als recursos humans i el talent de l'equip de la productora situa a La Bombilla Media com un referent en la producció audiovisual en català dirigida a públics joves i l'estimulació de comunitats digitals. Actualment, té una plantilla formada per sis treballadors contractats i relació constant amb una quinzena de freelance, amb una facturació anual que va arribar als 118.700 euros en l'exercici 2023.

# **Pla de màrqueting**

## **Anàlisi del mercat**

La Bombilla Media avui dia té una limitació geogràfica molt marcada en l'àmbit autonòmic català, ja que el principal client de la productora és 3Cat, la fusió digital entre els diferents mitjans que conformen la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Per tant, les accions més significatives de la productora estan acotades a Catalunya i els seus continguts són en català.

En aquest sentit, la creació de la plataforma digital 3Cat, la OTT de país que ha impulsat el Govern per fomentar el consum de continguts audiovisuals, de qualitat i en català, coincideix amb la signatura d'un nou contracte programa. El llançament de la OTT va comptar amb un pressupost inicial de 30 milions d'euros per part de la CCMA, per a l'elaboració de la plataforma digital d'accés gratuït i amb perfils individuals amb registre previ. En aquests moments, la CCMA i Mediapro, productora adjudicatària del disseny i la gestió del nou projecte de la Corporació, treballen en el desenvolupament de la plataforma definitiva. L'empresa francesa Inetum, agrupada amb Mediapro a través d'una UTE, també participarà en el desenvolupament de la versió final de 3Cat. Per a aquesta acció, la CCMA ha invertit un total d'11.723.192 euros, amb l'objectiu de finalitzar el procés de creació de la plataforma al llarg del 2024.

Paral·lelament al llançament de 3Cat, el Govern ha aprovat un nou contracte programa per 3Cat. Aquest document preveu una inversió de 1.347 milions d'euros extres fins al 2027. El nou contracte programa s'ha acordat després de 14 anys sense document programàtic, amb l'anterior caduc. Així doncs, el Departament de la Presidència aportarà aquest any 330,5 milions d'euros a la CCMA, una xifra que suposa un increment de 55 milions respecte al pressupost de l'any anterior. Per culminar la inversió de 1.347 milions d'euros extres en els pròxims tres anys, el pressupost de la CCMA incrementarà fins als 335,5 milions el 2025, i 340,5 milions el 2026 i 2027.

Aquestes dades auguren un moment dolç per l'audiovisual català, suposant un impuls també per a les productores catalanes. És per això que és un bon moment per apostar per la producció audiovisual a Catalunya.

## **Consumidors**

A Catalunya hi ha 4.000 empreses dedicades al sector audiovisual, una indústria que proporciona feina a més de 37.000 persones, tal com indica un estudi d'ACCIÓ (2024). Aquesta xifra representa un augment del 8,3% respecte a l'any anterior. Així doncs, el mercat audiovisual a Catalunya és dinàmic i competitiu, amb una creixent demanda de contingut original i divers.

La televisió tradicional, les plataformes de streaming i les xarxes socials ofereixen múltiples oportunitats per arribar a diferents audiències. La col·laboració amb 3Cat proporciona a La Bombilla Media una base sòlida al mercat local, mentre que l'expansió amb altres plataformes digitals i de distribució, com ara Twitch o TikTok, permet arribar a un públic més ampli i diversificat.

EVA és la finestra digital de la CCMA enfocada al públic jove. Una plataforma digital amb continguts en obert i adreçats al jovent a través de la mateixa interfície de 3Cat i perfils propis a Instagram, TikTok, Twitch i YouTube.

Avui dia, EVA té una forta presència a les xarxes, ja que compta amb més de 30.000 seguidors a Instagram, amb *reels* que sobrepassen les 100.000 reproduccions. Així mateix, també cal destacar la comunitat que ha aconseguit crear a Tiktok, on compta pràcticament amb més de 50.000 seguidors. Pel que fa a la plataforma de YouTube, EVA té un canal amb 8.800 subscriptors i més de 4.600.000 visualitzacions, amb una mitjana de 4.100 visualitzacions per vídeo. A Twitch, el canal juvenil de 3Cat ha assolit els 15.000 seguidors i s'ha posicionat dins el rànquing dels 10 canals de contingut en català més vistos de la plataforma.

Si bé les audiències joves són els consumidors finals dels nostres productes, els nostres clients són les cadenes, plataformes i distribuïdores d'aquestes produccions. En aquest sentit, i centrant-nos en el mercat audiovisual català, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) és el principal ens que impulsa projectes com els que elaborem a La Bombilla Media. La CCMA, i més concretament EVA, és el principal client de La Bombilla Media per a la producció de programes d'entreteniment en català destinats a un públic jove.

Quant a consum, l'informe del balanç anual d'audiències del 2023 de GECA assenyala una caiguda històrica del consum televisiu a Espanya. L'informe destaca un mínim històric de 174 minuts de mitjana de consum de continguts televisius per persona al dia en l'estat. És la xifra més baixa comptabilitzada des del 1992, seguint la tendència de l'any anterior, que es va quedar en 184 minuts. Si analitzem el fragmentat per edats, el públic que menys meu la televisió és el d'edats compreses entre 13 i 24 anys, amb 67 minuts de consum diaris.

Així tot, la cadena de televisió líder a Catalunya el 2023, segons dades de Kantar, va ser TV3 amb un 13,9% de *share*. Una dada que consolida el lideratge de la cadena pública autonòmica catalana en el sector televisiu.

Tot i el descens de consum lineal, la plataforma 3Cat ha aconseguit grans dades d'audiència en els primers sis mesos de vida. Segons dades ofertes per la CCMA, 3Cat ha superat els 100 milions de reproduccions en el primer mig any d'activitat, assolint prop de 900.000 usuaris registrats. La plataforma digital ja aplega més de 330.000 hores de continguts. Els programes que destaquen com a més seguits de la plataforma són aquells "dirigits al públic infantil i el de joves-adults".

Segons el comunicat de la CCMA, cada mes es consumeixen més de 3,5 milions d'hores en català a la plataforma 3Cat i una mitjana de 120.000 hores diàries. Així doncs, la plataforma 3Cat s'ha adaptat als nous hàbits de consum i aposta per recuperar amb continguts digitals al públic jove que ha fugit de la televisió lineal. En

aquest sentit, es genera un pretext que cassa amb la voluntat de La Bombilla Media de produir continguts d'entreteniment juvenil i en català per a 3Cat.

De fet, el consumidor intermedi, en aquest cas la CCMA, licita diverses convocatòries per a la producció de continguts juvenils. Des del 2020, la Corporació fa una crida anual amb una aportació extraordinària de l'ICEC, on cerquen “projectes audiovisuals innovadors, de temàtica cultural, divulgativa i d'entreteniment”, amb “especial sensibilitat pels creadors emergents i públic jove”. L'aportació per la crida de projectes feta l'any 2023, on el programa de cites Clímax va ser seleccionat, va ser de 3.000.000 €.

## Competència

Actualment, les productores que ofereixen continguts a **EVA** i que, per tant, tenen el mateix mercat objectiu són les següents:

- **La Manchester SL:** Productora audiovisual amb seu a Sabadell, liderada pel periodista català Ricard Ustrell, que es va fundar l'any 2015. Entre les seves produccions destaca **Planta Baixa** (TV3), **Col·lapse** (TV3) o **Terra Cremada** (CatRàdio). Quant a **EVA**, La Manchester produeix **La Turra**, un *talk show* en format pòdcast presentat per l'Alba Riera que es publica a Spotify i YouTube. També van produir **Living Europa**, una sèrie de vídeos on viatjaven per Europa visitant a joves catalans d'Erasmus. Estem davant d'una productora que, no només es centra en l'àmbit autonòmic, sinó que també treballa per tot el públic de l'estat espanyol. La Manchester SL ha produït continguts per Movistar+ com pot ser el documental **El Triángulo de Sternberg**. I no només això, també produeix per una de les ràdios més escoltades del país - la Cadena SER -, amb el pòdcast **Algo Pasa**.

La Manchester SL és una Societat Limitada Unipersonal que té una forquilla de facturació anual que va dels tres als sis milions d'euros. A més, té una plantilla de trenta-vuit treballadors.

- **We are Odd Europeans SL:** Productora audiovisual amb seu a Barcelona, liderada pels publicistes Jose Bassols i l'Astrid Altadill, que es va fundar l'any 2018. Entre les seves produccions destaca l'àrea de publicitat. Els seus principals clients són Wallapop, W Barcelona, Único, Mango o Good News, entre d'altres. Per la CCMA, This is Odd (nom comercial), a produït **FAV** (per estrenar), **Qualsevol cosa en un PPT** (per estrenar) i **Bany Review**, una sèrie de clips per **EVA** on la influenciadora Carla Rubio visita els lavabos de les cases dels rostres més reconeguts de Catalunya. Tot i ser una productora audiovisual centrada primordialment en la creació i desenvolupament d'estratègies publicitàries, sembla que també es vol fer el seu lloc dins del món de l'entreteniment televisiu i digital.

La productora és una Societat Limitada que té un rang de facturació anual que es mou entre els sis-cents mil i el milió i mig d'euros.

- **FEM Produccions (Crisàlide Studio):** Productora especialitzada en continguts adreçats a joves. Dirigida pel periodista català Roger Carandell, produeixen continguts com **Que no surti d'aquí** (CatRàdio) o el portal de notícies juvenils **Adolescents.cat**. A **EVA** produeixen el programa de ràdio diari **LOFT** (iCat), que s'emet a iCat, es penja en vídeo a Spotify i en clips a Instagram i TikTok. També **Pisos d'estudiants**, un programa pel digital de 3Cat que segueix la mateixa estratègia multiplataforma

FEM Produccions és una productora mitjana, ja que, tot i no operar en un gran conglomerat mediàtic, té una presència significativa en el segment juvenil català, especialment a través de plataformes de xarxes socials.

La naturalesa jurídica de la productora és de Societat Limitada i factura anualment entre mig milió i milió i mig d'euros. L'any 2022 van registrar sis treballadors dins de la productora.

- **Monmedia Productions SL:** Productora amb base a Barcelona liderada pel periodista Jordi Basté. Treballen, especialment, el guió i la producció de podcasts, programes i sèries-documentals. Entre les seves produccions destaca **Mengem Cultura** (RAC1) o **A mí también me pasa** (CaixaBank). A



EVA són els encarregats de produir **Spursito & Company**, un programa d'entrevistes de l'streamer Martí Miras amb diversos famosos de l'star system català. També **Xef Marín**, un programa de cuina amb l'influenciador Arnau Marin. Estem davant d'una productora consolidada, sobretot des d'un vessant autonòmic. Els seus principals clients al llarg de la seva trajectòria són: grupoGodó, 3Cat, La 2, Mamba Media i Caixaforum, entre molts altres.

Monmedia Productions és una Societat Limitada i l'estructura corporativa depèn d'un administrador únic.

- **Vampire Films SL:** Agència creativa amb base a Barcelona dirigida per l'**Alfonso Lanza Garcia**, director del festival **Primavera Sound**. Ofereixen continguts publicitaris per marques com **Pull and Bear**, **Cupra** o **Levi's**. També són responsables de videoclips d'artistes com Bad Gyal, Aitana o Amaia. A **EVA** produeixen **AFK**, una sèrie de clips sobre videojocs. De fet, el nom del programa fa referència a les sigles d'una frase molt coneguda en l'argot dels *gamers*, "**Away From the Keyboard**", que significa <lluny del teclat>. Aquesta producció segueix la mateixa estratègia multiplataforma de clippejat per l'Instagram i el Tik Tok d'EVA. És una productora que té una forta capacitat de col·laboració amb marques corporatives i artistes coneguts. Té una influència significativa en el sector publicitari i en la producció de videoclips, amb una presència destacada tant en l'àmbit nacional com internacional.

La naturalesa jurídica de la productora és de Societat Limitada. La seva activitat CNAE és d'Activitats de producció cinematogràfica i de vídeo. L'any 2022 va registrar sis treballadors i va tenir una evolució de facturació que passava entre el milió i mig i els tres milions d'euros.

- **Harpo Entertainment SL:** Empresa de producció audiovisual amb base a Barcelona i amb activitat des del 2020. Són els encarregats de produir **Ets un motivat**, un talk show sobre salut mental presentat per Carla Rubio, amb emissió setmanal a YouTube i 3Cat per **EVA**. L'emissió d'aquest programa es

pot seguir pel canal digital de 3Cat. A part, diversos fragments del programa es poden veure a través de càpsules del perfil d'Instagram i Tik Tok d'EVA.

Estem davant d'una productora mitjanament gran que produeix cine, televisió, videoclip i pòdcasts.

La productora és una Societat Limitada amb nou treballadors fixos. El seu objecte social és la "Producció, adquisició de drets de propietat intel·lectual d'obres audiovisuals i distribució de programes, sèries i productes audiovisuals de tota classe".

- **Persistirem Multimedia SCCL:** Cooperativa de producció audiovisual amb base a Barcelona i amb activitat des del 2016, sota el nom comercial de **Bonobo**. És propietat del periodista **Albert Lloreta**, fundador de **La Fera**, una associació digital que genera oportunitats per a creadors de contingut, streamers i pòdcasts en català. A **EVA** produeixen **L'Escabetx**, una sèrie de clips on l'influenciador Ayoub Borbata promou l'ús del català entre els joves. També el pòdcast **No cardis**.

La naturalesa jurídica de la productora és una Societat Cooperativa. L'activitat de referència correspon a "Activitats de producció cinematogràfica i de vídeo".

- **Polar Star Films SL:** Productora audiovisual amb seu a Barcelona que treballa per les principals televisions i distribuïdores internacionals. Productors de diversos documentals, *spots* publicitaris i ficcions, a **EVA** són encarregats de la sèrie de clips **Dèficit d'atenció**, on la cantant i presentadora **Sofia Coll** interactua amb la gent del carrer.

Polar Star Films és una Societat Limitada amb una forquilla de facturació que va dels sis-cents mil al milió i mig d'euros anuals. L'últim nombre de treballadors registrats és de deu.

- **Minoria Absoluta SL:** Aquesta productora, liderada pel comunicador **Toni Soler**, és de les més grans de Catalunya. Són creadors i productors de programes com **Polònia** (TV3) o **Està Passant** (TV3). A **EVA** fan un serial de clips sobre **economia per a joves**, presentat per Helena Sardà.

La naturalesa jurídica de la productora és de Societat Limitada i el rang de facturació de l'empresa va dels sis milions als trenta milions d'euros. El curs passat la productora va registrar noranta-tres treballadors.

- **Elab Studio SL:** Agència de publicitat amb seu a Barcelona. Fundada l'any 2005 i sota el nom comercial **Zoopa**, està liderada pel Carlos Ortet. Els seus principals clients són **Port Aventura, Adidas, Bacardi, Danone, Dior o Rakuten**, entre d'altres. A **EVA** produeixen les peces **EVANow** o **InfoEVA**, on diversos influenciadors creen continguts relacionats amb l'actualitat de les xarxes. A més, **Zoopa** ha estat l'empresa escollida per **dinamitzar les xarxes d'EVA**, fent tota la tasca de community management dels continguts del canal juvenil de 3Cat. Fins al gener del 2024, aquesta tasca la feia **FEM Produccions (Crisàlide Studio)**.

Elab Studio és una empresa de Societat Limitada i la seva activitat com a CNAE es classifica com a "Relacions públiques i comunicació". La facturació anual de la productora es mou entre el milió i mig i els tres milions d'euros. L'any 2023 va registrar catorze treballadors.

- **Prest Serveis Globals SL:** Productora amb seu a Barcelona liderada per la **Judit Domènec** i el **Joan Camp**. Responsables de festivals com la **Catosfera**, el **FuturFest** o els **Premis Sonor**, així com campanyes de màrqueting per clients com la **Sala La Paloma**, la **Sindicatura de Greuges de Barcelona** o les jornades **Miravisions**. A **EVA** produeixen **Literal**, un programa sobre llibres i literatura amb la influencer Bet Molina com a presentadora. La forma jurídica d'aquesta productora és de Societat Limitada. La seva activitat mercantil és de consulta i assessorament sobre direcció i gestió empresarial. Segons el Sistema Internacional de Classificació d'activitats empresarials, Prest Serveis Globals SL porta registrats setanta-tres serveis comercials.

- **Martí Melcion:** Il·lustrador autònom. A **EVA** produeix **ELMA**, una sèrie de dibuixos animats que segueix el dia a dia d'una jove catalana en la seva vida.
- **Bárbara Álvarez Casado:** Il·lustradora autònoma. A **EVA** produeix **Paneroles**, una sèrie de dibuixos animats que plasma situacions quotidianes protagonitzades per animals.
- **La Bombilla Media:** Productora amb seu a Sant Boi de Llobregat. Productors de diversos documentals i campanyes institucionals pels Ajuntaments de Sant Boi, Gavà o Viladecans, són responsables de programes com **Mood Z** (3Cat) o Talent Factory School (**Fundación Talent Factory**). A **EVA** produeixen el programa de cites **Clímax**, així com **Teo va a Austràlia**, una sèrie de clips sobre l'aventura per Austràlia de l'influenciador Teo Vizuite (per estrenar) i **FITuring**, un programa sobre esports i vida saludable que acompanya l'influenciador Cèlia Espanya a aconseguir superar la marató de Nova York (per estrenar).

En aquest sentit, la presència d'aquesta diversificació de productores produïnt per EVA, la marca juvenil digital de 3Cat, pot complicar la tasca de destacar i aconseguir la compra de més produccions per part d'aquesta corporació, ja que hi ha una competència constant per captar l'atenció i els recursos de la plataforma. Així i tot, La Bombilla Media ha aconseguit destacar en aquest context, convertint-se en una de les productores amb més èxit en la venda de projectes a EVA, la qual cosa ha contribuït a un augment significatiu en la seva facturació. Aquesta capacitat per sobresortir i garantir la venda de projectes demostra la solidesa de La Bombilla Media en aquest nínxol de mercat i la capacitat per gestionar la competència.

**Relació productores i produccions d'EVA contractades, en ordre descendent de facturació // Font: Cercador de contractes CCMA**

| PRODUCTORA                  | PRODUCTES                | DURADA CONTRACTE | PREU COMPETÈNCIA | PREU COMPETÈNCIA TOTAL |
|-----------------------------|--------------------------|------------------|------------------|------------------------|
| <b>FEM Produccions</b>      | Loft                     | 10 mesos         | 298.390,10€      | <b>485.385,42€</b>     |
|                             | Pisos d'estudiants       | 8 mesos          | 186.995,32€      |                        |
| <b>Monmedia Productions</b> | Spursito & Company       | 10 mesos         | 316.421,99€      | <b>447.271,19€</b>     |
|                             | Xef Marín                | 4 mesos          | 130.849,20€      |                        |
| <b>Elab Studio</b>          | InfoEVA                  | 13 mesos         | 218.586,80€      | <b>398.432€</b>        |
|                             | Xarxes socials           | 8 mesos          | 179.845,20€      |                        |
| <b>La Bombilla Media</b>    | Clímax                   | 12 mesos         | 224.050,30€      | <b>393.225,39€</b>     |
|                             | Teo Austràlia            | 4 mesos          | 29.331,53€       |                        |
|                             | Fituring                 | 8 mesos          | 139.843,56€      |                        |
| <b>Harpo Entretainment</b>  | Ets un motivat           | 13 mesos         | 267.301,63€      | <b>267.301,63€</b>     |
| <b>We Are Odd</b>           | FAV                      | 6 mesos          | 75.335€          | <b>169.358,80€</b>     |
|                             | Qualsevol cosa en un ppt | 4 mesos          | 53.574,40€       |                        |
|                             | Bany Review              | 4 mesos          | 40.449,40€       |                        |

|                               |                    |         |             |                    |
|-------------------------------|--------------------|---------|-------------|--------------------|
| <b>Persistirem Multimèdia</b> | Escabetx           | 4 mesos | 35.114,00€  | <b>131.080,60€</b> |
|                               | No Cardis          | 7 mesos | 95.966,60€  |                    |
| <b>La Màncaster</b>           | La Turra           | 4 mesos | 104.740,44€ | <b>117.537,90€</b> |
|                               | Living Europa      | 9 mesos | 12.797,46€  |                    |
| <b>Vampire Films</b>          | AFK                | 4 mesos | 74.406,70€  | <b>74.406,70€</b>  |
| <b>Polar Star Films</b>       | Dèficit d'atenció  | 6 mesos | 64.868,04€  | <b>64.868,04€</b>  |
| <b>Prest Serveis Globals</b>  | Literal            | 8 mesos | 50.140€     | <b>50.140€</b>     |
| <b>Bàrbara Álvarez</b>        | Paneroles          | 3 mesos | 31.184,88€  | <b>31.184,88€</b>  |
| <b>Minoria Absoluta</b>       | Economia per joves | 5 mesos | 25.973€     | <b>25.973€</b>     |
| <b>Martí Melcion</b>          | Elma i amics       | 4 mesos | 25.663€     | <b>25.663€</b>     |

## Proveïdors i aliances

Per a la venda del producte a 3Cat, La Bombilla Media comptava amb contactes previs dins la CCMA. La producció del programa *Mood Z* l'any 2020 va nodrir a la productora de contactes estratègics dins la Corporació. Un dels més destacats és Mario Daza, productor executiu de TV3 i responsable de l'àrea de programes d'entreteniment, que és clau en la negociació de Clímax.

Quant als proveïdors, els principals per a la producció del programa de cites juvenil Clímax són les empreses de lloguer de material tècnic, essencials per a la producció d'un producte audiovisual de qualitat. Aquest tipus d'empreses ofereixen l'accés a recursos tècnics indispensables, com ara equips de càmera, il·luminació, so i cablejat, amb una reducció de costos considerable en ser material de lloguer. Proporcionen flexibilitat en els costos, ja que permeten a les productores accedir a equips sense la necessitat d'invertir en la seva compra, fet que permet comprimir la partida tècnica del pressupost i facilita la competitivitat en el mercat audiovisual.

Les principals cadenes de lloguer de material tècnic al districte de Barcelona amb les quals treballem són:

- 16nou Serveis Audiovisuals SL
- AVISUAL EUROPE S.L

D'altra banda, un altre proveïdor important són les agències de representació. En aquest sentit, el programa de cites Clímax treballa amb influenciadors catalans, un tipus de creador de contingut digital que encara no ha arrelat ni ha generat indústria. És per aquest motiu que, en estar en un moment bastant incipient per aquest sector, les agències de representació d'aquest tipus d'artistes tendeixen a ser persones físiques o, per contra, grans empreses que gestionen talents estatals i que acaben d'obrir cartera de rostres catalans.

A La Bombilla Media col·laborem activament amb les següents agències de representació:

- YouPlanet SL
- Boulevard 22
- E23 Talent
- Jaleo Management

A més, Estrella Damm es va mostrar interessada en patrocinar el programa. És per aquest motiu que es converteix en una aliança indispensable per abaratir costos al nostre client. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals contempen els ajuts a la producció, patrocini que redueixen l'impacte pressupostari que suposa comprar projectes per part de la CCMA. Quant a Estrella Damm, la marca de cerveses cerca un *branded content* durant els vint-i-vuit programes oferts a 3Cat, així com la producció de quatre programes especials des de l'Antiga Fàbrica Estrella Damm, amb 250 persones de públic. Aquesta acció comercial transita directament pel departament comercial de 3Cat, ja que, segons la Norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la CCMA, i el posterior contracte de producció de Clímax, la productora no perceben cap ingrés econòmic provinent directament de la publicitat.

Pel que fa a les intervencions administratives, és important destacar que Clímax neix gràcies a ser seleccionat a la crida de projectes impulsada per la CCMA i l'ICEC. Aquestes convocatòries anuals, fruit d'un acord de col·laboració encetat l'any 2020, cerquen impulsar projectes audiovisuals innovadors, de temàtica cultural, divulgativa i d'entreteniment, amb especial sensibilitat pels creadors emergents i públic jove, són possibles gràcies a una aportació extraordinària de l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC), una empresa pública que forma part del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i que treballa pel desenvolupament i la consolidació del sector cultural català.

En paral·lel, l'ICEC ofereix també d'altres ajuts i subvencions a les empreses catalanes en les àrees de l'audiovisual, el cinema, les arts escèniques, la música i



les arts visuals. Així i tot, la convocatòria que més s'adequa al nostre model de producció és la impulsada juntament amb la CCMA.

Quant a l'estacionalitat del nostre producte, l'emissió de la primera temporada de *Clímax* es va acordar amb la CCMA que seria setmanal, cada diumenge iniciant-se la retransmissió en directe a dos quarts de deu i finalitzant-la a les dotze de la mitjanit, a través de la plataforma de streaming *Twitch*. Una franja horària que acostuma a tenir lliure el principal públic objectiu del programa (18 a 25 anys). Així mateix, el diumenge és un dia en què les productores que conformen la nostra competència directa, com podrien ser Harpo Entertainment (*Ets un motivat*), Fem Produccions (Loft) o La Mánchester (La Turra), no emeten cap contingut. Per tant, l'estacionalitat del programa ens permet desdibuixar-nos de la competència i acostar-nos a l'audiència d'una manera més planera i orgànica.

En aquest sentit, programem l'emissió de *Clímax* consensuadament amb la CCMA per la temporada regular perquè a l'estiu el consum baixa i els i les joves no fan un consum tan actiu de les xarxes socials. És per això que l'emissió comença al setembre i finalitza al maig, amb l'arribada del bon temps, que és quan més joves passen menys temps davant una pantalla.

## **Públic objectiu**

Per a la venda i posterior producció del programa de cites *Clímax*, és crucial definir clarament el nostre públic objectiu per assegurar una estratègia de màrqueting efectiva. En aquest sentit, el consumidor final dels nostres projectes són joves catalans d'entre 16 i 25 anys, amb un enfocament especial en els estudiants universitaris. Aquest segment de la població és actiu a les xarxes socials, especialment a Instagram i TikTok, i mostra un interès destacat pel món dels influenciadors catalans, així com pels programes de cites i *realities*. Això ens proporciona una base clara per a la creació de contingut i campanyes que ressonin amb els seus interessos i comportaments *online*, i ens permetrà connectar de

manera efectiva amb aquest públic específic a través del nostre projecte televisiu. Per arribar a aquest públic, cal una cadena de televisió amb necessitats de producció alineades amb arribar al mateix extracte poblacional. Així doncs, l'impuls d'EVA per part de la CCMA mostra un *match* perfecte amb els objectius de producció de La Bombilla Media, sent el client perfecte per a dur a terme Clímax, el programa de cites en català que impulsem des de la productora.

Clímax, el programa de cites que produïm per 3Cat, ha captivat una audiència diversa, amb un interès especial entre els joves. La mitjana de visualitzacions per programa és de 3.740, aconseguint un acumulat de 103.204 visualitzacions al llarg dels 28 programes que conformen la primera temporada. Aquesta xifra demostra una forta atracció per part dels espectadors, especialment dins del segment juvenil.

La nostra audiència objectiu principal són els joves d'entre 18 i 24 anys, especialment aquells amb una alta activitat en les xarxes socials i un interès pels programes de cites i contingut en directe. Segons les dades de visualització, estimem que el 52,4% de la nostra audiència es troba dins del grup d'edat d'entre 18 i 24 anys. El que representa unes 54.078 visualitzacions de les 103.204 totals de la primera temporada. El 27,9% de la nostra audiència té una edat compresa entre els 25 i els 34 anys. L'audiència entre 35 i 44 anys (5,6%) i entre 45 i 54 (4,8%) és la més residual.

## **Buyer Persona: Espectadora de Clímax**

**Nom:** Laia Sánchez

**Edat:** 20 anys

**Ocupació:** Estudiant universitària

### **Interessos i Hobbies**

- Apassionada de les xarxes socials, especialment Instagram i TikTok.
- Seguidora fidel de dating shows i realitys televisius

- Gran consumidora de contingut en directe a plataformes com Twitch i YouTube, especialment els diumenges a la nit.
- Segueix influencers catalans que sovint promocionen contingut relacionat amb la moda, la bellesa i l'entreteniment.

### **Comportament en Xarxes Socials**

- Activa a les xarxes socials, compartint i comentant contingut relacionat amb programes de cites i influencers catalans
- Participa en discussions i fòrums sobre actualitat de l'estar system digital català
- Utilitza hashtags i etiquetes relacionades amb el programa per connectar amb altres fans.

### **Necessitats i Motivacions**

- Busca entreteniment que reflecteixi les seves experiències i interessos personals.
- Vol formar part d'una comunitat en línia que comparteixi les seves passions.
- Cerca moments de desconexió i diversió després de les seves activitats acadèmiques.

### **Consumidor Intermedi**

**Entitat:** Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)

**Canal:** EVA

EVA és el canal digital de la CCMA enfocat específicament al públic juvenil. Aquest canal té com a missió oferir contingut innovador, atractiu i rellevant per a joves de 15 a 30 anys, utilitzant plataformes digitals i llenguatges que ressonen amb aquesta audiència. La producció de Clímax s'alinea perfectament amb la visió d'EVA, ja que ofereix un programa de cites dinàmic i modern que capta l'interès dels joves i fomenta la interacció en xarxes socials.

El programa de cites no només ha demostrat tenir una gran capacitat d'atracció dins del segment juvenil, sinó que també s'ajusta perfectament a les necessitats i

preferències de la nostra buyer persona i al posicionament estratègic del canal EVA de la CCMA.

## **Objectius comercials**

És essencial establir clarament els objectius comercials de La Bombilla Media per garantir el seu èxit. Entre aquests objectius destaquen l'increment de la visibilitat de la productora a través de les plataformes digitals, la captació d'un públic ampli i compromès, i la generació de nous ingressos mitjançant acords de patrocini i col·laboracions amb marques afins al contingut del programa Clímax.

A més, aspirem a consolidar-nos com una referència en el mercat dels programes destinats a públics joves, especialment en els programes de cites i *reality* en català, atraient una audiència fidel i creixent al llarg del temps. Mitjançant una combinació de campanyes segmentades, estratègies de contingut atractives i una presència activa a les xarxes socials, buscarem assolir aquests objectius i garantir el desenvolupament sostenible del nostre projecte televisiu i, en conseqüència, de la nostra productora.

## **Objectius d'audiència**

Pel que fa als propòsits qualitatius de l'audiència del programa, tenim clar que hem de prioritzar la fidelització i el nivell de satisfacció dels nostres consumidors. Per aquest motiu, volem continuar desenvolupant una imatge de marca preponderant que vagi més enllà de la pantalla, a través d'esdeveniments amb públic, on els espectadors puguin veure el programa de forma presencial. Altrament, també tenim l'objectiu de mantenir una presència activa a les xarxes socials, compartint contingut exclusiu per tal d'incrementar l'engagement.

A més, trobem clau planificar i mantenir un calendari editorial detallat que inclogui la producció i publicació de contingut addicional i activitats d'interacció amb l'audiència.

Volem evidenciar qualitativament que ens devem als nostres espectadors. Així mateix, és important desenvolupar una estratègia de comunicació multiplataforma integral per mantenir l'audiència informada de manera constant.

Amb aquests objectius i una implementació adequada, es pot aconseguir augmentar la fidelització de l'audiència, garantint no només una audiència consistent, sinó també una comunitat d'espectadors compromesos pel programa.

## **Objectius d'ingressos**

El pressupost total de la primera temporada de Clímax és de 204.842,46 €, englobant vint-i-vuit capítols amb un cost per minut de 81,29 € i un benefici industrial del 10%, que equival a 15.121,80 €. El pressupost total es desengrana a través d'un total de 36.062,22 € de pressupost d'arrencada, 168.780,23 € de pressupost de producció, 6.027,87 € de cost per capítol sense arrencada i un cost total per capítol de 7.315,80 €. L'import total a liquidar és de 204.842,46 €.

Pel que fa al pressupost de la segona temporada de Clímax, el pressupost total és de 235.688,43 €, englobant trenta-dos capítols amb un cost per minut de producció de 81,84 € i un benefici industrial del 8%, que equival a 15.046,07 €. En aquest cas, el pressupost es constitueix a través d'un pressupost d'arrencada de 30.326,43 €, un pressupost de producció de 205.362 €, un cost per capítol sense arrencada de 6.417,56 € i un cost total per capítol de 7.365, 26 €. Pel que fa a la liquidació d'aquest pressupost, l'import total és de 220.642,36 €.

## **Anàlisi DAFO**

### **Debilitats**

1. **Manca d'experiència específica en aquest tipus de format:** Com a productora de nova creació, La Bombilla Media pot mancar d'experiència

prèvia en la producció de programes de cites, el que pot generar desafiaments en la planificació i execució del projecte.

2. **Recursos limitats:** Amb equips molt joves i un pressupost ajustat, seguint la intenció de ser competitius en el sentit econòmic, podem enfrontar-nos a limitacions en recursos humans i tècnics, cosa que pot afectar la qualitat de la producció i la seva capacitat per competir amb altres programes ja establerts.

### **Amenaces**

1. **Competència de programes establerts:** L'entrada en un nou gènere televisiu per 3Cat pot posar-nos en competència directa amb altres programes consolidats en altres cadenes de televisió, el que pot fer més difícil captar i retenir l'audiència.
2. **Acceptació del públic:** El públic de 3Cat pot ser reticent a acollir un nou format com ho són els programes de cites, ja que no és un gènere habitual en aquesta cadena, el que pot representar un desafiament per a la captació de l'audiència.

### **Fortaleses**

1. **Connectivitat amb el públic jove:** Amb un equip de joves talents que connecten a la perfecció amb els públics joves, La Bombilla Media compta amb l'avantatge de comprendre les tendències i les preferències d'aquest segment demogràfic, la qual cosa pot ajudar-nos a desenvolupar un contingut atractiu i rellevant per a una audiència que de normal no connecta amb 3Cat.
2. **Innovació en la programació de 3Cat:** La introducció d'un nou gènere com els programes de cites pot ser una oportunitat per a 3Cat per diversificar la seva oferta i captar l'interès de nous espectadors, especialment del públic jove, el que pot conduir a un augment en l'audiència i la visibilitat de la cadena.
3. **Aprofitament de les xarxes socials:** El públic jove és actiu a les xarxes socials com Instagram i TikTok, i això ens ofereix l'oportunitat de promocionar el programa i interactuar amb els espectadors a través d'aquestes

plataformes. A més, 3Cat pretén impulsar la comunitat EVA en aquests entorns digitals. La creació de contingut exclusiu i l'ús d'estratègies de màrqueting viral poden ajudar-nos a generar expectació i augmentar la participació del públic en el programa de cites i en la graella de continguts d'EVA en general, convertint-nos un actiu important per a la Corporació.

4. **Col·laboracions i aliances estratègiques:** Com a productora de nova creació, La Bombilla Media té l'oportunitat de col·laborar amb altres empreses i professionals de la indústria audiovisual per reforçar la nostra capacitat de producció i ampliar la nostra presència en el mercat. La cooperació amb influenciadors o altres figures rellevants en el món dels mitjans de comunicació pot ajudar-nos a promocionar el programa i ampliar la nostra base d'audiència, així com de talents per a futurs projectes.

## **Oportunitats**

1. **Oportunitat de captar un nou públic:** L'absència de programes juvenils a 3Cat pot representar una oportunitat per a La Bombilla Media de destacar-se i oferir un contingut fresc i innovador que capti l'atenció dels espectadors, especialment del públic jove, que és una necessitat clau per a la cadena en un moment de màxima desafecció d'aquest segment de la població respecte al mitjà públic. Per tant, des de la Bombilla Media volem implementar una estratègia transmèdia de difusió de continguts a través de clippejats a Instagram i TikTok per crear comunió amb el públic que acostuma a consumir material audiovisual a través de les xarxes socials. Així mateix, també volem involucrar directament a l'audiència del programa a través de seccions de consultori i trucades en directe, per tal que els espectadors puguin dir la seva i se sentin partícips del programa.
2. **Expansió a plataformes de streaming:** Amb la creixent popularitat de les plataformes de streaming, i més concretament 3Cat, La Bombilla Media pot explorar la possibilitat de distribuir el programa de cites a través d'aquests serveis. Aquesta estratègia no només permetria arribar a una audiència àmplia i diversa, sinó que també ofereix una font addicional d'ingressos per a la productora i augmenta la visibilitat del programa en l'àmbit digital. Per tant,

l'estratègia d'expansió de la productora seria emetre el programa en streaming per les plataformes de YouTube i Twitch, per tal d'arribar a més públic i tenir més possibilitats d'arribar a acords amb marques de patrocini com, a tall d'exemple, podria ser Estrella Damm o Deleito. És important tenir en compte que aquestes plataformes de streaming et permeten interactuar directament amb l'audiència a través d'un xat virtual, fet que facilitaria l'engagement i la confraternitat amb els espectadors, especialment els més joves.

Mentre que la manca d'experiència i els recursos limitats poden suposar desafiaments inicials, la nostra capacitat per connectar amb el públic jove i l'oportunitat de captar un nou segment d'audiència poden ser claus per al nostre èxit en la producció del programa de cites en català per a 3Cat. Serà essencial abordar les amenaces identificades mitjançant una estratègia de màrqueting efectiva i un contingut atractiu i de qualitat.

## **Polítiques de màrqueting mix**

### **1. Producte**

- Desenvolupar un programa de cites innovador que ofereixi una combinació d'elements romàntics, emocionals i entretinguts, adaptats al gust i les preferències del públic jove català.

Incorporar una selecció diversa de participants que representin diferents grups ètnics, cultures i identitats per reflectir la riquesa de la societat catalana. Proporcionar una experiència immersiva als espectadors, mitjançant un enfocament interactiu que els permeti influir en el desenvolupament del programa a través de votacions i comentaris *online*.

- El nostre programa es diu Clímax, evocant una paraula que porta a l'àmbit més eròtic i sensual. El *namig*, que pretén arribar a un públic jove de manera fresca i dinàmica, ha aconseguit fer-se lloc entre els altres continguts d'EVA,



diferenciant-se de la resta d'oferta.

Per la imatge gràfica del programa, hem optat per configurar un logotip i una iconografia relacionada amb el món oníric, Cupido i l'Olimp grec. Així doncs, un Cupido més rebel, amb barretina, pírcings i tatuatges, és el protagonista de la imatge gràfica de Clímax, reposat sobre una estàtua grega que es desfà. El nom del programa, a més, està encapsulat en un cercle allargat, que recorda a la icona de desbloqueig dels telèfons mòbils, evocant una imatge relacionada amb el món digital i la tecnologia. Quant als colors, Clímax se centra en el rosa pastel, el blau cel i el blanc.



- Quant al contingut, el programa Clímax està presentat pels influencers Gerard Querol (@gerryquerryberry) i Carla Junyent (@carlajunyentt). A cada programa, els presentadors conviden a l'Olimp de Clímax a un Cupido VIP, que assessora als protagonistes per escollir amb quin pretendent quedar-se. Entre els convidats que han passat per la primera temporada del programa destaquen els cantants Miki Núñez, Lildami, Maria Hein, Elena Escorcía, Samantha Hudson o Scorpio, o els influencers Pau Joanmiquel, Cèlia

Espanya, Malbert, Oscar Font o Carla Flila, entre d'altres. Els convidats han format part d'una estratègia de contingut per arribar a més públic i d'altres comunitats digitals, potenciant l'audiència del programa.

A més, Clímax compta amb una col·laboradora habitual. La sexòloga Marta Garriga acudeix al programa un cop al mes per respondre a àudios que envien els espectadors del programa per participar en un consultori afectivosexual. A més, fa dinàmiques amb els presentadors i els convidats relacionades amb la sexualitat i el plaer, impulsant la desestigmatització del sexe.

Una altra de les seccions és la màquina de la veritat, un joc en el qual els convidats posen la mà i, a través de preguntes de sí o no i controlant la freqüència cardíaca, fa descàrregues elèctriques si la persona menteix. Aquesta joguina, que l'hem utilitzada com si fos un polígraf, ha donat molt joc i ha agradat molt a l'audiència, que ha pogut sotmetre als seus influencers preferits a una prova de la veritat.

- Un altre component clau del producte és el disseny sonor. Clímax compta amb un dissenyador sonor en directe, que mescla sintonies, músiques d'ambient i efectes de so, convertint-se en un personatge més del programa. Quan la situació es tensa, sona una música de tensió, afegint dramatisme i èpica al contingut. El mateix passa amb les entrades i sortides de persones al set, donant un dinamisme necessari al programa amb músiques animades.
- El disseny de llums també és important. Un joc de llums a través de quatre PARLED RGB, tres tubs led multicolor i tres caps calents mòbils il·luminen el set i s'adapten al contingut, afegint tensió, festivitat, alegria o melancolia a cada situació.

## 2. Preu

La nostra estratègia de preus està orientada a oferir una proposta competitiva i atractiva per al client, 3Cat, alhora que assegurar la sostenibilitat i la rendibilitat del nostre negoci. Per aconseguir-ho, apostem per una sèrie de mesures que permetran reduir costos sense comprometre la qualitat del programa:

- **Optimització dels costos de producció:** en lloc de comprar equipament tècnic, optarem pel lloguer del material tècnic necessari per a la producció del programa. Aquesta decisió ens permetrà estalviar en costos inicials d'inversió i arrencada i en despeses de manteniment i substitució a llarg termini, reduint la pressió financera sobre el projecte.
- **Producció des d'un plató propi a Sant Boi de Llobregat:** ubicar el plató de producció fora de la ciutat de Barcelona, a Sant Boi de Llobregat, ens proporcionarà avantatges logístics i econòmics significatius. Reduirà el temps i els costos associats al desplaçament de l'equip i els talents, alhora que minimitzarà les despeses de lloguer de les instal·lacions, ja que es podran negociar tarifes preferencials a conseqüència de l'establiment d'una relació a llarg termini a una zona amb preus menys tensats.
- **Benefici industrial del 10%:** podríem reduir encara més els costos de producció del programa, reduint el benefici de la productora amb una reinversió del capital en el projecte. Aquest avantatge s'aplicarà de manera estratègica per reduir costos sense sacrificar la qualitat ni comprometre més del compte els nostres marges de guanys.

El preu del producte el fixem segons els costos, sumant el 10% de benefici industrial legal que estipula la CCMA, l'alta demanda de continguts juvenils d'entreteniment i l'escassa oferta d'aquest tipus de contingut en català.

### **3. Distribució**

Cada diumenge, just després de l'emissió del programa, l'equip de postproducció edita el màster del programa per solucionar les imperfeccions fruit del directe. Un cop obtenim el programa definitiu, es penja a un servei FTP (protocol de transferència d'arxius) facilitat per la CCMA. És l'equip de digital de 3Cat l'encarregat de descarregar-se l'arxiu, revisar que tot està correcte i penjar-lo al sistema operatiu Digiton, que és l'aplicatiu pel qual es gestiona l'arxiu digital de la Corporació.

El sistema digital Digiton permet realitzar totes les fases del procés de creació audiovisual en televisió, que inclou la documentació, producció, edició i emissió, entre altres. En aquest sentit, Digiton assegura la preservació de les imatges, sent l'únic dipositari d'un fons d'interès cultural i patrimonial que no està representat en cap altre arxiu. No hi ha cap altre organisme o entitat legal que prevegi la preservació de l'emissió de ràdio i televisió. Per tant, la CCMA és la responsable de la política de preservació i conservació del mateix fons.

A més, aquest aplicatiu facilita l'accés fàcil i permanent als continguts. El sistema permet l'accés a les imatges a tots els usuaris del sistema, és a dir, els treballadors de la Corporació, des del mateix moment en el qual s'ingesta, sigui com a consulta o com a material preparat per a emetre.

Un cop els continguts estan a Digiton, els treballadors del departament digital de la CCMA publica els continguts tant a la plataforma digital 3Cat, com a YouTube. El títol i la sinopsi de cada capítol el dissenyem des de la productora i es fa arribar setmanalment mitjançant un document Excel per FTP.

El programa complet està disponible a YouTube el dilluns posterior a l'emissió en directe a la 13.00h. Posteriorment, a les 16.00h es publica a la plataforma digital 3Cat. D'altra banda, La Bombilla Media editem cinc peces setmanals que són fragments del programa complet, per a la seva distribució a través d'altres canals, com ara Instagram Reels o TikTok. Aquests clips es distribueixen diàriament a les

15.00h, enllaçant amb el link del programa complet a YouTube i/o la plataforma digital 3Cat.

La distribució del directe, mitjançant la plataforma d'streaming Twitch els diumenges a la nit, es realitza en dos passos i és intensiva. En el cas de 3Cat, la distribució és selectiva i es realitza en tres passos. La distribució no suposa cap cost al pressupost de la producció.

#### **4. Comunicació**

A continuació presentem diverses polítiques de màrqueting mix, dissenyades per captivar i comprometre l'audiència jove catalana, posicionant el programa de cites com una opció atractiva i popular dins de la programació de 3Cat, alhora que generar oportunitats de creixement i monetització per a la cadena i la productora.

#### **Llançament del Programa**

##### **Campanyes de Màrqueting Integrades**

- Anuncis de Televisió: Anuncis de 30 segons a les franges horàries de màxima audiència a TV3 que facin crida de càsting.
  - **Pressupost:** 0€ en ser producció associada. Tres emissions diàries durant dos mesos.

##### **Promocions a les Xarxes Socials**

- Campanyes a Instagram, Facebook, TikTok i Twitter amb contingut visual atractiu, incloent-hi teasers i fragments exclusius del programa. Utilitzar les xarxes socials com a eines clau de distribució, promovent el programa a través de publicacions orgàniques, anuncis patrocinats i col·laboracions amb influenciadors i creadors de contingut catalans.
  - Pressupost: 15.000 € per un període de 3 mesos. Aquest cost va a càrrec de 3Cat i no forma part del pressupost final de la producció.
- Publicitat en Llocs web rellevants:

- Anuncis display i banners a webs d'entreteniment i portals de notícies catalans
  - Pressupost: 30.000 € per un període de 2 mesos. Opció desestimada pel cost elevat de l'acció.

### **Activitats de Màrqueting Experiencial**

- Stands interactius en centres comercials i zones d'oci juvenil amb activitats relacionades amb el programa.
  - Pressupost: 20.000 € per un període de 2 mesos. Opció desestimada pel cost elevat de l'acció.

### **Xarxes Socials com a eines clau de distribució**

- Publicacions orgàniques: Publicacions diàries amb fragments del programa, històries dels participants, així com sneak peeks del programa.
  - Pressupost: 0 € (gestionat internament)
- Anuncis Patrocinats: Anuncis paid a Instagram, TikTok i Youtube dirigits específicament a l'audiència jove catalana.
  - Pressupost: 15.000 € per un període de 2 mesos. Aquest cost va a càrrec de 3Cat i no forma part del pressupost final de la producció.
- Col·laboracions amb influenciadors: Associacions amb influenciadors catalans per promocionar el programa a les seves xarxes socials.
  - 5.000 € per accions esporàdiques. Integrat al pressupost de la producció.

### **Esdeveniments Promocionals**

- Universitats i Centres Juvenils: Organitzar esdeveniments promocionals en universitats, centres juvenils i altres llocs freqüentats per l'audiència jove, oferint la possibilitat de conèixer els participants del programa i participar en jocs i activitats relacionades amb el programa de cites.

- Esdeveniments en 10 universitats catalanes i diversos centres juvenils, amb activitats interactives i presentacions dels participants del programa.
- Pressupost: 50.000 € per 10 esdeveniments. Opció desestimada pel cost elevat de l'acció.

## **Accions posteriors al llançament**

### **Web del Programa**

- Publicació de vídeos exclusius dels episodis i formulari de càsting
  - Pressupost 500€ anuals per manteniment i actualització.

### **Festes de Promoció del Programa**

- Organització de festes temàtiques en col·laboració amb Estrella Damm a l'Antiga Fàbrica Estrella Damm. Elaborar festes per promocionar el programa, que generin interès en el públic juvenil i apropin orgànicament, mitjançant un ambient d'oci, la marca Clímax a potencials espectadors. Aliança amb Estrella Damm per a la producció de programes des de l'Antiga Fàbrica Estrella Damm.
  - Pressupost: 34.000€ per 4 festes. Cost assumit per 3Cat amb el finançament d'Estrella Damm a través del departament comercial, en qualitat de patrocini.

### **Xarxes Socials**

- Contingut regular: Publicacions diàries amb contingut exclusiu, millors moments i actualitzacions del programa. Implementar campanyes de màrqueting integrades que abastin diversos canals de comunicació, incloent-hi anuncis de televisió, promocions a les xarxes socials, publicitat en llocs web rellevants i activitats de màrqueting experiencial.
  - Pressupost: 0 € (gestionat internament).

## **Pla de producció**

El Pla de producció del programa està dissenyat per garantir una execució eficient i creativa que captivi el públic objectiu del contingut en qüestió. Aquest pla detalla les fases clau de la producció, començant pel desenvolupament del format, on es defineixen els aspectes de rigor del programa i continuant amb la confecció d'un equip creatiu. Altrament, la composició d'un equip de càsting competent assegura una representació diversa i dinàmica dels participants, mentre que la producció tècnica inclou la configuració d'un plató innovador i sostenible. La postproducció millora i adapta els continguts per a la seva publicació digital a 3Cat i altres plataformes digitals, com Instagram o TikTok. Així mateix, les estratègies multiplataforma de distribució i promoció asseveren una àmplia difusió i interacció amb l'audiència.

### **1. Desenvolupament del format**

- Reunions inicials amb els responsables de 3Cat per definir les especificacions del programa, incloent-hi el format, la durada, el contingut i l'audiència objectiu.
- Creació d'un equip creatiu per conceptualitzar i desenvolupar el format del programa de cites, inclosa la definició dels elements clau com les proves, els escenaris i la mecànica de les cites.

Les reunions inicials amb els responsables de 3Cat seran responsabilitat dels productors executius del projecte. En aquestes reunions s'establiran tots els detalls creatius, de producció i tècnics del programa de cites. En aquest cas, les reunions seran amb l'Adrià Serra, cap de continguts digitals i estratègia transmèdia de 3Cat, Anna M. López, cap de producció d'Innovació, recerca i estratègia digital, Andrés Palomino, coordinador de continguts digitals de 3Cat i Pat Martínez del Hoyo, editora d'EVA.



En aquestes reunions es presenta la idea del format. Clímax serà un programa de cites en català pensat per a emetre's setmanalment i en directe a través de Twitch. Vint-i-vuit programes de noranta minuts programats pels diumenges a les 22.30 h, nit amb més probabilitat de caçar audiència jove disposada a consumir aquest tipus de contingut. Quant al format, s'estableix dividir el programa en tres blocs de trenta minuts. En el primer bloc, es visionarà la cita resultant del programa anterior. Una trobada dels dos protagonistes que van fer *match* en el programa de la setmana passada que es gravarà entre setmana. Aquestes cites han de ser entretingudes, peces d'entre cinc i vuit minuts amb una edició molt dinàmica i un contingut que es pugui comentar fàcilment per part dels presentadors, que faran una reacció en directe. Durant el visionament del programa, es farà una enquesta al xat de Twitch per tal que l'audiència pugui opinar sobre si hi haurà o no segona cita. Finalment, en acabar el visionament de la cita, els presentadors connectaran amb els dos protagonistes per videotrucada per tal de conèixer la decisió final.

Un cop resolt el primer bloc, els presentadors rebran a un convidat famós. Un influenciador o artista de l'star system català que vindrà al programa a exercir de Cupido. En aquest segon bloc, els presentadors comentaran l'actualitat dels creadors de continguts catalans amb el convidat. També, de vegades, podran aparèixer col·laboradors com la Marta Garriga, sexòloga amb un consultori en directe, o el Pol Solernou, *community manager* de Clímax, que comentarà les reaccions de les xarxes socials.

Finalment, el tercer bloc servirà per conèixer a la persona que ve a trobar l'amor al programa. Se li presentaran tres perfils anònims, per conservar l'esperit de les cites a cegues. Però inicialment ni tan sols podrà parlar-hi. La persona protagonista haurà d'arriscar-se i acabar escollint amb qui vol fer *face reveal* per mantenir una cita presencial. Inicialment, la persona protagonista no parlarà directament amb les persones pretendents, sinó que coneixerà al seu entorn. Xerrarà amb les seves mares, veurà com d'ordenades estan les seves habitacions, quins són els seus gustos musicals a Spotify o com són les seves *stories* destacades a Instagram. Serà l'entorn de les persones qui parli per elles i marqui el destí de les possibles parelles.

Per a l'elaboració de cada programa, La Bombilla Media crearà un equip creatiu. Aquest equip, liderat pel director del programa, comptarà amb un guionista.

## **2. Selecció dels Participants**

- Elaboració d'un equip de producció que gestioni el càsting, les localitzacions de les cites i la coordinació de convidats per cada programa
- Organització de càstings oberts per a la selecció dels participants, assegurant una representació diversa de perfils i personalitats per atraure una audiència ampla i variada.
- Proves i avaluacions per garantir que els participants seleccionats compleixin els requisits establerts pel programa i puguin contribuir a la dinàmica d'aquest.

Clímax disposa d'un equip de producció encarregat, principalment, de gestionar el càsting de participants. La Bombilla Media realitza una crida oberta a través de xarxes socials i anuncis que s'emeten a la televisió lineal, a través de TV3. Aquesta crida té com a punt de conversió un formulari al qual es pot accedir mitjançant l'enllaç [www.climax.cat](http://www.climax.cat). Els participants s'inscriuen al càsting i automàticament es genera una fitxa de participant. L'equip de producció és l'encarregat d'escriure a través de whatsapp a aquells participants que passen la primera selecció. Aquest primer garbell se centra a rebutjar a tothom que no tingui entre 18 i 30 anys i sigui resident a Catalunya.

A través del primer contacte per whatsapp, l'equip de producció demana als participants un vídeo d'un minut de durada en el qual es presentin i expliquin alguns trets de la seva personalitat i vida sexoafectiva. És en aquest moment quan l'equip de producció fa una tria d'aquells perfils més interessants, basant-se en dos indicadors clau: en primer lloc que ajudin a promoure la visibilitat de perfils diversos, tant ètnicament, com d'orientació sexual i de gènere, i, en segon lloc, que siguin

perfils dinàmics que puguin generar dinàmiques entretingudes en el programa. És a dir, que remin a favor del *show*.

Un cop seleccionats els perfils més destacats, producció fa algunes propostes de candidat/a i pretendents a direcció, amb qui consensuen quins són els escollits pel programa d'aquella setmana. Un cop tancats els perfils del programa, l'equip de producció envia la convocatòria als escollits. El o la protagonista de la cita assistirà presencialment al plató, mentre que els i/o les pretendents es connectaran telemàticament des de casa.

Paral·lelament, l'equip de producció contacta amb espais i activitats interessants per poder gravar les cites, que es roden entre setmana. Des de bars i restaurants, a parcs naturals, l'Aquàrium de Barcelona o un taller de cuina, espais atractius per l'espectador on poder gravar gratuïtament, a canvi de publicitat, les cites del programa.

També contacten amb els influenciadors i artistes catalans que direcció demana com a convidats pel programa. En alguns casos, contacten amb l'agència de representació, amb qui acorden la convocatòria, el *fee* i els horaris per la recollida i tornada en taxi, a càrrec del pressupost de la producció.

L'equip de producció de Clímax està format per una cap de producció i un ajudant de producció.

### **3. Producció Tècnica**

Lloguer i/o compra de l'equipament tècnic necessari per a la producció del programa, incloent-hi càmeres, llums, equips d'enregistrament de so i altres dispositius.

- Configuració d'un plató de producció a Sant Boi de Llobregat.
- Elaboració de les peces audiovisuals per cobrir les necessitats creatives de cada programa (cites, ganxos, *VTRs*, etc.).

Clímax disposa d'un equip tècnic encarregat del disseny artístic i tècnic del set de gravació, així com de la filmació, edició de vídeo i grafisme dels continguts del programa. El set està dissenyat per l'escenògraf Jordi Bruna, que a partir de la partida pressupostària atorgada a art esbossa una proposta conceptual, compra els materials i construeix el decorat. Cal remarcar que, en aquest sentit, La Bombilla Media va buscar a un escenògraf compromès amb el medi ambient. Tota la creació de l'escenografia està dissenyada des d'una visió de la reutilització de materials i l'ús d'elements biodegradables.

En paral·lel s'elabora un disseny de llums amb un il·luminador. En ser un programa en directe, Clímax precisa d'un disseny de vius que sigui fàcilment controlable i que disposi de diverses escenes, per enriquir les narratives de l'emissió. És per aquest motiu que es dissenyen llums amb tons vermells pels moments de tensió, o llums més festives, amb moviment, per entrades i sortides de convidats.

A partir de l'escenografia i el disseny de llums, la directora tècnica del projecte estipula una planta de càmeres i la creació del control de realització. En aquest sentit, La Bombilla Media disposa d'un pressupost de 36.062,22 € per a la inversió en material tècnic i tot allò que es precisa a l'arrencada. En aquest sentit, i tenint en compte que durant el programa hi haurà moltes connexions telemàtiques, la directora tècnica estipula amb l'ajudant de realització quin programari cal implementar per tal de poder connectar videotrucades amb el programari des del qual es realitza i s'envia l'emissió de Clímax a Twitch.

El grafista David Marin dissenya la imatge del programa. En aquest sentit, és necessària la col·laboració entre el grafista i l'escenògraf, per partir d'un mateix concepte. En el cas de Clímax, s'acorda conceptualitzar-ho amb Cupido. L'escenografia evoca a les escales a l'Olimp i compta amb columnes gregues i estàtues d'angelets. Així doncs, el grafisme també té components d'aquest estil, com núvols o un Cupido amb barretina, donant importància a l'idioma del programa de cites.

L'equip tècnic de Clímax està format per una directora tècnica que també fa tasques de realització, una ajudant de realització, un operador de càmera que també fa tasques de muntatge, un il·luminador, un grafista i un escenògraf.

#### **4. Emissió del Programa**

- Preparació del plató, assegurant una ambientació adequada i atractiva per als participants i els espectadors.
- Preparació de les càmeres, la il·luminació, els micròfons i el control de realització
- Preparació de tots els materials que es punxaran en directe
- Reunió de continguts i escaleta prèvia al directe

Els diumenges són el dia d'emissió de Clímax. L'equip és convocat a les oficines de La Bombilla Media a les 17.30 h. Es preparen tots els materials pel directe, que s'envien d'una tongada a la realitzadora, per tal que pugui incloure tots els vídeos, grafismes i d'altres components al programari de realització.

A les 18.00 h comença la reunió de continguts i escaleta. Estan presents els directors, l'ajudant de realització, el *community manager*, els productors i els presentadors del programa. Es fa una lectura conjunta del guió i es visionen tots els vídeos del programa, assenyalant què s'ha de comentar, com, amb quin to i quines intencions. Es marquen línies vermelles i moments clau del programa.

En acabar la reunió de continguts i escaleta, l'equip tècnic prepara les càmeres i els focus. A les 20.00 h comencen les proves tècniques. Producció envia l'enllaç del programari específic per les videotrucades als pretendents i van connectant un a un per validar que la qualitat de la càmera és prou bona, que té bona il·luminació, bon so i bona connexió a internet. Aquesta prova és important per cerciorar-nos que les persones que es connecten telemàticament reben bé el senyal del programa, ja que és molt important que durant el directe vegin el senyal realitzat.

A les 21:30 h es fa una pausa per sopar de trenta minuts. A les 22.00 h arriba la persona protagonista del programa i el convidat. Direcció dona les directrius necessàries a ambdues persones i marca els codis del programa. Durant la mitja hora restant fins al directe, s'escull el títol de l'*stream*, així com el text de la notificació que els arribarà a tots els seguidors als seus mòbils. A més, el *community manager* grava diversos vídeos per Instagram Stories i Twitter per anunciar que comença el directe i els continguts que podrà trobar l'audiència si decideix connectar amb nosaltres.

A les 22:30 h comença l'emissió del programa, que s'estén fins a les 00.00 h. En acabar, producció demana els taxis de tornada de protagonista i convidat i es fa una petita reunió de valoració del programa.

## 5. Postproducció

- Edició del material emès perquè els episodis penjats a la plataforma siguin tan atractius com sigui possible, utilitzant tècniques de muntatge i efectes visuals per millorar la narrativa i l'impacte.
- Disseny de creativitats i còpies pel llançament a xarxes socials

En acabar el directe, una part reduïda de l'equip es queda fent les tasques d'adequació del programa per a la seva posterior publicació a la plataforma digital 3Cat. A les 10.00 h del dilluns ha d'estar el programa penjat al servidor de 3Cat, així com el títol del programa, la sinopsi i la miniatura del vídeo. És per aquest motiu que direcció es queda una estona més després de la reunió de valoració del programa.

La directora tècnica fa una repassada de muntatge del programa emès en directe, per corregir possibles errors de càmera, so o il·luminació, afegir algun grafisme que s'hagi quedat penjat durant el directe o tallar alguna declaració que pugui posar en perill la imatge dels presentadors. És important entendre que estem a un mitjà de comunicació públic i que s'ha d'intentar ser fidel al llibre d'estil de la Corporació.

En paral·lel, el director creatiu omple la fitxa del programa, amb el títol i la sinopsi. A més, dissenya la miniatura del vídeo amb un muntatge fotogràfic de captures de pantalla estretes del mateix Twitch. A les 01.30 h de la matinada acaba la jornada laboral.

## 6. Distribució i Promoció

- Planificació de la difusió del programa a través de la plataforma digital 3Cat, programant horaris de llançament estratègics per maximitzar l'audiència potencial.
- Implementació de campanyes de promoció a les xarxes socials i altres canals de màrqueting digital per generar expectació i interès al voltant del programa de cites.

El programa es penja a la plataforma digital 3Cat i YouTube els dilluns al matí. És important destacar la importància del títol i la miniatura, que han d'aixecar l'interès dels espectadors a simple vista.

Paral·lelament a la publicació del programa, l'editor elabora un resum dels millors moments d'aquest. Els millors moments es penjaran com a vídeo independent a YouTube els dimecres al migdia, generant conversa social durant tota la setmana entorn dels continguts del programa.

D'altra banda, s'elabora un *clippejat* de moments destacats del programa en format vertical, que es distribueix diàriament a l'Instagram i el TikTok d'EVA a les 15.00 h, en post col·laboratiu amb @eltindercat, el compte propi de la productora amb el qual promocionem el programa i arribem a més públics. Amb aquestes peces, s'aconsegueix atraure a la majoria de la massa de públic del programa, que després de veure aquests clips amb alt component de viralitat, decideixen passar per YouTube o la plataforma a veure el programa sencer.

Quant a la promoció dels vídeos de YouTube, elaborem uns dissenys verticals estàtics amb una imatge del programa, un text en gran i un Cupido que assenyala un enllaç. Aquestes imatges les publiquem en format Instagram Story enllaçant amb el programa penjat a YouTube, per concentrar més visualitzacions, i etiquetant a tots els influenciadors que apareixen a Clímax. Aquests comparteixen la publicació i es multipliquen les visites a l'enllaç automàticament.

3Cat compta, a més, amb un pressupost per afegir *paid* als continguts publicats. Una manera ràpida de potenciar la viralitat dels vídeos, apareixent a més públic gràcies a la compra de promocions ofertes per Meta, TikTok i Google.

## **7. Avaluació i Rèpliques**

- Anàlisi de les respostes i reaccions dels espectadors, incloent-hi audiència, interaccions a les xarxes socials i comentaris.
- Identificació de punts forts i àrees de millora per a futures emissions del programa, incorporant retroalimentació de continguts.
- Reunió periòdica amb responsables de 3Cat per a rebre retroacció.

Cada setmana analitzem les visualitzacions obtingudes en els diversos continguts del programa. Comparem els espectadors assolits en l'emissió en directe, la xifra de visualitzacions en diferit i a quants usuaris hem arribat a través de les diferents xarxes socials. A partir d'aquestes mètriques, observem quins són els continguts que han funcionat millor i els potenciem, com ara el consultori sexoafectiu amb la sexòloga Marta Garriga o l'entrevista íntima a la influenciadora Cèlia Espanya o l'influenciador Pau Joanmiquel. Sabent que aquests perfils agraden a la nostra audiència, els potenciem i els convidem més sovint al programa.

D'altra banda, periòdicament ens reunim amb Pat Martínez del Hoyo, editora d'EVA, i Andrés Palomino, coordinador de continguts digitals de 3Cat, per comentar els



assoliments d'audiència, el rendiment dels continguts i aquells punts on es pot millorar per tal d'abastar més espectadors tant en el directe, com en el diferit, com en les peces per xarxes socials. A més, la Pat i l'Andrés són els encarregats de fer de pont amb el departament comercial de 3Cat, comentant totes les novetats en relació amb els patrocinis i la relació amb Estrella Damm, així com de la resta de departaments de la CCMA, com ara comunicació, màrqueting o imatge, per tal de poder estar al dia de totes les novetats que repercuteixen a Clímax.

## **Quantitat i costos dels factors de producció**

Per a la producció de Clímax, La Bombilla Media compta amb un pressupost total de 204.842,46 €. Aquesta xifra es desgrana en diferents partides, destacant les nòmines i el caixet dels presentadors com les més elevades. A continuació es detallen les partides destacades que s'han de tenir en compte per quantificar els costos dels factors de producció, al llarg de vint-i-vuit emissions des del mes de setembre del 2023 fins al mes de maig del 2024 produïdes des de la seu de La Bombilla Media a Sant Boi de Llobregat.

- **Nòmines de l'equip: 83.881,17 €**

Les nòmines representen el cost dels membres de l'equip que treballen en diferents rols, com ara directors, guionistes, productors, tècnics de so i de llum, entre altres. Aquest cost és crucial per garantir un personal qualificat i motivat que pugui portar a terme els diferents aspectes de la producció audiovisual del nostre programa de cites.

- **Caixet dels presentadors i col·laboradors del programa: 30.014,84 €**

El caixet dels presentadors i col·laboradors reflecteix el cost d'atraure talents reconeguts per al programa, el que pot augmentar l'atractiu i l'èxit de l'emissió. Aquesta despesa és fonamental per assegurar la qualitat i l'atractiu del contingut.

- **Grafisme:** 3.695,81 €

El grafisme és essencial per a la identitat visual del programa, incloent-hi la creació de logos, títols, gràfics i animacions que poden millorar l'estètica i la professionalitat de la producció, captant l'atenció del públic i reforçant la seva experiència visual.

- **Càmeres i postproducció:** 19.061,57 €

Aquesta partida es contempla per tenir un operador de càmera extra per als rodatges més exigents. Es contemplen 14 jornades amb un operador de càmera addicional. A més, també serà muntador, responsable de captar imatges de qualitat i editar-les adequadament per crear una narrativa coherent i atractiva. Aquesta despesa és crucial per garantir una producció audiovisual de qualitat professional en aquells rodatges que requereixin més recursos per les necessitats imposades per l'equip creatiu i validades per la direcció del programa.

- **Disseny, construcció i manteniment del decorat:** 11.225 €

Aquesta partida es contempla a l'arrendada (Capital) i l'explotació. Inicialment, se subcontracta a l'escenògraf freelance Jordi Bruna per al disseny i la construcció del decorat, elements estructurals que poden millorar la producció, amb un preu de 3.200 €. El manteniment del decorat implica el cost de mantenir i renovar el conjunt i els escenaris utilitzats en la producció, el que contribueix a mantenir la coherència visual del programa i a proporcionar un entorn atractiu i adequat per a les activitats d'aquest. La partida de manteniment entra dins del pressupost d'explotació, amb una quantitat de 2.150 € destinats.

El decorat de Twitch es construirà a un local de lloguer, que també tindrà funcions de redacció per l'equip creatiu i de producció. Es destinaran 5.875 € a aquesta partida.

- **Compra de material tècnic:** 16.113,55 €

La compra de material tècnic inclou la inversió en equips com càmeres, il·luminació, micròfons, cablejat, etc. Aquests són els instruments essencials per capturar i enregistrar imatges i so de manera efectiva i de qualitat, essencials per a la producció audiovisual.

- **Despeses de benzina i càtering:** 3.370 €

Les despeses de benzina es contemplen pel cost del transport d'equipament i personal entre localitzacions de gravació, assegurant que tots els recursos arribin als llocs necessaris per al desenvolupament del programa amb eficàcia i en els terminis previstos. El càtering proporciona menjar i begudes per a l'equip durant les sessions de gravació i muntatge, mantenint-los alimentats i amb energia per a un rendiment òptim. Aquesta despesa contribueix al confort i al benestar de l'equip, cosa que pot millorar la seva eficiència i la qualitat del treball.

- **Compra de vestuari:** 450 €

També es destina una petita partida a la compra de disfresses i d'altres elements de vestuari que puguin ser necessaris per intencions creatives al llarg de la producció del programa.

- **Costos estructurals:** 2.640,00 €

Els costos estructurals inclouen despeses relacionades amb el funcionament general del negoci, com ara subministrament d'electricitat, despeses d'emmagatzematge, serveis de gestoria i provisions per a eventualitats. Aquestes despeses són essencials per mantenir l'operació eficient i sense interrupcions imprevistes.

### **Cost Total**

- Cost d'inversió (Capital): 36.062,22 €
- Cost d'explotació abans del benefici industrial: 153.658,39 €

### **Política laboral i salarial: selecció de personal, contractació**

A La Bombilla Media ens comprometem a proporcionar un entorn laboral just, equitatiu i motivador per a tots els empleats. Reconeixem el valor de cada membre de l'equip i ens esforcem per garantir que les seves contribucions siguin degudament reconegudes i recompensades.

## Contractació i horaris laborals

La producció del programa de cites per a 3Cat requereix un equip multidisciplinari per dur a terme totes les tasques necessàries per a la seva realització. Per tant, hem contractat vuit treballadors amb contracte de treball de durada determinada d'artistes i personal tècnic, sis a jornada completa per cobrir els rols de dos directors, una productora, un ajudant de producció, un muntador i un guionista, un *community manager* al 35% de la jornada i una ajudant de realització al 25% de la jornada.

Quant a la fixació de sous, el total del cost empresa per treballadors és:

| Categoria              | Sou Conveni | Jornada | SOU BRUT   | Mesos | total cost E <sup>a</sup><br>(sou/ss/indem) |
|------------------------|-------------|---------|------------|-------|---------------------------------------------|
| Cap de producció       | 1.912,46 €  | 100%    | 2.000,00 € | 8,5   | 23.108,67 €                                 |
| Cap de producció       | 1.912,46 €  | 100%    | 2.000,00 € | 8,5   | 23.108,67 €                                 |
| Redactor               | 1.341,70 €  | 100%    | 1.073,36 € | 7,5   | 10.942,90 €                                 |
| Community Manager      | 1.341,70 €  | 35%%    | 600,00 €   | 7,5   | 6.117,00 €                                  |
| Editor de Vídeo        | 1.504,77 €  | 100%    | 1.635,15 € | 8,1   | 18.003,98 €                                 |
| Ajudant de produccio   | 1.423,22 €  | 100%    | 1.874,00 € | 8,5   | 21.652,82 €                                 |
| Ajudant de produccio   | 1.423,22 €  | 100%    | 1.500,00 € | 8,25  | 16.821,75 €                                 |
| Ajudant de realització | 1.423,22 €  | 25%     | 370,04 €   | 8,5   | 4.275,54 €                                  |

L'horari laboral dels assalariats és de dilluns a dijous, de 10:00 h a 18:00 h, i els diumenges de 17:30 h a 01:30 h. Reconeixent l'esforç addicional requerit per treballar els diumenges, hem establert una política flexible per a l'entrada els dilluns, no comptabilitzant el temps de retard en l'inici de la jornada laboral en el salari. Aquesta mesura té com a objectiu compensar el treball intensiu fet els diumenges i motivar tot el personal. En el cas del *community manager* i l'ajudant de realització, fan teletreball durant la setmana i assisteixen al set de gravació els diumenges, per cobrir l'emissió en directe d'aquest.

També comptem amb alguns freelance, com ara els presentadors, l'operador de càmera addicional, l'escenògraf o el grafista.

#### **- Procés de selecció**

Tots els empleats contractats per a aquest projecte van ser seleccionats a través d'un procés de reclutament. Vam utilitzar la plataforma LinkedIn per publicar les nostres vacants i vam rebre una gran quantitat de candidatures, superant els 200 aspirants. Vam realitzar dues rondes d'entrevistes amb tots els candidats per garantir la idoneïtat i l'ajust amb el nostre equip i la nostra visió i cultura empresarial per al projecte.

#### **- Política Salarial**

El pagament dels salaris dels nostres empleats es realitza utilitzant una línia de crèdit activa a La Caixa, que ens proporciona una flexibilitat financera necessària per cobrir els costos de nòmina mensuals. La línia de crèdit té un límit de fins a 20.000 euros mensuals amb un interès del 5,2%.

El cost total de les nòmines per als empleats contractats ascendeix a 83.881,17 €, i aquesta despesa es cobreix mitjançant el pressupost d'explotació assignat per al projecte.

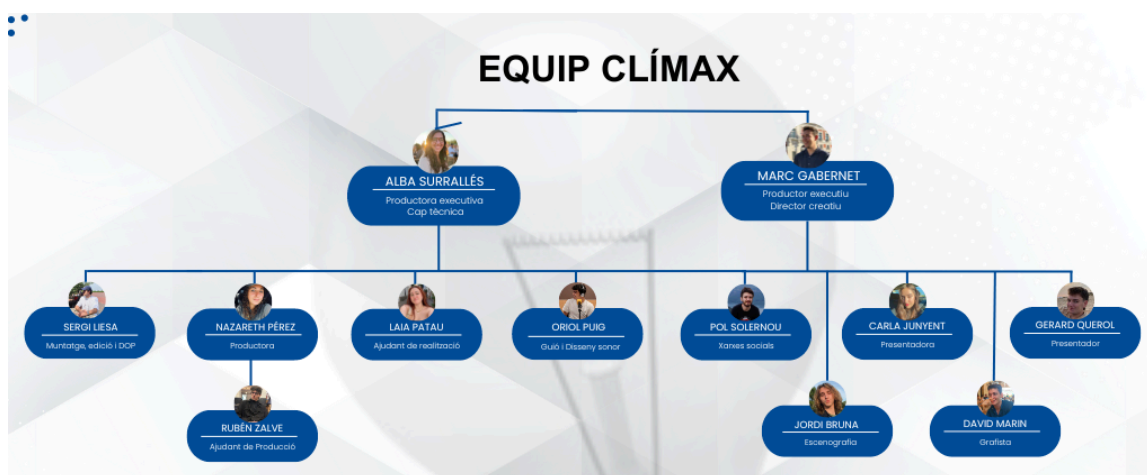
### **Estructura organitzativa de l'empresa**

L'estructura organitzativa està dissenyada per assegurar una eficient coordinació i funcionalitat en el desenvolupament del projecte. A continuació, presentem l'organització funcional de l'empresa i les relacions de jerarquia i coordinació dins de la mateixa:

#### **Organització funcional de l'empresa**

La producció del programa de cites per a 3Cat requereix una combinació de talent i habilitats diverses. Per assegurar un desenvolupament òptim del projecte, hem constituït un equip multidisciplinari amb les següents funcions i rols clarament definits:

1. **Direcció:** Dos directors, Marc Gabernet i Alba Surrallés, encarregats de liderar i supervisar tots els aspectes de la producció. Els directors són responsables de desenvolupar la visió creativa del programa i dirigir el seu desenvolupament. Són, a més, productors executius del projecte. L'Alba Surrallés s'encarrega de la part tècnica, coordinant a tot l'equip tècnic i de producció. A més, fa tasques de realitzadora en el directe. El Marc Gabernet s'encarrega de l'àrea creativa, supervisant guió i càsting.
2. **Producció:** La Nazareth Pérez és la productora que coordina i supervisa tots els detalls logístics i operatius de la producció, així com el càsting. Compta amb el Rubén Zalve, l'ajudant de producció que s'encarrega de donar suport a la coordinació i logística dels diversos aspectes del procés de producció.
3. **Muntatge:** Sergi Liesa és l'encarregat del muntatge i edició del material audiovisual del programa. A més, és l'operador de càmera de les gravacions de les cites en exteriors, convertint-se en el responsable d'imatge del projecte.
4. **Guió:** L'Oriol Puig és el responsable de desenvolupar el contingut i estructura narrativa del programa. Aporta idees i propostes a les reunions de continguts i escaleta, per tal de poder confeccionar el guió sobre el qual, més tard, durant l'emissió del programa, improvisaran els presentadors.
5. **Comunicació i Xarxes Socials:** El Pol Solernou és el *community manager*, amb una jornada al 35%, i és l'encarregat de gestionar les xarxes socials i la comunicació *online* relacionada amb el programa. A més, elabora les peces audiovisuals exclusivament digitals, que serveixen per promocionar el programa a X, abans conegut com a Twitter.
6. **Realització:** La Laia Patau és l'ajudant de realització, amb una dedicació del 25% de la jornada. Dona suport en tasques operatives i tècniques durant la realització del programa.



## Relacions de jerarquia i coordinació

La jerarquia i la coordinació dins de La Bombilla Media està dissenyada per facilitar una fluida comunicació i una presa de decisions eficient. Tot i que cada membre de l'equip té àrees de responsabilitat específiques, fomentem una cultura de col·laboració i treball en equip. Les relacions de jerarquia es defineixen de la següent manera:

- Els directors ocupen el cim de la jerarquia, sent els responsables finals de la direcció i el desenvolupament creatiu del programa. Es divideixen en dues àrees, la tècnica i la creativa. A més, són el canal de comunicació entre l'equip i la direcció de 3Cat, sent qui respon a les necessitats, peticions, preocupacions i inquietuds dels responsables de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.
- La productora, l'ajudant de producció, el muntador, el guionista, el *community manager* i l'ajudant de realització reporten directament als directors, assegurant una alineació amb la visió i els objectius del projecte. També ho fan els freelance, com ara els presentadors, el grafista, l'escenògraf o l'operador de càmera addicional.

Promovem un ambient de treball tranquil i basat en la confiança. Els treballadors tenen accés a les instal·lacions de La Bombilla Media les vint-i-quatre hores al dia i

poden teletreballar quan ho considerin oportú, sense necessitat de comunicar els motius a la direcció. A més, la direcció de la productora busca el consens i la posada en comú creativa i tècnica en els processos de decisió que afecten al producte final i, en conseqüència, als membres de l'equip. Implicant a les persones que treballen al projecte s'aconsegueix augmentar la seva motivació envers la producció i, conseqüentment, també la productivitat.

D'altra banda, és important destacar que La Bombilla Media compta amb un pla d'igualtat i amb protocols interns per prevenir, detectar i donar resposta a qualsevol mena de violència masclista, racista o LGBTI-fòbica. Dins el compromís de la productora per la igualtat efectiva entre homes i dones, La Bombilla Media ofereix productes mensuals de forma gratuïta a totes les treballadores.

Una altra prestació que La Bombilla Media ofereix als treballadors és un servei de càterring. Aquells empleats que vulguin cobrir les seves dietes diàries, abonem a l'empresa el preu simbòlic de 3,50 € per dia. L'empresa ofereix a canvi un menú del dia complet, cuinat el mateix dia.



## Pla financer

El pressupost elaborat per La Bombilla Media per a la producció de Clímax es basa en el model de pressupost desglossat de projectes per a televisió o mitjans digitals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

## Balanç de situació 2024

A continuació, es presenta un resum del balanç de situació de l'empresa, destacant els elements més importants tant de l'actiu com del passiu. Aquest balanç ofereix una visió clara de l'estat financer actual de l'empresa.

### Actiu

El total de l'actiu ascendeix a -52.544,44 euros, distribuït de la següent manera:

#### Actiu Corrent: -52.544,44 euros

##### 1. Deutors comercials i altres comptes a cobrar: -27.956,34 euros

- Clients per vendes i prestacions de serveis: -31.176,17 euros
- ASSOCIACIO JUVENIL LA BOMBILLA MEDIA: -6.343,32 euros
- CORPORACIO CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS SA: -21.881,13

euros

- Trivium Quadriviumque Digital SL: 3.053,51 euros
- AJUNTAMENT DE PINEDA DE MAR: -6.005,23 euros
- Altres crèdits amb les Administracions Públiques: 3.219,83 euros
- Hisenda Pública, IVA suportat: 3.219,83 euros

##### 2. Efectiu i altres actius líquids equivalents: -24.588,10 euros

- Tresoreria: -24.588,10 euros
- Bancs, euros: -24.588,10 euros
- Compte ES3821000482880200535180: -24.588,10 euros

## **Passiu**

El total del passiu és de -52.544,44 euros, distribuït entre el patrimoni net i el passiu corrent:

**Patrimoni Net:** -17.569,34 euros

1. Resultat de l'exercici: -17.569,34 euros

**Passiu Corrent:** -34.975,10 euros

1. Creditors comercials i altres comptes a pagar: -34.975,10 euros

- Proveïdors: -2.114,86 euros
- DALMACIO AMAT I MONTSERRAT BOLET CB: 470,41 euros
- Campsa Estacions Servei SA: -40,00 euros
- JORDI BRUNA CAMPRODON: 501,60 euros
- DAVID MARIN MARTINEZ: 340,00 euros
- MERCADONA SA: -19,17 euros
- Oriol Puig Bach: -883,50 euros
- Gerard Querol Berlanga: -1.272,00 euros
- Alex Grueso Uldemolins: -265,00 euros
- EXIT CENTRE DE MUSICA I ARTISTES SOCIETAT LIMITADA: -2.420,00 euros
- Roser Gamonal Capdevila: -212,00 euros
- Manuel Moreno Bolívar: -0,30 euros
- 504II: 0,80 euros
- Aleix Manzano Enfedaque: 171,00 euros
- MKT OIL SL: 296,10 euros
- Pau Joanmiquel Vilanova: 975,20 euros
- ATTITUDE ABILITY SOCIETAT LIMITADA: 30,00 euros
- Josep Oriol Mendieta Vancells: 212,00 euros

Creditors diversos: -22.350,00 euros

Creditors per prestacions de serveis factures pendents de rebre: -22.350,00 euros

- Altres deutes amb les Administracions Públiques: -10.510,24 euros

- Hisenda Pública, creditora per IVA: -10.436,51 euros
- Hisenda Pública, creditora per retencions practicades: -1.898,47 euros
- Hisenda Pública, creditora per retencions practicades (lloguer): -73,88 euros
- Hisenda Pública, creditora per retencions practicades (professionals): -1.080,48 euros
- Organismes de la Seguretat Social, creditors: 826,89 euros
- Hisenda Pública, IVA repercutit: 997,85 euros

És important destacar que el balanç surt negatiu perquè resten diversos ingressos pendents de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), que oscil·len al voltant dels 70.000 euros. Aquests ingressos pendents són crucials per millorar la situació financera de l'empresa i equilibrar els comptes.

## **Compte de pèrdues i guanys 2024**

A continuació, es presenta un resum del compte de pèrdues i guanys de l'empresa, destacant els elements més importants de les despeses i els ingressos. Aquest compte ofereix una visió clara de la rendibilitat actual de l'empresa.

### **1. Import net de la xifra de negocis: 89.956,23 euros**

- Prestacions de serveis: 89.956,23 euros

### **4. Aprovisionaments: -35.344,08 euros**

- Consum de matèries primeres i altres matèries consumibles: -445,45 euros
- Treballs realitzats per altres empreses: -34.898,63 euros

### **6. Despeses de personal: -52.354,51 euros**

- Sous, salaris i assimilats: -39.922,22 euros
- Càrrecs socials: -12.432,29 euros

### **7. Altres despeses d'explotació: -19.826,98 euros**

- Serveis exteriors: -19.826,98 euros
  - Arrendaments i cànons: -3.901,22 euros
  - Serveis de professionals independents: -1.355,00 euros
  - Primes d'assegurances: -238,95 euros
  - Serveis bancaris i similars: -96,47 euros
- Subministraments: -376,50 euros
- Altres serveis: -13.858,84 euros

**Resultat d'explotació:** -17.569,34 euros

**Resultat financer:** 0,00 euros

**Resultat abans d'impostos:** -17.569,34 euros

**Resultat de l'exercici:** -17.569,34 euros

Com en el balanç de situació, és important destacar que el resultat surt negatiu perquè resten diversos ingressos pendents de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), que oscil·len al voltant dels 70.000 euros. Aquests ingressos pendents són crucials per millorar la situació financera de l'empresa i equilibrar els comptes.

- Pressupost d'exploració del projecte Clímax

| <b>CAPÍTOL</b>                            | <b>COST TOTAL</b>   |
|-------------------------------------------|---------------------|
| Guió, música, arxiu                       | 0 €                 |
| Equip programa                            | 83.881,17 €         |
| Serveis artístics i de postproducció      | 33.710,65 €         |
| Serveis tècnics i d'exploració            | 19.061,57 €         |
| Escenografia                              | 2.600 €             |
| Estudis de rodatge                        | 5.875 €             |
| Despeses de producció                     | 5.890 €             |
| Assegurances                              | 0 €                 |
| Despeses generals                         | 2.640 €             |
| <b>TOTAL ABANS DE BENEFICI INDUSTRIAL</b> | <b>153.658,39 €</b> |

|                                         |              |
|-----------------------------------------|--------------|
| <b>PRESSUPOST ARRENCADA</b>             | 36.062,22 €  |
| <b>PRESSUPOST EXPLOTACIÓ</b>            | 168.780,23 € |
| <b>TOTAL PRESSUPOST</b>                 | 204.842,46 € |
| <b>COST PER CAPÍTOL SENSE ARRENCADA</b> | 6.027,87 €   |
| <b>COST PER CAPÍTOL</b>                 | 7.315,80 €   |
| <b>% BENEFICI INDUSTRIAL TV</b>         | 10%          |
| <b>IMPORT BENEFICI INDUSTRIAL</b>       | 15.121,84 €  |
|                                         |              |
| <b>COST/MINUT PRODUCCIÓ</b>             | 81,29        |
| <b>COST/HORA PRODUCCIÓ</b>              | 4.877,20     |

## **Estructura juridicoeconòmica**

La Bombilla Media és una societat de responsabilitat limitada, per la qual cosa la responsabilitat dels socis es veu limitada segons el capital que aporten. L'òrgan administratiu de l'empresa està constituït per dos administradors solidaris, que són les persones encarregades de la gestió i la representació de la productora. Tenen responsabilitat solidària, el que significa que cadascú pot actuar independentment i les seves decisions es vinculen sempre a l'empresa.

L'estructura del personal es constitueix per vuit treballadors assalariats amb nòmina que treballen sota relació formal laboral, reben un salari i estan subjectes a la normativa laboral vigent. Així mateix, també hi ha cinc autònoms. Això significa que són treballadors independents que presten servei a l'empresa de manera autònoma, sense cap mena de relació laboral formal.

D'acord amb la legislació espanyola, La Bombilla Media S.L. està subjecta al règim fiscal corresponent a una societat de responsabilitat limitada i, per tant, ha de complir amb les obligacions tributàries establertes per l'Agència Tributària, com l'Impost sobre Societats o l'IVA, entre d'altres.

## Conclusions

En aquest treball de fi de grau, s'ha desenvolupat un pla d'empresa per a la producció de Clímax, un programa de cites juvenil i en català destinat al públic jove de la plataforma 3Cat. A través d'una anàlisi exhaustiva del mercat, dels recursos necessaris i de les estratègies de màrqueting, s'ha pogut constatar la viabilitat i el potencial d'aquest projecte.

Hi ha una demanda clara i creixent per continguts juvenils en català, especialment en formats que combinen entreteniment i interacció social. Clímax respon a aquesta demanda oferint un programa fresc, innovador i adaptat als gustos i preferències del públic objectiu. Malgrat l'existència de programes de cites en altres cadenes i plataformes, Clímax es diferencia per la seva producció en català i per la seva aposta per la inclusivitat i la diversitat, aspectes cada vegada més valorats pels joves.

La proposta de màrqueting inclou l'ús intensiu de les xarxes socials, col·laboracions amb influencers i la creació de continguts addicionals exclusius per a les plataformes digitals. Aquesta estratègia permetrà arribar eficaçment al públic objectiu i fidelitzar-lo.

S'ha realitzat una estimació detallada dels recursos necessaris per a la producció del programa, així com del pressupost total. Es preveu una inversió inicial significativa, però amb unes perspectives de rendibilitat a mitjà termini gràcies a les fonts d'ingressos públiques, com ara l'ICEC i la CCMA, i els patrocinis, com per exemple el d'Estrella Damm.

Clímax no només té potencial com a producte de televisió d'èxit, sinó que també pot contribuir positivament a la promoció de la llengua catalana entre els joves, a la vegada que promou valors com la tolerància i la diversitat.

Com a alumnes, el desenvolupament del pla d'empresa per a Clímax ens ha permès aplicar i consolidar els coneixements adquirits durant la nostra formació acadèmica en les assignatures més centrades en l'emprenedoria i els models de negoci. Hem pogut integrar diferents àrees de coneixement, com la investigació de mercats, l'estratègia de màrqueting, la gestió de recursos i la planificació financera. Aquest projecte ens ha proporcionat una visió completa del procés de creació i llançament d'un producte audiovisual, dotant-nos de les competències necessàries per a afrontar futurs reptes professionals en el sector.

Des del punt de vista de la productora, Clímax representa una oportunitat estratègica per a posicionar-nos en el mercat juvenil català. El programa ofereix una proposta innovadora i amb potencial d'atracció, que pot servir de plataforma per a la nostra consolidació en el sector televisiu. Hem pogut identificar i preparar-nos per a les possibles dificultats i oportunitats del projecte, assegurant-nos una base sòlida per a una execució exitosa. La implementació d'aquest projecte suposarà un pas important en el nostre creixement com a productora.

Clímax és un programa de cites juvenil que es diferencia per la seva producció en català i per la seva aposta per la diversitat i la inclusivitat. Amb una estratègia de màrqueting ben definida, es preveu un impacte significatiu en el públic objectiu, contribuint a la seva fidelització i ampliant la nostra audiència. En el futur, Clímax no només té el potencial d'esdevenir un programa de referència dins de la programació juvenil de 3Cat, sinó que també pot servir de model per a altres projectes que busquin combinar entreteniment i valors socials positius.

Actualment, Clímax es troba en una fase avançada de producció. La primera temporada ja s'ha emès, assolint un gran èxit d'audiència. Tal ha estat la bona acollida del públic que al gener, amb només la meitat de la primera temporada emesa, 3Cat va comunicar la renovació de Clímax per una segona temporada.



A llarg termini, l'èxit de Clímax ha de permetre obrir portes a noves oportunitats de producció i col·laboració, consolidant la nostra productora com un actor clau en el sector audiovisual català.

En conclusió, el pla de negoci elaborat demostra que Clímax és un projecte amb una base sòlida i amb grans possibilitats d'èxit. La seva implementació no només podria satisfer les necessitats d'entreteniment del públic juvenil, sinó també reforçar la presència del català en els mitjans de comunicació i fomentar una societat més inclusiva. Amb una gestió adequada i una execució efectiva, Clímax té el potencial necessari per convertir-se en un referent en el panorama digital català.

## Bibliografia

- Álvarez, I. (2023, 21 setembre). El 'dating show' 'Clímax' busca a jóvenes que quieran enamorarse (o al menos conocerse). *www.elperiodico.com*.  
<https://www.elperiodico.com/es/tele/20230920/casting-dating-show-climax-busca-jovenes-plataforma-3cat-92333382>
- Barcelona, I. Á. (2023, 21 setembre). El 3Cat busca joves que vulguin enamorar-se (o conèixer-se). *Diari de Girona*.  
<https://www.diaridegirona.cat/oci/tv/2023/09/21/3cat-busca-joves-vulguin-enamorar-92358795.html>
- Cádiz, R. (2024, 11 abril). Laura Escanes tiene una nueva ilusión: el influencer guapísimo que le ha robado el corazón. *Diario de Cádiz*.  
[https://www.diariodecadiz.es/salseo/Laura-Escanes-ilusion-influencer-guapismo\\_0\\_1892812823.html](https://www.diariodecadiz.es/salseo/Laura-Escanes-ilusion-influencer-guapismo_0_1892812823.html)
- CCMA. (2023, 29 desembre). *Lideratge indiscutible de TV3: la cadena més vista per 14è any consecutiu*. 3Cat.  
<https://www.ccma.cat/premsa/lideratge-indiscutible-de-tv3-la-cadena-mes-vista-a-per-14e-any-consecutiu/nota-de-premsa/3268650/>
- CCMA. (s. d.). *Clímax - 3Cat*. 3Cat. <https://www.ccma.cat/3cat/climax/>
- De Mitjans Audiovisuals SA, C. C. (s. f.). *Cercador de contractes*.  
<https://epc.ccma.cat/Proveidor/transparencia.jsf>
- El Govern aprova el contracte programa amb la CCMA després de 14 anys, amb una inversió de 1.347 milions fins al 2027*. (s. d.). Govern.cat.  
<https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/582083/govern-aprova-contracte-programa-ccma-despres-14-anys-inversio-1347-milions-fins-al-2027>
- Europa Press. (s. d.). «Clímax», el revolucionari «dating show» digital para jóvenes que se estrena en el Twitch de EVA. *europapress.es*.  
<https://www.europapress.es/sociedad/noticia-climax-revolucionario-dating-show-digital-jovenes-estrena-twitch-eva-20231001190053.html>
- EVA. (2024, 17 maig). *El MALBERT té ENVEJA de la JULIANA CANET? - Clímax* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NAsy6QK-MtE>

Oller, X. (2023, 23 desembre). 3Cat celebra con èxito la primera fiesta DAMM y EVA, con «Clímax» en directo. *tvienes.es*.  
<https://tvienes.es/noticias/3cat-celebra-exito-primer-fiesta-damm-eva-climax-directo>

Instagram. (s. d.). <https://www.instagram.com/eltindercat>

*La CCMA i el Departament de Cultura fan pública la resolució provisional de la convocatòria de projectes audiovisuals culturals, innovadors i divulgatius d'entreteniment.* (s. d.). Institut Català de Les Empreses Culturals.  
[https://icec.gencat.cat/ca/actualitat/noticies/detall/Noticia ProjectesCRIDA](https://icec.gencat.cat/ca/actualitat/noticies/detall/Noticia_ProjectesCRIDA)

*L'audiovisual a Catalunya.* (s. d.). ACCIÓ - Agència Per la Competitivitat de L'Empresa.  
<https://www.accio.gencat.cat/ca/serveis/banc-coneixement/cercador/BancConeixement/eic-l-audiovisual-a-catalunya>

Marquès, A. (2024, 23 gener). *Clímax, un dating show per a lligar en català - La Torre de Barcelona.* La Torre de Barcelona.  
<https://www.latorredebarcelona.com/actualitat/climax-un-dating-show-per-a-lligar-en-catala/>

Martín, S. L. (2023, 19 setembre). El fenómeno «Tindercat» llega a 3Cat con «Clímax», su primer dating para entorno digital. *www.elperiodico.com*.  
<https://www.elperiodico.com/es/yotele/20230919/fenomeno-tindercat-3cat-climax-primer-dating-entorno-digital-92297960>

Mt, R. (2023, 18 setembre). TV3 anuncia un nou dating show juvenil amb els creadors de «Tindercat» que es dirà «Clímax». *El Món de la Tele*.  
<https://elmondelatele.cat/2023/09/tv3-anuncia-un-nou-dating-show-juvenil-que-es-dira-climax/>

Redacció. (2023, 18 setembre). *3Cat prepara un programa digital de cites per al públic juvenil.* Comunicació21.  
<https://comunicacio21.cat/noticies/3cat-prepara-un-programa-de-cites-digital-per-al-public-juvenil/>

Redacció. (2024, 15 maig). 3Cat fa mig any superant els 100 milions de reproduccions a la plataforma digital. *3Cat*.

<https://www.ccma.cat/324/3cat-fa-mig-any-superant-els-100-milions-de-reproduccions-a-la-plataforma-digital/noticia/3293005/>

Grupo Joly. (2023a, setembre 18). TV3 apuesta por los programas de citas: así es «Clímax» su nueva apuesta juvenil para encontrar el amor. *Diario de Sevilla*. [https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor\\_0\\_1831017696.html](https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor_0_1831017696.html)

Grupo Joly. (2023b, setembre 18). TV3 apuesta por los programas de citas: así es «Clímax» su nueva apuesta juvenil para encontrar el amor. *Diario de Sevilla*. [https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor\\_0\\_1831017696.html](https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor_0_1831017696.html)

Sequera, M. S. (2023, 19 setembre). *Tindercat y EVA abren el casting de 'Clímax', el nuevo dating show digital de 3Cat*. Audiovisual451. <https://www.audiovisual451.com/tindercat-y-eva-abren-el-casting-de-climax-el-nuevo-dating-show-digital-de-3cat/>

TikTok - Make your day. (s. d.). <https://www.tiktok.com/@eltindercat>

TV3 convierte el fenómeno digital 'Tindercat' en dating show para 3Cat. (s. f.). Cveintiuno. <https://cveintiuno.com/tv3-convierte-el-fenomeno-digital-tindercat-en-dating-show-para-3cat/>

verTele, R. (2023, 18 setembre). El fenómeno «Tindercat» da el salto a TV3 con el dating «Climax» para su nuevo canal digital juvenil. *Vertele*. [https://www.eldiario.es/vertele/noticias/fenomeno-tindercat-da-salto-tv3-dating-climax-nuevo-canal-digital-juvenil\\_1\\_10524704.html](https://www.eldiario.es/vertele/noticias/fenomeno-tindercat-da-salto-tv3-dating-climax-nuevo-canal-digital-juvenil_1_10524704.html)

X.com. (s. d.). X (Formerly Twitter). <https://www.x.com/eltindercat>

Yeguas, C. (2024, 16 gener). *El balance GECA – diciembre 2023*. GECA. <https://webgeca.geca.es/el-balance-geca-diciembre-2023/>

## ANNEXES

### ANNEX 1: Dossier de venda

Dossier de venda de Clímax (inicialment anomenat Tindercat), presentat a la Crida de la CCMA i l'ICEC de l'any 2022







## Context: del lavabo del Gerard al fenomen digital

El 21 d'abril del 2021, Twitter estrena el *Twitter Spaces*, una nova funció que permet crear xats de veu grupals públics en directe. En Gerard, *Gerryquerryberry* a les xarxes, inicia un des del lavabo de casa seva, per veure com funciona.

Centenars de persones es van reunir al perfil del Gerry, que per aquells temps comptava amb 3.000 seguidors, en una emissió que ell va anomenar "First Dates Català".

El gener del 2022, La Bombilla Media s'afegeix al projecte. Sota el nom de *Tindercat*, reunim a milers d'oients en cada *Twitter Spaces*. Les emissions del *Tindercat* es converteixen en *Trending Topic* a nivell estatal i no paren de créixer els seguidors.

El 22 d'abril del 2022, el *Tindercat* es desvirtualitza en la primera festa de l'amor, un gran festival a Sant Cugat que va reunir a més de 1.300 joves. Després d'aquest gran show, les cites a cegues, les confessions i el bon rotllo van visitar les festes majors de Sant Boi, Igualada, Amposta, Puigcerdà i Lleida, a més del Canet Rock, l'Acampada Jove, el concert d'Eufòria al Palau Sant Jordi i la sala La Mirona de Salt.

Ara, en Gerry acumula més de 16.000 seguidors al seu perfil de Twitter. El compte del *Tindercat* també ha superat la barrera dels 10.000 adeptes i el creixement no s'atura. Un projecte que ha passat del lavabo de casa d'en Gerry a convertir-se en un fenomen que va més enllà de les xarxes socials.





## Els nostres cupidos

El Tindercat està liderat per tres joves creadors de contingut. A l'influencer santcugatenc Gerryquerryberry (Gerard Querol) se sumen la tiktokera igualadina Carla Junyent i el cantant lleidatà Ramon Pera.

**JUNTS ACUMULEN  
MÉS DE 113.000 SEGUIDORS  
A LES SEVES XARXES SOCIALS**

## La proposta: Format audiovisual

El Tindercat és el primer dating show en català 100% digital. Cada diumenge a la nit, el Gerry, la Carla i el Ramon obren la seva habitació per rebre a joves d'arreu del país que vulguin trobar l'amor a través de Twitch. Un *live show* on la interacció i les cites a cegues són elements clau.

A través d'un show completament digital, cada setmana comptarem amb un o una protagonista amb ganes de trobar l'amor. Li presentarem tres perfils anonimitzats, per conservar l'esperit de les cites a cegues, i, mitjançant l'entorn dels pretendents, haurà d'escollir amb qui voldrà fer *face reveal* i mantenir una cita presencial.

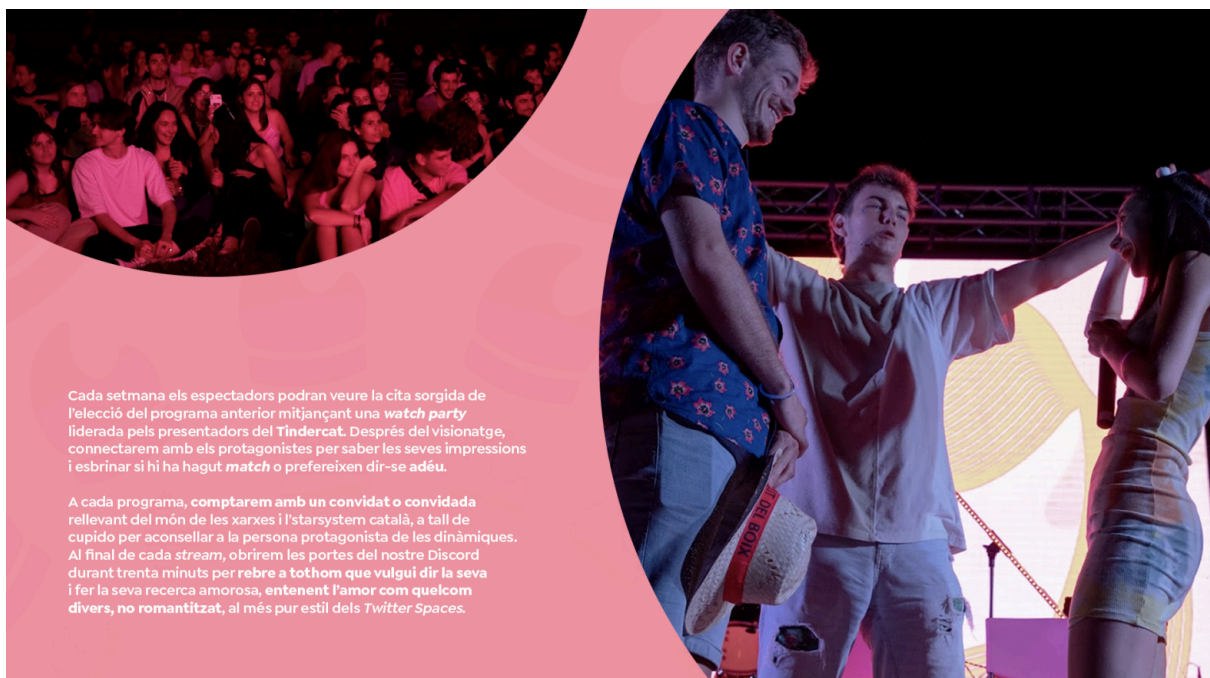


Durant la primera part de la dinàmica, la persona protagonista no parlarà directament amb els i/o les pretendents, sinó que coneixerà el seu entorn. Xerrarà amb les seves mares, veurà com d'ordenades estan les seves habitacions o quins són els seus gustos musicals o nombre de seguidors... Serà l'entorn de les persones qui parli per elles i marquin el destí de les possibles parelles.



**UN LIVE SHOW ON  
LA INTERACCIÓ I  
LES CITES A CEGUES  
SÓN ELEMENTS CLAU**





Cada setmana els espectadors podran veure la cita sorgida de l'elecció del programa anterior mitjançant una **watch party** liderada pels presentadors del **TinderCat**. Després del visionatge, connectarem amb els protagonistes per saber les seves impressions i esbrinar si hi ha hagut **match** o prefereixen dir-se adéu.

A cada programa, comptarem amb un convidat o convidada rellevant del món de les xarxes i l'starsystem català, a tall de cupido per aconsellar a la persona protagonista de les dinàmiques. Al final de cada stream, obrirem les portes del nostre Discord durant trenta minuts per rebre a tothom que vulgui dir la seva i fer la seva recerca amorosa, entenent l'amor com quelcom divers, no romantitzat, al més pur estil dels **Twitter Spaces**.

| Acció                                                                                                                                     | Durada | Acumulat |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------|
| <b>BLOC 1   INICI</b>                                                                                                                     |        |          |
| INTRO - BENVINGUDA - GANXOS CONTINGUTS PROGRAMA                                                                                           | 8:00   | 0:08:00  |
| <b>BLOC 2   REPÀS SETMANA ANTEIOR + CITA GRAVADA</b>                                                                                      |        |          |
| Visionat CITA de la parella de la setmana anterior amb comentaris en directe                                                              | 10:00  | 0:18:00  |
| Connexió <b>PROTAGONISTES</b> : <i>Hi ha hagut match?</i>                                                                                 | 10:00  | 0:28:00  |
| <b>BLOC 3   DINÀMICA PER TROBAR LA NOVA PARELLA</b>                                                                                       |        |          |
| Presentació protagonista + "El Cupido de la setmana" (convidat influencer)                                                                | 5:00   | 0:33:00  |
| Presentació anònima dels tres <b>pretendents</b> + cita<br>(Per exemple: <i>el/la protagonista xerra amb les mares dels pretendents</i> ) | 15:00  | 0:48:00  |
| <i>Qui és qui?</i> La decisió final i <b>face reveal</b>                                                                                  | 8:00   | 0:56:00  |
| <b>BLOC 4   ESSÈNCIA TINDERCAT</b>                                                                                                        |        |          |
| Dinàmiques amb <b>connexons discord</b> amb el públic que vulgui entrar a dir la seva (cites, urna de les confessions, experiències...)   | 30:00  | 1:26:00  |
| Comiat                                                                                                                                    | 4:00   | 1:30:00  |

Escaleta

PROGRAMA SETMANAL A TWITCH  
**90 MINUTS PER CAPÍTOL**  
 DIUMENGES A LA NIT





## Estratègia digital

El **TinderCat** neix com un projecte **digital first**, nascut a les xarxes socials i pensat per a l'entorn digital. És per això que l'univers del **TinderCat** beu de l'ampla xarxa de creadors de continguts digitals en català que emergeixen a **Youtube, Tiktok, Twitter o Instagram**. D'aquesta manera, la nostra audiència potencial creix de la mà d'altres influencers i creadors de contingut catalans com **Carles Tamayo, Maria Bouabdellah, Juliana Canet, Pol Gise, Gemmeta, Marc Lesan o Sanyesmag** que també han fet les seves aparicions al programa o la gira.

Més enllà d'un **dating show**, el **TinderCat** vol impulsar la cultura digital catalana de manera transversal. I per això, és necessària una estratègia digital **transmèdia i multiplataforma** que reforci la seva presència especialment a **Tiktok i Instagram** dels continguts emesos al **Twitch**.



**L'UNIVERS DEL TINDERCAT  
BEU DE L'AMPLA XARXA DE  
CREADORS DE  
CONTINGUTS  
EN CATALÀ**



Les peces que s'emeten al **Twitch** de les cites es publicaran de manera independent a **Tiktok i Instagram** en format **vertical**, seguint l'estratègia de viralització que tant bé ha funcionat a podcasts com 'La Pija y la Quinqui' o 'Ràdio Primavera Sound' (*Gent de Merda, Oye Polo*, etc). En aquests espais de viralització també es prioritzaran els moments icònics o humorístics que hagin tingut lloc durant el **Twitch** en presència de convidats de l'univers digital i cultural català.

Seguint una lògica **transmèdia i multiplataforma**, el **Twitch** també s'emetrà de manera simultània només en so a **Twitter Spaces** - com en els orígens del format. I pensem que es podria produir un **resum dels millors moments** en format audiovisual per a l'emissió en **televisió lineal**.

**EMISSION  
EN DIRECTE**



**PECES  
INDIVIDUALS**



## Tindercat: un espai segur

Com qualsevol programa de cites, al **Tindercat** l'ingredient principal són les emocions. És per aquest motiu que des del primer moment, l'equip del programa vetlla per fer del **Tindercat** un espai segur per a tots i totes.

Com no podia ser d'una altra manera, el **Tindercat** és un espai feminista i **LGBTIQ+friendly**, on el respecte per la diversitat està sempre garantit i representat. Com a show interactiu amb l'audiència, el resultat i la naturalesa de les cites depèn en gran mesura de l'audiència, però l'equip de producció treballa per representar la major diversitat possible de joves.

Com diu el tagline del format: existim per celebrar que volem 'estimar molt i estimar bé'. Dos dels elements que diferencien el **Tindercat** d'altres *dating shows* és que a la primera part de la cita l'entorn de la persona parla per ella i no els estereotips de bellesa -fugint dels cànons habituals-, i, per altra banda, que promovem cites de tot el ventall d'amor possibles.

Complementàriament, amb motiu de la gira presencial, tots els integrants de **La Bombilla Media** han rebut una formació en prevenció de situacions masclistes o **LGBTIQ+fòbiques**, amb la convicció poder garantir que el **Tindercat** és un espai segur on l'amor, en totes les seves vessants, és el que veritablement importa.



## Sobre nosaltres

A **La Bombilla Media** som joves amb poques llums... Demostrem amb les nostres produccions que podem fer realitat aquelles idees boges que et passen pel cap. **La Bombilla Media** està formada per un equip creatiu, innovador, multidisciplinari i eminentment digital. Una pedrera de joves professionals amb experiència al sector de la comunicació i la producció audiovisual, apassionats per l'art d'explicar històries.

Vam ser impulsors de **Mood Z**, una de les produccions seleccionades a la primera crida de la CCMA en col·laboració amb el Departament de Cultura. En paral·lel, hem produït projectes digitals i juvenils pel Council of Europe, la Fundació Talent Factory i diversos ajuntaments catalans.



Pressupost de la primera temporada de Clímax, presentat a la Crida de la CCMA i l'ICEC de l'any 2022

Actualització a: 02/06/2022

**RESUM PRESSUPOST**

TÍTOL:

**EITindercat**

PRODUCCIÓ EXECUTIVA:

**MARC GABERNET**

DIRECCIÓ:

**MARC GABERNET**

REALITZACIÓ:

**ALBA SURRALLÉS**

PRODUCCIÓ:

**ALBA SURRALLÉS I NIL CODINA**

**La Bombilla Media, SL.**  
**B72445463.**  
**C/ Ramon Estruch 7. 2n 4a.**  
**Sant Boi de Llobregat.**

TIPOLOGIA  
TEMPORADA  
(1 per primera temporada)

NUM. CAPÍTOLS

DURADA (minuts)

PREVISIÓ EMISSIÓ

FORMAT:

TIMINGS PRODUCCIÓ {

|                      |
|----------------------|
|                      |
| <b>1</b>             |
| <b>32</b>            |
| <b>90</b>            |
| <b>NOVEMBRE-JUNY</b> |
|                      |

Preproducció OCTUBRE

Producció NOVEMBRE-JUNY (setmanal)

Edició NOVEMBRE-JUNY (setmanal)

Canal:

**IMPORT A LIQUIDAR**

**204.842,46 €**

|                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| PRESSUPOST ARRENCADA             | <b>27.804,69 €</b>  |
| PRESSUPOST PRODUCCIÓ             | <b>177.037,78 €</b> |
| <b>TOTAL PRESSUPOST</b>          | <b>204.842,46 €</b> |
| COST PER CAPÍTOL SENSE ARRENCADA | <b>5.532,43 €</b>   |
| COST PER CAPÍTOL                 | <b>6.401,33 €</b>   |
| % BENEFICI INDUSTRIAL TV         | <b>10%</b>          |
| IMPORT BENEFICI INDUSTRIAL       | <b>15.824,34 €</b>  |
|                                  |                     |
| COST/MINUT PRODUCCIÓ             | <b>71,13</b>        |
| COST/HORA PRODUCCIÓ              | <b>4.267,55</b>     |
| INGRESSOS                        |                     |

Data presentació projecte:

**01/09/2022**

Data aprovació/rebuig:

### **ANNEX 3: Teaser de venda**

Teaser de venda de Clímax, presentat a la Crida de la CCMA i l'ICEC de l'any 2022

Clicant en la imatge accedeixes al vídeo:



## ANNEX 4: Enllaços d'interés i presència als mitjans

Adjuntem diversos enllaços del programa de citas Climax, que hem produït des de La Bombilla Media per la plataforma digital 3Cat i la finestra de continguts juvenils de la CCMA, EVA.

- Web del programa: <https://www.ccma.cat/3cat/climax/>
- Instagram del programa: <https://www.instagram.com/eltindercat>
- X (Twitter) del programa: <https://www.x.com/eltindercat>
- TikTok del programa: <https://www.tiktok.com/@eltindercat>
- Playlist de Clímax al canal de YouTube d'EVA:  
<https://www.youtube.com/watch?v=NAsy6QK-MtE&list=PL-hqJMRYK0ISJbFICoKIY131RskyHfQ2A&index=2>

### Presència als mitjans:

Álvarez, I. (2023, 21 setembre). El 'dating show' 'Clímax' busca a jóvenes que quieran enamorarse (o al menos conocerse). *www.elperiodico.com*.  
<https://www.elperiodico.com/es/tele/20230920/casting-dating-show-climax-busca-jovenes-plataforma-3cat-92333382>

Barcelona, I. Á. (2023, 21 setembre). El 3Cat busca joves que vulguin enamorar-se (o conèixer-se). *Diari de Girona*.  
<https://www.diaridegirona.cat/oci/tv/2023/09/21/3cat-busca-joves-vulguin-enamorar-92358795.html>

Europa Press. (s. s.). «Clímax», el revolucionario «dating show» digital para jóvenes que se estrena en el Twitch de EVA. *europapress.es*.  
<https://www.europapress.es/sociedad/noticia-climax-revolucionario-dating-show-digital-jovenes-estrena-twitch-eva-20231001190053.html>



Oller, X. (2023, 23 desembre). 3Cat celebra con èxito la primera fiesta DAMM y EVA, con «Clímax» en directo. *tvienes.es*.

<https://tvienes.es/noticias/3cat-celebra-exito-primer-fiesta-damm-eva-climax-directo>

Marquès, A. (2024, 23 gener). *Clímax, un dating show per a lligar en català - La Torre de Barcelona*. La Torre de Barcelona.

<https://www.latorredebarcelona.com/actualitat/climax-un-dating-show-per-a-lligar-en-catala/>

Martín, S. L. (2023, 19 setembre). El fenómeno «Tindercat» llega a 3Cat con «Clímax», su primer dating para entorno digital. *www.elperiodico.com*.

<https://www.elperiodico.com/es/yotele/2023>

0919/fenomeno-tindercat-3cat-climax-primer-dating-entorno-digital-92297960

Mt, R. (2023, 18 setembre). TV3 anuncia un nou dating show juvenil amb els creadors de «Tindercat» que es dirà «Clímax». *El Món de la Tele*.

<https://elmondelatele.cat/2023/09/tv3-anuncia-un-nou-dating-show-juvenil-que-es-dira-climax/>

Redacció. (2023, 18 septiembre). *3Cat prepara un programa digital de cites per al públic juvenil*. Comunicació21.

<https://comunicacio21.cat/noticies/3cat-prepara-un-programa-de-cites-digital-per-al-public-juvenil/>

Redacción Grupo Joly. (2023a, setembre 18). TV3 apuesta por los programas de citas: así es «Clímax» su nueva apuesta juvenil para encontrar el amor. *Diario de Sevilla*.

[https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor\\_0\\_1831017696.html](https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor_0_1831017696.html)

Redacción Grupo Joly. (2023b, setiembre 18). TV3 apuesta por los programas de citas: así es «Clímax» su nueva apuesta juvenil para encontrar el amor. *Diario de Sevilla*.

[https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor\\_0\\_1831017696.html](https://www.diariodesevilla.es/gente/tv3-apuesta-programas-citas-climax-nuevo-a-juvenil-encontrar-amor_0_1831017696.html)

Sequera, M. S. (2023, 19 setiembre). *TinderCat y EVA abren el casting de 'Clímax', el nuevo dating show digital de 3Cat*. Audiovisual451.

<https://www.audiovisual451.com/tindercat-y-eva-abren-el-casting-de-climax-el-nuevo-dating-show-digital-de-3cat/>

TV3 convierte el fenómeno digital 'TinderCat' en dating show para 3Cat. (s. d.). Cveintiuno.

<https://cveintiuno.com/tv3-convierte-el-fenomeno-digital-tindercat-en-dating-show-para-3cat/>

verTele, R. (2023, 18 setiembre). El fenómeno «TinderCat» da el salto a TV3 con el dating «Climax» para su nuevo canal digital juvenil. *Vertele*.

[https://www.eldiario.es/vertele/noticias/fenomeno-tindercat-da-salto-tv3-dating-climax-nuevo-canal-digital-juvenil\\_1\\_10524704.html](https://www.eldiario.es/vertele/noticias/fenomeno-tindercat-da-salto-tv3-dating-climax-nuevo-canal-digital-juvenil_1_10524704.html)