

ANNEXES

PLA D'EMPRESA APLICAT A LA CREACIÓ, A LA DIGITALITZACIÓ I A LA TRANSFORMACIÓ D'UNA AGÈNCIA DE COMUNICACIÓ EXTERNA MITJANÇANT UNA PLATAFORMA ONLINE



UNIVERSITAT DE GIRONA
GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES
PROFESSOR RESPONSABLE: ALBERT COSTA
ESTUDIANT: GIL FARRÉS

Taula de continguts

Anexes	2
ANNEX 0 - Project Plan TFG	2
ANNEX 1 - Mètode Lean Start-up	3
ANNEX 1.1 - Curves de Valor per cada agent de A&A vs model de negoci tradicional	4
ANNEX 2 - Bussines Model Canvas	5
ANNEX 3 - Mapa de processos clau de l'empresa	6
ANNEX 4 - Entrevistes realitzades	7
Transcripció de les entrevistes TIPUS 1 (retailers):	8
Transcripció de les entrevistes TIPUS 2 (Agències i CEO's):	9
Transcripció de les entrevistes TIPUS 3 (professionals freelancers)	10
Transcripció de les entrevistes TIPUS 4 (estudiants)	12
Altres entrevistes:	14
ANNEX 5 - Taula de preus i serveis de la plataforma A&A	15
ANNEX 6 - Esquelet de la plataforma	20
ANNEX 7 Serveis tradicionals de les agències de comunicació, publicitat i MK.	21
ANNEX 8 - RH Configuració estructural i organitzativa	22
ANNEX 8.1 - Taula de sou segons Rang i posició	23
ANNEX 9: Organigrama agents interns	25
ANNEX 10. Taules estructurals del personal de l'empresa	26
ANNEX 11. Configuracions estructurals de mintzberg i correspondències	27
ANNEX 12. Models de negoci amb plataformes col·laboratives	28
ANNEX 13. Esquema general del tipus de plataforma col·laborativa	31
ANNEX 14. Llibre d'estil A&A	32
ANNEX 15. GIR Agency - MVP de A&A communication	36
ANNEX 16. Costos de producció	39
ANNEX 17. Anàlisi DAFO	40
ANNEX 18. Buyer persona	41
ANNEX 19. Definició dels KPI's	42
ANNEX 20 - Business angels vs venture capital	43
ANNEX 21 - Finançament segons la fase d'una start-up.	44
ANNEX 22 - Fases del crowdfunding	45
ANNEX 23. Mapes de posicionament	46
ANNEX 24. Funnel de vendes	48
ANNEX 25. Network effect	49
ANNEX 26. Compte de resultats	51
ANNEX 27. Pla d'inversions inicials	53
ANNEX 28. VAN I ROI	54
ANNEX 29. Llindar de rendibilitat / punt mort	55

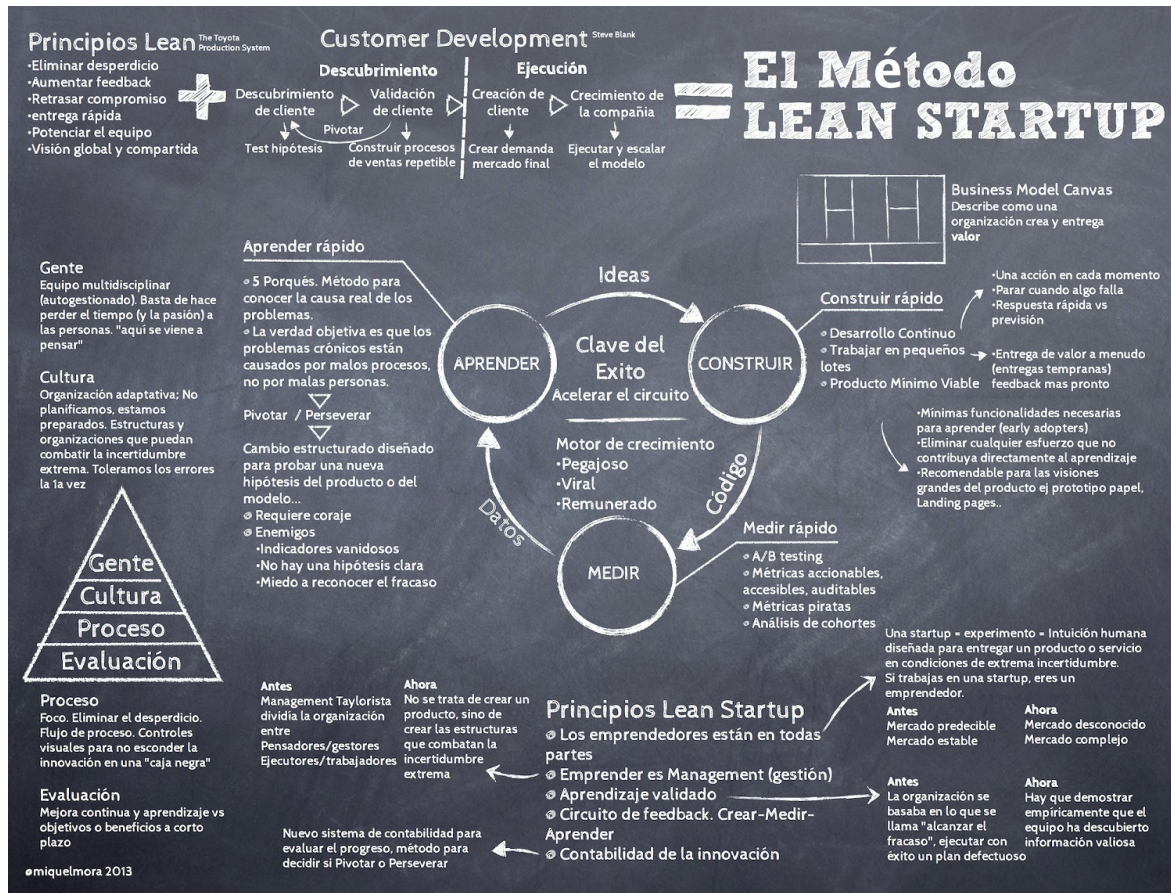
Anexes

ANNEX 0 - Project Plan TFG

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	AM	BR	CW	DY	FD	G
		TGF	UNIVERSITAT DE GIRONA	DATA DE INICI	DURACIÓ	DEAD LINE	ESTAT	% TFG COMPLETAT	NOVEMBRE 01 D	DESEMBRE 01 M	GENER 01 V	FEBRER 01 L	MARÇ 01 L	ABRIL 01 J	M
1															
2															
3															
4			TREBALL DE FINAL DE GRAU - A&A	01/10/20	239	30/05/21	En Progrés	50 %							
5		1.	Introducció del treball	01/10/20	30	31/10/20	Completat	100 %							
6		2.	Antecedents i referències	01/11/20	7	08/11/20	Completat	100 %							
7		3.	Objectius del treball	09/11/20	6	15/11/20	Completat	100 %							
8		4.	Metodologia de treball	16/11/20	6	22/11/20	Completat	100 %							
9		5.	Pla d'empresa	23/11/20	111	14/03/21	Completat	97 %							
10		5.2	Pla de recursos humans	11/01/21	13	24/01/21	Completat	100 %							
11		5.2.1	Definir sistema	11/01/21	13	24/01/21	Completat	100 %							
12		5.2.2	Transcriure sistema	11/01/21	13	24/01/21	Completat	100 %							
13		5.2.3	Il·lustrar sistema	11/01/21	13	24/01/21	Completat	100 %							
14		5.3	Competitivitat	25/01/21	6	31/01/21	Completat	100 %							
15		5.3.1	Definir competidors i empreses semblants	25/01/21	6	31/01/21	Completat	100 %							
16		5.3.2	Models de negoci dels competidors i diferenciació	25/01/21	6	31/01/21	Completat	100 %							
17		5.3.3	Mapes de posicionament	25/01/21	6	31/01/21	Completat	100 %							
18		5.4	Creació de la marca	01/02/21	6	07/02/21	Completat	100 %							
19		5.4.1	Definició de la personalitat de marca	01/02/21	6	07/02/21	Completat	100 %							
20		5.4.2	Desenvolupament del look and feel	01/02/21	6	07/02/21	Completat	100 %							
21		5.5	Pla de producció de la plataforma	08/02/21	13	21/02/21	En Progrés	90 %							
22		5.5.1	Definició de la plataforma	08/02/21	6	14/02/21	Completat	100 %							
23		5.5.2	Desenvolupament d'un MVP	14/02/21	7	21/02/21	En Progrés	80 %							
24		5.6	Pla de màrqueting	22/02/21	15	07/03/21	En Progrés	95 %							
25		5.6.1	Anàlisi	22/02/21	15	07/03/21	Completat	100 %							
26		5.6.2	Objectius i KPI's	23/02/21	15	08/03/21	Completat	100 %							
27		5.6.3	Estratègia (la de llançament)	24/02/21	15	09/03/21	En Progrés	90 %							
28		5.6.4	Tàctiques i accions	25/02/21	15	10/03/21	En Progrés	90 %							
29		5.6.5	Control	26/02/21	15	11/03/21	Completat	100 %							
30		5.7	Pla econòmic i financer	08/03/21	6	14/03/21	En Progrés	100 %							
31		6.	Aspectes legals i societaris	15/03/21	6	21/03/21	Per Fer	0 %							
32		6.1	Definir-los	15/03/21	6	21/03/21	Per Fer	0 %							
33		7.	Conclusions	15/03/21	6	21/03/21	Per Fer	0 %							
34		7.	Acabar TFG BRUT docs	22/03/21	12	04/04/21	Per Fer	0 %							
35		7.1	Revisió contingut i coherència	22/03/21	6	28/03/21	Per Fer	0 %							
36		7.2	Revisió recomanacions formals UdG	22/03/21	12	04/04/21	Per Fer	0 %							
37		8.	Maquetació	19/04/21	20	09/05/21	Per Fer	0 %							
38		8.1	Definició	19/04/21	6	25/04/21	Per Fer	0 %							
39		8.2	Disseny	26/04/21	6	02/05/21	Per Fer	0 %							
40		8.3	Revisió	03/05/21	6	09/05/21	Per Fer	0 %							
41		9.	Entrega final	10/05/21	20	30/05/21	Per Fer	0 %							
42		9.1	Última revisió	10/05/21	5	15/05/21	Per Fer	0 %							
43		9.2	Penjar al moodle versió final	24/05/21	6	30/05/21	Per Fer	0 %							
44															

Font pròpia: Captura en data de 31 de gener de 2021

ANNEX 1 - Mètode Lean Start-up



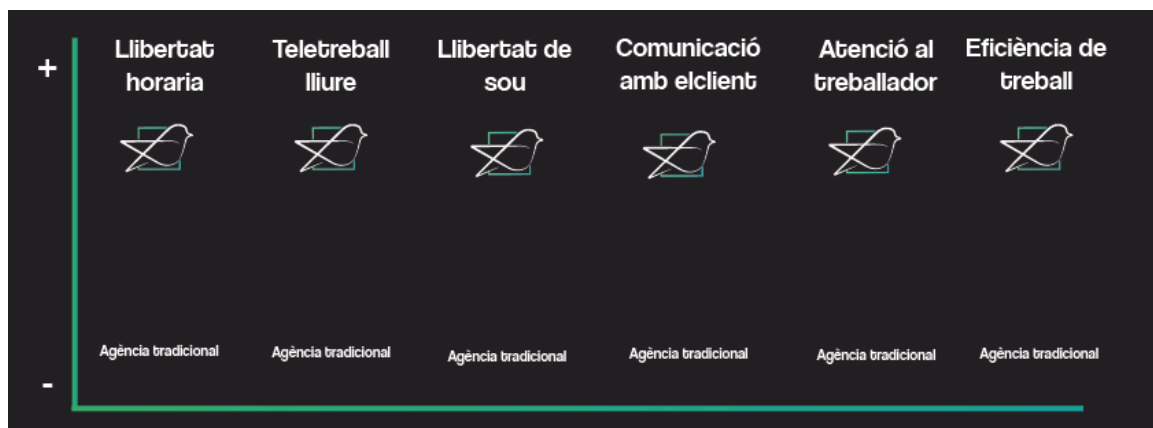
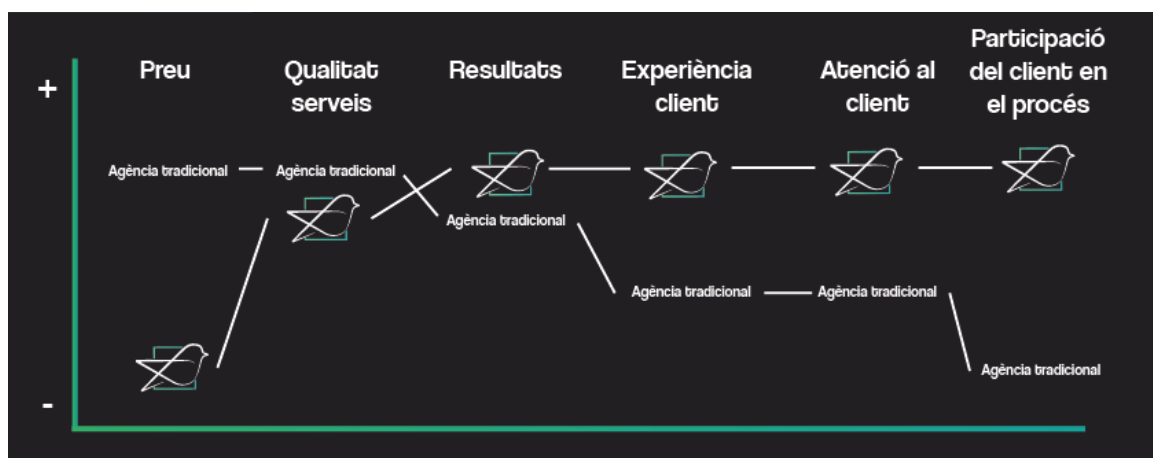
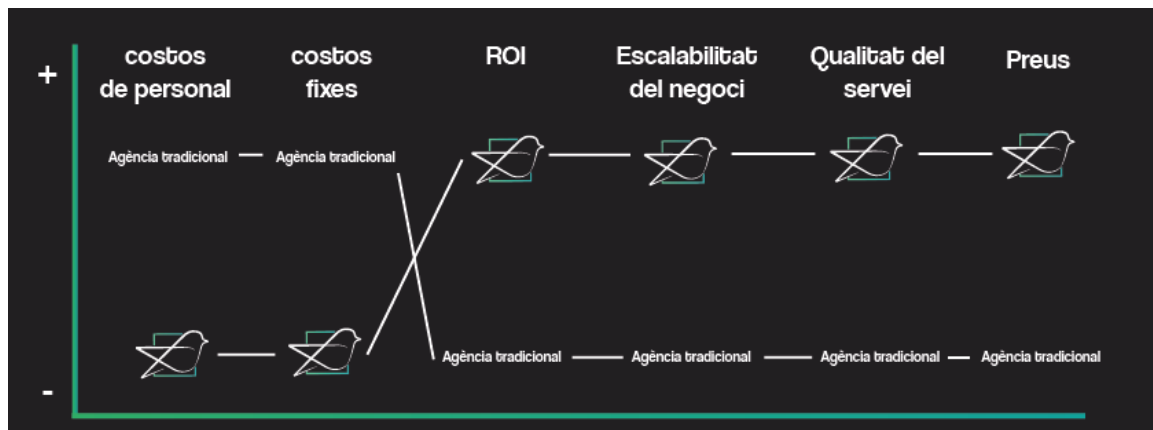
Segons explica Miquel Mora a una publicació al seu perfil de linkedIN:

"Una infografía para conocer o tener "a mano" los principios y procesos básicos del método Lean. Basado en Lean Manufacturing (Toyota production systems) y Customer Development de Steve Blank, Eric Ries lo describe en su libro el método Lean Startup.

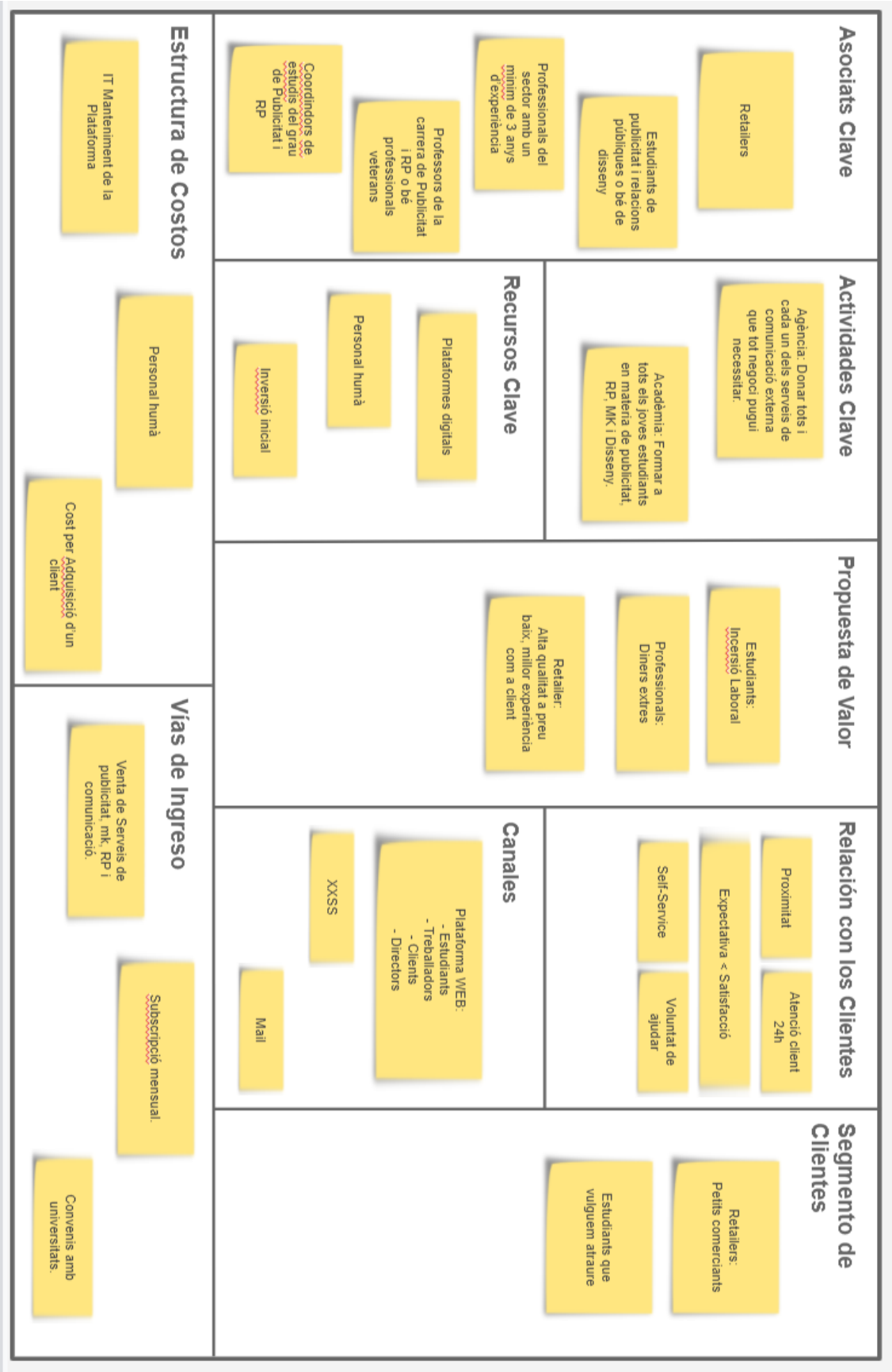
Publicado originalmente en

<http://www.todostartups.com/bloggers/infografia-resumen-del-metodo-lean-startup-por-miquelmora>

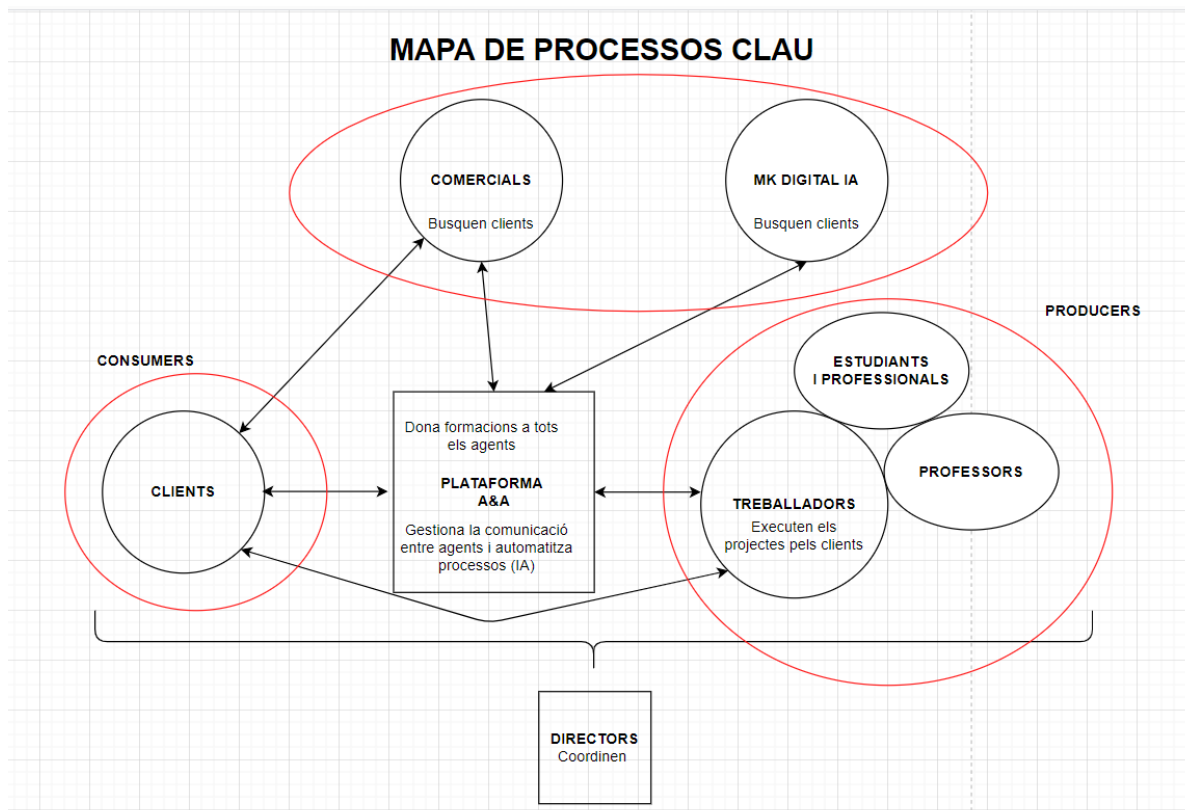
Miquel Mora, 2013

ANNEX 1.1 - Curves de Valor per cada agent de A&A vs model de negoci tradicional


ANNEX 2 - Bussines Model Canvas



ANNEX 3 - Mapa de processos clau de l'empresa



ANNEX 4 - Entrevistes realitzades

Guió de les entrevistes:

1. Retailers

- *Quins serveis necessiteu?*
- *Volen formació i fer-ho ells o volen despreocupar-se totalment del tema comunicació externa?*
- *Quan estan disposats a pagar per a cada servei?*
- *Perquè fins ara no havien contractat els serveis d'agències de comunicació i/o publicitat i màrqueting? Per a quin motiu?*

2. CEO's d'agències de publicitat

- *Quins serveis ofereix?*
- *Com us organitzeu?*
- *Quins són els serveis econòmicament més eficients?*
- *Per a qui treballem o heu treballat?*
- *Quins preus ofereix?*
- *Feu sub-contratacions?*
- *Teniu serveis de subscripció/cotes mensuals pels clients?*
- *Com creieu que podeu millorar el model de negoci? Quina és la vostra missió i visió?*
- *Com creus que podeu ser més eficients en el vostre treball diari?*
- *Teniu tècniques per ser més creatius? Quines porteu a terme?*

3. Professionals de diferents sectors

- *Quins serveis durs a terme?*
- *Quins honoraris tens pels teus serveis?*
- *Com treballes? Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines?*
- *Si haguéssis de ensenyar a un estudiant a fer la teva feina per on començaries?*

4. Estudiants:

Entrevista d'admissió de l'estudiant

- *Perquè vols formar part de l'empresa?*
- *Què és el que més t'agrada fer o t'agradaria fer dins del món de la comunicació?*
- *Estas disposada a treballar 3 vegades més hores que els professionals per poder aconseguir resultats professionals?*

Reunió de control i seguiment un com l'estudiant forma part de l'empresa:

- Com et sents dins l'empresa?
- Com és la comunicació?
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència?
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou?
- Quins aspectes t'han agradat més?
- Com podria millorar l'empresa?

Transcripció de les entrevistes TIPUS 1 (retailers):

Entrevista tipus 1: a Kruskat (resum)

- Quines són les vostres necessitats? *"Necessitem promoure el servei a domicili, obrir conveni amb empreses de menjars a domicili com uber i glovo, també ens agradaria fer un canvi d'imatge corporativa i millorar els packagins actuals".*
- Voleu formació i fer-ho vosaltres o voleu despreocupar-vos totalment del tema comunicació externa? *"Ens agradaria que nosaltres ens ocupessim de fer les millors hamburgueses i després hi hagués una persona professional que s'encarregués de atraure a tots els clients".*
- Tenim servei de 200€ per portar les xxss i la comunicació de xxss, què us sembla? Genial (resumint). (Van acceptar la proposta)
- Perquè fins ara no havien contractat els serveis d'agències de comunicació i/o publicitat i màrqueting? Per a quin motiu? *"Pensavem que els serveis eren molt cars i ara mateix no ens podem permetre aquest cost ja que practicament no tenim ingressos degut a les restriccions de la pandèmia imposades pel govern".*

Entrevista tipus 1: a Paintball la plana (resum)

- Quines són les vostres necessitats? *"Necessitem atraure clients ja que ens costa molt omplir. Tinc un sistema de organització i gestió de clients manual i m'agradaria automatitzar-lo i digitalitzar-lo"*
- Voleu formació i fer-ho vosaltres o voleu despreocupar-vos totalment del tema comunicació externa? *"Si ho sapigués fer aniria de collons, però no tinc temps per poder-ho fer tot, ja tinc la meua empresa de jardineria que em treu la resta de temps del dia".*
- Tenim servei de 200€ per portar les xxss i la comunicació de xxss, què us sembla? *"Jo ara mateix no puc tenir un cost fixe mensual de 200€ perquè no estic ingressant res... I si no funciona i no treiem resultats el seguiré tenint... qui em garanteix que incrementaré en nombre de facturació?"*
- Perquè fins ara no havien contractat els serveis d'agències de comunicació i/o publicitat i màrqueting? Per a quin motiu? *"Anavem fent dels contactes i de la web que teniem fins que va arribar la covid19 i ens ho va tirar tot per terra. No ens havíem plantejat mai contractar una agència que ens porti la comunicació."*

Entrevista tipus 1: a Carnisseria Rigó (resum)

- Quines són les vostres necessitats? *"Necessitem una nova pàgina web i millorar les xxss. No hi entenem de això i creiem que es pot millorar molt el disseny. Som conscients que estem desfasats."*
- Voleu formació i fer-ho vosaltres o voleu despreocupar-vos totalment del tema comunicació externa? *"Nosaltres ja hem contractat una agència perquè ens gestionin temes de comunicació externa i imatge ja que lhem de millorar. Tenim la millor carn de Girona i a contrapartida tenim una imatge força pèssima en l'àmbit digital".*

Entrevista tipus 1: a Bike Girona (resum)

- Quines són les vostres necessitats? *"Necessitem millorar la nostra pàgina web i posar-hi tots els nostres productes. també fotografies del local que la gent vegi el que tenim i com és la botiga"*

- Voleu formació i fer-ho vosaltres o voleu despreocupar-vos totalment del tema comunicació externa? *"Volem despreocupació total, nosaltres validem el vostre treball i endavant".*
- Tenim servei de 600€ per desenvolupar la pàgina web informativa (no transaccional), què us sembla? *"El preu està bé si és la web que tinc al cap. Necessitaria fer una reunió i explicar-vos ven bé què és el que necessito".*
- Perquè fins ara no havien contractat els serveis d'agències de comunicació i/o publicitat i màrqueting? Per a quin motiu? *"Anavem tirant i mai ningú ens havia vingut a dir que podem millorar. Jo sabia que l'havíem de millorar però mai m'havia posat a buscar on ho podria fer".*

Entrevista tipus 1: a Granja el prat (resum)

- Quines són les vostres necessitats? *"Necessitem tota mena d'accions digitals i de imatge externa. Canviar el logo, packaging sobretot! També a nivell de campanya de màrqueting digital captant les dades dels clients i fent accions amb les seves dades".*
- Voleu formació i fer-ho vosaltres o voleu despreocupar-vos totalment del tema comunicació externa? *"No en tenim ni idea, no tenim temps. Nosaltres treballem tot el nostre producte. Si ens ensenyeu a fer servir segons quina eina digital un cop ja estigui tot programat segurament si que estaria bé que el control i el seguiment el féssim nosaltres".*
- Tenim servei de 200€ pels serveis de manteniment i seguiment de xxss i 600€ per desenvolupar una transformació digital el primer mes amb una campanya de mk digital integrada, què us sembla? *"Us direm alguna cosa". (no han respost més)*
- Perquè fins ara no havien contractat els serveis d'agències de comunicació i/o publicitat i màrqueting? Per a quin motiu? *"Volem fer-ho, ens ho havíem mirat a nivell personal però no ens hi havíem acabat de posar mai. És una cosa que es parlava però no hem acabat de tirar endavant".*

Entrevista tipus 1: a llagurt (resum)

- Quines són les vostres necessitats? *"Volem començar a fer campanyes de mk digital i fer accions digitals. Sempre hem estat al territori offline. Avui en dia no podem fer res, necessitem captar dades i fer algo amb aquestes dades".*
- Voleu formació i fer-ho vosaltres o voleu despreocupar-vos totalment del tema comunicació externa? *"Estem formant-nos diàriament inclús la Glòria està fent un màster de màrqueting digital de la Catalan. El que ens passa és que no tenim temps, hem d'estar a mil llocs, tenim les idees al cap però no tenim temps per a desenvolupar-ho ni recursos".*
- Tenim servei de 200€ pels serveis de manteniment i seguiment de xxss i 600€ per desenvolupar una transformació digital el primer mes amb una campanya de mk digital integrada, què us sembla? *"Ens sembla un preu genial i molt raonable".*
- Perquè fins ara no havien contractat els serveis d'agències de comunicació i/o publicitat i màrqueting? Per a quin motiu? *"Ja ens hem anat movent però els preus que tenen les agències tradicionals no ens ho podem permetre".*

Transcripció de les entrevistes TIPUS 2 (Agències i CEO's):

Entrevista tipus 2: a Humbert Clotet, CEO de RubioClotet Agency (resum)

- Quins serveis ofereix? Quins són els factors clau del negoci. *"Serveis de tot tipus, som una agència 360° de comunicació. Ens diferenciem de la resta perquè nosaltres tenim el producte estrella de l'acompanyament a nivell empresarial. Nosaltres treballem de la mà amb diferents empreses mitjanes i petites treballant per la comunicació estratègia i si s'escau contractem els diferents serveis que nosaltres ja oferim." "Per nosaltres els factors clau que determinen la eficiència del negoci són els costos de personal, els costos dels immobles, la relació costos ingressos, la possibilitat de fer gran el negoci, la qualitat dels teus serveis i els preus que ofereixes."*

- Com us organitzeu? *"Els dos socis de l'empresa, Enric Rubio i Humbert clotet ens dediquem a fer els acompanyaments a les empreses. D'altra banda totes les feines a nivell executiu les desenvolupen juniors. Nosaltres fem de professors i mentors dels juniors així, d'aquesta manera estem executant tasques a nivell professional remunerades per les empreses, estem formant a joves i alhora estem ajudant a la professionalització d'aquests joves i a la inserció laboral. Acompanyants de creació, institució de ajuda als joves emprenedors i estudiants semiprofessionals i a la inserció laboral. Sempre va bé ajudes externes d'entitats que pots guanyar per ambdues parts. Tu els ajudes i ells t'ajuden. Estic segur que tota empresa ha de tenir els seus partners i aliances per poder créixer."*
- Quins són els serveis econòmicament més eficients? *"Tema acompanyament és on hi treiem més rendibilitat perquè amb una idea que pots tardar 5 minuts o 20h pots solucionar grans problemes. Com més sabem i més treballem més ràpid trobem solució als problemes de comunicació de les empreses. Temes de disseny avui dia és fàcil crear plantilles i treballar sobre aquestes plantilles. El més car de tot és fer coses noves, crear i innovar. Feines com creació de contingut l'ha de fer una persona humana molt creativa i amb molta cura, la imatge variarà en funció del contingut que es creï. La part d'acadèmia és la més important, aquí és on realment s'aporta el valor."*
- Per a qui treballen o han treballat? *"Treballen per empreses de vic com és fitness vic, gestoria roca, etc.."*
- Quins preus ofereix? *"Preus com pàgina web a 1500€, community a 550€, estudi de campanya 800€, creació d'una campanya a 800€, entre d'altres que no els recordo del tot."*
- Feu subcontractacions? *"Sí, totes les tasques que no podem assumir ho fan juniors afiliats a creació."*
- Teniu model de subscripció/pagaments mensuals? *"Tenim packs. És molt important la paquetització dels serveis que dones, a les empreses els hi agrada molt i pots oferir bons preus per captar als clients."*
- Com creieu que podeu millorar el model de negoci? *"Poc a poc anar agafant mercat i anar fidelitzant clients."*
- Teniu tècniques per ser més creatius? quines porteu a terme? *"Brainstorming, sessions de creativitat, mapes mentals... sobint les feines no són en equip a no ser que sigui per un client més gran."*

Transcripció de les entrevistes TIPUS 3 (professionals freelancers)

Entrevista tipus 2: a Ramon Martin Guart de Abril fresh a 15 d'Abril de 2021

- Quins serveis realitzes com a professional de la comunicació? *"Creativitat, comunicació i gabinet premsa, marketing digital (ads a SEM, a xarxes, display), gestió xarxes socials. és una agència on gestionem diferents projectes que abarquen diferents àrees de la publicitat."*
- Quins honoraris tens pels teus serveis? *"Els honoraris s'estableixen segons el volum de feina requerit i els perfils dels professionals que hi participen."*
- Com treballes? Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines? *"Les eines d'Office (doc, ppt, excel), el paquet de disseny de adobe, eines d'organització de projectes com trello i totes les relacionades amb el mk digital (de Google, de Facebook,...)"*
- Si haguessis d'ensenyar a un estudiant a fer la teva feina per on començaries? *"Potser és una bona idea és començar pel LIBRO ROJO DE LA PUBLICITAT d'en Bassat sobre la publicitat que ajuda a saber vendre"*

Entrevista tipus 2 a Carla Galvany com a (CEO) de Tribu MK Agency a 22 d'Abril de 2021

- Quins serveis durs a terme? *"Treballar marques personals dels clients, Marques comercials, que hi hagi una fluïdesa i una unió. Visió estratègica del negoci. L'estratègia entre publicitat i comunicació. La marca paraigües del ser al fer. Ofereixen SEO, SEM, xarxes, Social ads, e-mail mk... El client no sap el que necessita, s'estableixen uns objectius a curt, mig llarg"*

termini, treballen per fases i objectius. Enfocar a formació. Posar el client al centre. Nosaltres ens adaptem al client."

- Quins honoraris tens pels teus serveis? *"Relatiu depen del client. Formacions online mes econòmiques que preencials. Punt de ONG que ajudem sense cobrar res. MK de influencers."*
- Com treballes? Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines? *"M'enfoco a nivell estratègic, constantment el telèfon, google drive, follow up (weekly), a vegades fer dailies, asana, Whatsaapp, studio creator, business manager fb, google analytics, tenir clara la meta, google ads..."*
- Si haguéssis d'ensenyar a un estudiant a fer la teva feina per on començaries? *"Explicant un cas real, posar-lo en context i que l'estudiant desenvolupi i tingui criteri de decisió. marcar-li la línia i el pla d'acció."*

Entrevista tipus 2 a Marti Norberto com a (CEO) de Fixed IO a 7 d'Abril de 2021

- Quins serveis durs a terme? *"Doncs bàsicament apliquem marketing tecnològic i growth hacking a empreses. Depenent de les necessitats que tinguin en el moment."*
- Quins honoraris tens pels teus serveis? *"Depèn molt del servei i del projecte, per exemple amb clients actuals: el més petit 700€/mes i el més gran 4250€/mes. Llavors hi ha alguns projectes que són d'un sol pagament per coses molt específiques, solen costar entre 5.000/17.000€ el projecte. El més gran en el que he treballat va ser quan encara estava a Growth97 un projecte d'uns 9 mesos i en total 80.000€."*
- Com treballes? *"Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines? Utilitzo moltíssimes eines primer de gestió i després tecnològiques. Les més habituals asana, slack, active campaigns i zapier."*
- Si haguéssis de ensenyar a un estudiant a fer la teva feina per on començaries? *"Doncs per una base de mentalitat i manera de treballar molt orientada a l'emprenedoria i als processos lean de ràpida experimentació."*

Entrevista tipus 3: a Marc Arumi - Professional freelancer filmmaker corporatiu i videoclips a 13 d'Abril de 2021

- Quins serveis realitzes com a professional de la comunicació? *"Filmacions, fotografia i aeroimatge, ens estem iniciant com a foquistes en rodatges."*
- Quins honoraris tens pels teus serveis? *"Dons és molt variable per dir algo de 200€ al shooting a 8000€ en algunes campanyes."*
- Com treballes? Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines?
"Utilitzo l'Adobe premiere pro i davinci Resolve, per rodar RED Scarlet o blackmagic Pocket 6k Pro"
- Si haguéssis d'ensenyar a un estudiant a fer la teva feina per on començaries? *"Comporta anys formar a algú, però segurament el fàcia gravar primer. Cal tenir molt clars els conceptes de filmació per tal de treure un bon resultat."*

Entrevista tipus 3: a Alex MAS- Professional freelancer filmmaker corporatiu i videoclips a 11 d'Abril de 2021

- Quins serveis realitzes com a professional de la comunicació? *"Jo hem dedico a la realització de videos per empreses i artistes"*
- Quins honoraris tens pels teus serveis? *"Dons depenen molt de cada projecte i de les hores i material que s'utilitzi i inverteixi"*
- Com treballes? Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines?
"Jo treballa principalment amb les meves cameres i amb els programes d'adobe per editar"
- Si haguéssis d'ensenyar a un estudiant a fer la teva feina per on començaries? *"Per les característiques més bàsiques i a partir d'aquí em centraria en la pràctica constant."*

Entrevista tipus 3: a Ivette Borralleras - Professional de community management de retailers a 7 d'Abril de 2021

- Quins serveis durs a terme? *"Al llarg de la meua carrera com a professional de la comunicació he realitzat diverses tasques. Des de relacions públiques, organització d'esdeveniments, social media, estratègia... Actualment es podria dir que principalment sóc la Community Manager de diverses empreses. De totes maneres, analitzant les diverses tasques que realitzo dia a dia, podem dir que els meus serveis reals són: la gestió de xarxes socials, la creació de contingut i la planificació estratègica per assolir els objectius de cada un dels negocis amb els quals treballo."*
- Quins horaris tens pels teus serveis? *"La meua idea inicial és treballar com a publicista i comunicadora de les 9.00h a les 15.00h, de dilluns a divendres, ja que les tardes les dedico als meus altres hobbies i a completar la meua vida social i personal. Però, la realitat és completament diferent. Quan ve la inspiració és just el moment de treballar. Si m'adono que porto una bona estona donant voltes al mateix tema i el resultat no és l'esperat sóc partidària de canviar de tasca o esbargir-me una estona. Quan menys t'ho esperes qualsevol detall o qualsevol comentari et fa despertar els sentits, t'inspires i la feina que haguessis fet amb 4 hores davant l'ordinador es converteix en una tasca de 30 minuts."*
- Com treballes? Quines eines digitals utilitzes per realitzar les teves tasques/feines? *"Primer de tot intento treballar a un mes vista per tal d'anar tranquil·la i que si sorgeix qualsevol imprevist la feina estigui feta. Les eines que més utilitzo són: Facbook creator studio / Facebook bussines (per programar els continguts d'Instagram), Drive (per treballar amb documents compartits), Metricool (Per analitzar les xarxes), Photoshop, Indesign i Illustrator (Per disseny, edició o maquetació. Sobretot quan fa falta vectoritzar), Canva (L'utilitzo 24h al dia. Em sembla una eina molt útil, molt fàcil d'entendre, que té un banc d'imatges gegant, es pot compartir el treball amb els companys i a més a més és online, la qual cosa significa que pots tenir els teus dissenys a qualsevol lloc i en qualsevol dispositiu), Asana (Per organitzar les tasques) i Slack (Xat que utilitzem per parlar de feina amb els companys i així separar la vida laboral de la personal)."*
- Si haguessis de ensenyar a un estudiant a fer la teua feina per on començaries? *"Primer de tot ensenyaria a utilitzar les diferents eines que faig servir. Establiríem unes tasques i un calendari per marcar els timings i començaríem a treballar conjuntament. Un cop l'estudiant pogués treballar sol jo faria la supervisió abans d'entregar res al client i donaria l'okey."*

Transcripció de les entrevistes TIPUS 4 (estudiants)

Nerea Montes - Execució web bike girona - control i seguiment a 6 de Abril de 2021

- Com et sents dins l'empresa? *"Em sento còmode, tinc bona relació amb en guillem (professional que ajuda a la nerea) i alhora m'agrada prendre decisions, sempre ho fem en equip i 0 problemes."*
- Com és la comunicació? *"Slack i asana va molt bé perquè ho puc tenir al mòbil i al pc... que si fem per whats m'arriben mil millions de missatges i em costa focalitzar. Un canal de comunicació diferent del personal és perfecte."*
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència? *"Sí, es super eficient pk ja sóc una persona autosuficient i proactiva."*
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou? *"Horaris sagraeix pk es molt obert i su pot montar tot a mida... sempre troba moments per treballar amb l'equip. Tema sou soc una novata per tant no tinc res a dir tema sou."*
- Quins aspectes t'han agradat més? *"Llibertat de lideratge, llibertat de tot, a la uni es una altra cosa estem lligats a uns horaris i no puc quadrar amb res."*
- Què i com podria millorar l'empresa? *"De moment res. Tot molt bé."*

Kevin Cano - Execució web bike girona - control i seguiment a 7 de Abril de 2021

- Com et sents dins l'empresa? *"Estic una mica trist perquè no estic enganxant a cap empresa, amb l'empresa molt be perquè es molt flexible i s'adapta molt be a mi. Els membres de l'empresa molt amables simpatics i proactius".*
- Com és la comunicació? *"super bé, slack molt be"*
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència? *"Es molt flexible, treballem molt be, s'adapta al meu horari"*
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou? *"soc proactiu i sap quan he de fer i quan no, ja em se organitzar, faig 4-5 coses mes i m'organitzo a la meva manera"*
- Quins aspectes t'han agradat més? *"flexibilitat, les persones.."*
- Com podria millorar l'empresa? *"fer coses presencials, fer mes visible l'empresa, podriem fer eventos etc..., podriem fer una exposició, than de conèixer per la nostra cara..."*

Paola Renaldi - Rebranding i community management del kruskat - control i seguiment a 5 de Abril de 2021

- Com et sents dins l'empresa? *"Estoy muy a gusto de poder compartir el inicio de este proyecto con vosotros. Creo que el equipo tiene muy claro donde va la empresa y esto es bueno."*
- Com és la comunicació? *"me costó un poco al principio pero luego me adapté. Nunca había utilizado estas herramientas de comunicación interna. La verdad es que super bien."*
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència? *"Gracias a la flexibilidad horaria me permite organizarme a mi manera y poderlo hacer todo, a no ser de esto no podria terminar mis tareas."*
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou? *"Hoy en dia es la unica manera de trabajar. ONLINE."*
- Quins aspectes t'han agradat més? *"Me gusta mucho la mentalidad que tienes (GIL) porque tienes las cosas super claras y ademas me has enseñado un montón de herramientas que me servirán para los siguientes trabajos."*
- Com podria millorar l'empresa? *"Si todo fuera automatico y la empresa cliente respondiera más rápido a nosotros para poder avanzar más y mejor."*

Noelia Villanueva - Desenvolupadora web i estratègia de marqueting digital a 7 d'Abril de 2021

- Com et sents dins l'empresa? *"Em sento molt be, molt valorada, mescolteu molt i en general estic molt satisfeta"*
- Com és la comunicació? *"Dins de la no presencialitat hi ha molt bona comunicació. Com que vaig molt liada amb la uni l'horari s'adapta a la perfecció"*
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència? *"no podria ferho si no fos així"*
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou? *"Jo penso que si un no arriba ja arriba una altra persona, la clau es saber-nos organitzar. Be."*
- Quins aspectes t'han agradat més? *"Aspectes positius es que el treball que faig magrada molt i puc treballar des de qualsevol lloc del mon. L'organització està molt bé."*
- Com podria millorar l'empresa? *"formacions organitzades, fer uns pressupostos més cars als clients, buscar més eficiencia en les tasques mitjançant l'implementació d'eines digitals. Un manual de benvinguda i guies per cada una de les tasques podria ser una bona idea així el professional hi ha destar menys a sobre i poder ocupar-se de temes més importants."*

Carla Garcia - Realització de tasques de community management a 12 d'Abril de 2021

- Com et sents dins l'empresa? *"Em sento molt bé treballant al costat de la ivette i estic aprenent moltíssim. El fet de no tenir horaris puc treure temps d'un vulgui."*
- Com és la comunicació? *"La comunicació molt bé, sempre que necessita algo queda al missatge de slack i cadascú ho mira quan vol i pot."*
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència? *"Entre la uni, un projecte apart, si tingués un horari fix seria impossible. Així m'ho permet fer tot. Soc proactiva i mantinc per anar amb temps a tot."*
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou? *"Sí, funciona perfecte. El tema sou també perquè tinc un sobresou sense"*
- Quins aspectes t'han agradat més? *"He tingut molta sort de trobar la ivette com a professional pk es una noia molt agradable i estic aprenent molt que es el que volia"*
- Com podria millorar l'empresa? *"Tot perfecte"*

Aina Forcada Puigdescens - Realització de tasques de community management a 22 d'Abril de 2021

- Com et sents dins l'empresa? *"Super be i livette m'ha acompanyat molt be"*
- Com és la comunicació? *"Tot per whatsapp"*
- La llibertat d'horaris funciona a nivell d'eficiència? *"Sí moltíssim!"*
- Saps treballar amb llibertat horària i de sou? *"Les feines creatives cal que sigui llibertat perquè uns s'inspiraran a una hora i d'altres a una altre..."*
- Quins aspectes t'han agradat més? *"tot, estic molt contenta"*
- Com podria millorar l'empresa? *"Tot super bé, no canviaria res."*

Altres entrevistes:
Carles Rovira - Director i CEO de Assessors Artés 2000. A 13 de Maig de 2021.

"La millor forma jurídica per aquest model de negoci és facturar a través d'Autònoms fins a 35.000€ anuals de benefici i per un benefici superior a aquesta quantitat cal que es constitueixi una Societat Limitada. Per tal de donar d'alta aquesta societat caldrà aportar un capital superior a 3001€ i pagar els costos de notaria, gestoria i constitució prop dels 2500€."

"Per fer l'empresa més eficient reduint els costos de personal seria que els professionals, professors i comercials siguessin autònoms i tributessin pel seu compte. Un màxim del 40% poden ser estudiants de pràctiques respecte el nombre de treballadors de l'empresa."

"Per poder treballar amb estudiants universitaris i no pagar res de IRPF seria obrint un conveni amb la propia universitat i pagant una quantitat de diners a la fundació de la universitat perquè ells els hi distribueixin als estudiants tal i com estaria pactat per contracte."

"En el cas dels autònoms solament caldria fer els trimestrals i la renda a final d'any. En el cas de constituir una societat limitada cal fer el mateix i pagar l'impost de societats segons benefici."

"A A&A caldrà que estableixi unes condicions d'usabilitat de la plataforma, unes condicions dels serveis establerts i contractes intel·ligents amb firma digital. Pel que fa a la seguretat de la societat, caldrà tenir una assegurança de caució per tal d'evitar problemes de pagaments."

"Els contractes entre els agents interns de l'empresa seran molt importants per tal de que ningú es salti un intermediari."

ANNEX 5 - Taula de preus i serveis de la plataforma A&A

Serveis gratuïts per a tots els membres de la comunitat A&A

Serveis	Descripció
Cursos online de diverses disciplines	Escola/Academia de comunicació externa (publicitat, comunicació, màrqueting, pirp, disseny entre altres). Hi haurà apunts de tots els temaris i classes virtuals en format vídeo. Hi haurà un chat per fer preguntes en cas de dubtes.
Apunts gratuïts	Totes les disciplines
Webinars setmanals de professionals de cada sector	Cada setmana els dissabtes a les 20h hi haurà webinars en directe. A més els webinars quedaran guardats i penjats a la plataforma.

Serveis oferts als clients que necessitin de serveis de comunicació

Serveis	Descripció	Cost	Preu	Coins 1 coin = 7,50€ arrodoniment
1. REBRANDING VISUAL GLOBAL	Tot l'aspecte visual de l'empresa, imatge gràfica i personalitat de marca. BRANDING PUR.	400,00 €	700,00 €	100
1.1 Llibre de personalitat de marca (nova marca)	Definir sobre una plantilla estructural tota la personalitat de la marca. Personificació de la marca, Atributs, Arquetip, Brand voice, to de comunicació, posicionament de la marca en el mercat, anàlisi de la competència, canals de comunicació de la marca, missió visió valors en un mateix document, buyer persona.	100,00 €	200,00 €	25
1.2 Llibre d'estil - nova línia gràfica (inclou disseny logotip)	Llibre d'estil de la marca: Logotip, Colors corporatius, tipografia corporativa, variants del logotip, normes pel bon ús de la marca, aplicacions incorrectes del logotip, papereria corporativa de la marca, papereria d'alta direcció de la marca, plantilles de documents comunicatius, plantilles de posts d'instagram (definició del feedi dels tipus de posts), plantilles powerpoint,	100,00 €	200,00 €	25
1.3 Disseny logotip //	Desenvolupament i/o redisseny només de	100,00 €	200,00 €	25

Re-disseny	la part del logotip de la marca en qüestió. A través d'un qüestionari on el client indicarà els colors, tipus de formes, facilitarà esbossos i en detalla com vol el seu logotip o com s'imagina que serà. A partir d'aquesta informació el dissenyador desenvoluparà entre 5 i 10 propostes esbós a mà/il·lustrador per tal de passar-li al client i poder seleccionar la idea més bona			
1.4 Papereria Corporativa	Carpetes, fulls, bolígrafs, tasses, merchandising vari, cartes, documents corporatius, plantilles de presentacions pwp, ...	40,00 €	100,00 €	10
1.5 Desenvolupament packaging.	Packaging a mida i personalitzable. Es realitzaran mockups per mostrar al client la simulació realista	60,00 €	150,00 €	20
2. PÀGINA WEB	Desenvolupament d'una pàgina web front end i back end, els preus variaran en funció de l'esquelet de la pàgina, del nombre de pàgines, de les funcionalitats, de la tipologia de pàgina (informativa, transaccional...), (...). Es desenvoluparà primer de tot el disseny de la pàgina web per a PC i MOBILE, tan bon punt sigui acceptada pel client, la web serà implementada per un informàtic.	650,00 €	1.300,00 €	170
2.1 DISSENY WEB MULTIPÀGINA (PC I MOBILE)	Disseny d'una pàgina web, amb les diferents pàgines, menus, desplegable i animacions. Inclou el copywritting de la web.	100,00 €	250,00 €	30
2.2 Desenvolupament de la web	Implementació de la web en el cas que ja es tingui un disseny fet per l'empresa.	300,00 €	600,00 €	80
2.3 Integracions a la web: Google Analytics, FB pixel, CRM, Mail Campaign, Chatbot...	Integrar de manera personalitzada segons necessitats	200,00 €	400,00 €	50
2.4 SEO on page	A través de diferents tècniques de SEO	300,00 €	600,00 €	80
2.5 Redisseny d'una pàgina ja existent	Inclou l'anàlisi, el nou disseny i la implementació de la nova pàgina, per tant és similar a crear una pàgina web nova. Caldrà veure cada cas si es pot aprofitar o no l'esquelet de la web.	400,00 €	800,00 €	100

3. XARXES SOCIALS - Community management	Estrategia, continguts, dissenys i seguiment de les xxss	240,00 €	480,00 €	60
3.1 Creació dels continguts de XXSS + copywriting	Llistat de continguts per penjar a XXSS (2 xxss) Cal seguir sempre un missatge central, la filosofia de empresa i la identitat corporativa. Continguts repartits i organitzats en el temps. Preu per mes.	30,00 €	100,00 €	10
3.2 Desenvolupament i disseny de les peces	Disseny dels copys	100,00 €	300,00 €	40
3.3 Servei de gestió de comptes seguiment xxss	Publicacions de les peces a les diferents xarxes socials, atenció al client i gestió de clients.	150,00 €	300,00 €	40
3.4 Redisseny de la línia gràfica XXSS i estructura continguts	Agafar una peça de cada i un copy que s'adapti a aquella peça i fer l'estructura, el disseny i el format de la peça marcant unes pautes i uns estàndards. Es crearan les diferents plantilles perquè l'empresa pugui utilitzar-les a posteriori minimitzant-els-hi la feina.	100,00 €	250,00 €	30
3.5 Consultoria continguts XXSS	Assessorament i formació sobre com portar les xxss.	30,00 €	250,00 €	30
4. CAMPANYES DE PUBLICITAT I MK GLOBALS	En funció del pressupost del client es farà un	-		0
4.1 Desenvolupament del Briefing (free)	Es dissenya un formulari que permetrà a les empreses posar per escrit les seves necessitats. A partir de la info que ens arribi en farem una interpretació i una proposta a l'empresa client.	0,00 €	0,00 €	0
4.2 Estudi previ a la campanya (posicionament, anàlisi engagement, competència...)	Aquest estudi es farà mitjançant diferents eines digitals, posicionament digital. També es pot realitzar un estudi de camp mitjançant enquestes per tal de saber l'opinió pública de la gent sobre un determinat tema.	100,00 €	300,00 €	40
4.3 Creació d'una campanya de Publicitat i MK (estudi inclòs)	Desenvolupament d'una estratègia de publicitat o mk adequada a les necessitats del client. aquesta campanya només estarà posada per escrit i definida tal i com es vol. Hi haurà el concepte creatiu, missatge central, peces a desenvolupar, canals utilitzats, ...	200,00 €	800,00 €	100

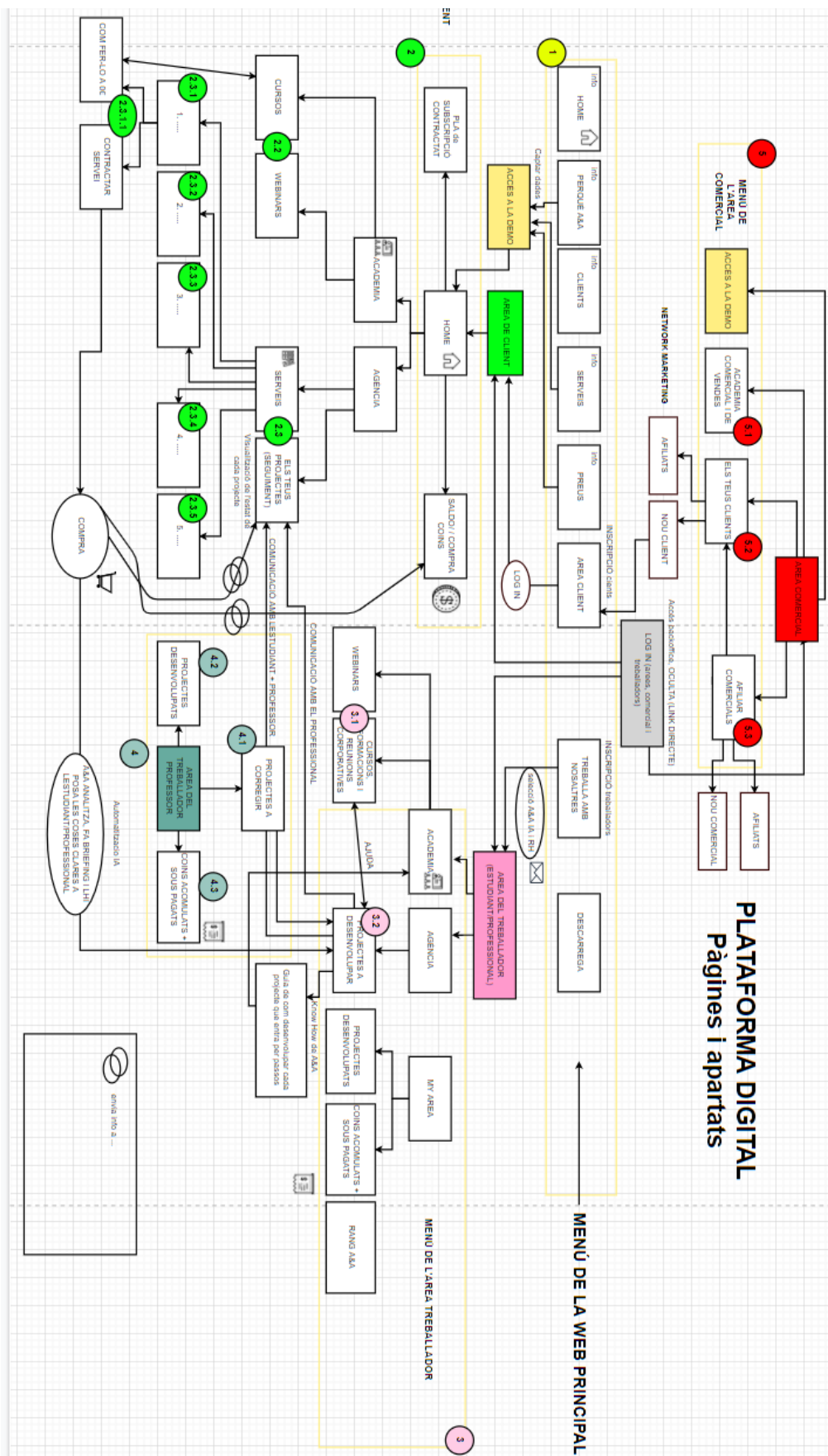
4.4 Disseny, copywriting, implementació i seguiment de la campanya	Execussió pura de la campanya definida i idealitzada en la etapa anterior.	-	-	-
4.5 Anàlisi dels resultats	Anàlisi dels resultats obtinguts d'una campanya en concret; l'haguem fet nosaltres o no. Sempre hi ha quan es pugui analitzar mitjançant les eines de medició que el client ja utilitza.	-	-	-
5. LA PRODUCTORA AUDIOVISUAL	PACK Video and foto			0
5.1 Book de 100 fotografies corporatives	Un fotògraf anirà a fer el book.	100,00 €	200,00 €	25
5.2 Creació de contingut videogràfic	Un videògraf grabarà continguts. Tindrà unes directrius. En cas de gravar un anunci caldrà el director d'art, el creatiu, el productor per ajudar a la realització de l'anunci.	100,00 €	200,00 €	25
5.3 Montatge de vídeos o fotografies per a peces creatives d'una campanya	Un productor de vídeo editarà i maquetarà els vídeos al gust del client.	100,00 €	200,00 €	25
6. ACOMPANYAMENT PROFESSIONAL	Acompanyament a les empreses (reunions setmanals de professionals del sector amb l'empresa)	100€	300,00€	40

Paquets de Serveis

Serveis	Descripció	Preu
Pack DEMO	Backoffice amb tots i cada una dels apartats bloquejats. Pots veure que hi ha i com és però no pots accedir als continguts. El que sí que pots fer és accedir a 1-2 formacions, algun article blog, webinars puntuals (si t'han donat accés pel mail etc..)	0€/mes

Pack Learnings* (producte estrella) Academia	Consultoria i acadèmia automàtica - Subscripció Newsletter. - Accés Backoffice. - Accés totes les formacions. - Recomanacions de accions i estratègies segons negoci. (IA) - Accés classes "Como se hace..." - Aula formativa. - Chat bot optimitzat que et guia i t'ajuda. - 1 Classe cada dissabte. - Possibilitat de comprar coins	49€/mes 0 coins
Basic	- Pack learnings - 25 coins/mes	250€/mes 25 coins Convenció de 10/coin
A&A	- Pack learnings - 65 coins/mes - Reunions setmanals - 1 servei extra mensual GRATIS	490€/mes 65 coins Convenció de 7,5€/coin
Premium	- Pack learnings - 120 coins - Reunions setmanals - Assessorament 24h - 1 servei extra mensual GRATIS - Execussió per professionals	900€/mes 120 coins Convenció de 7,5/coin
Comprar coins extres	100€ = 10 coins (10) 300€ = 35 coins (8,5) 550€ = 70 coins (7,8)	

ANNEX 6 - Esquelet de la plataforma



ANNEX 7 Serveis tradicionals de les agències de comunicació, publicitat i MK.

- A. Rebranding Visual (corporació o marca personal)
 - a. Llibre de personalitat de marca (nova marca)
 - b. Llibre d'estil - nova línia gràfica (inclou disseny logotip)
 - c. Disseny logotip // Re-disseny
 - d. Papereria Corporativa
 - e. Desenvolupament packaging.
- B. Pàgina web corporativa
 - a. DISSENY WEB MULTIPÀGINA (PC I MOBILE)
 - b. Desenvolupament de la web
 - c. Integracions a la web: Google Analytics, FB pixel, CRM, Mail Campaign, Chatbot...
 - d. SEO on page i SEO off page
 - e. Redisseny d'una pàgina ja existent
- C. Xarxes socials (corporació o marca personal)
 - a. Creació dels continguts de XXSS + copywriting
 - b. Desenvolupament i disseny de les peces
 - c. Servei de gestió de comptes seguiment xxss
 - d. Redisseny de la línia gràfica XXSS i estructura continguts
 - e. Consultoria continguts XXSS
- D. Campanyes de publicitat
 - a. Desenvolupament del Briefing (free)
 - b. Estudi previ a la campanya (posicionament, anàlisi engagement, competència...)
 - c. Creació d'una campanya de Publicitat i MK (estudi inclòs)
 - d. Disseny, copywriting, implementació i seguiment de la campanya
 - e. Anàlisi dels resultats
- E. Serveis audiovisuals
 - a. Fotografies corporatives
 - b. Creació de contingut de video
- F. Servei de consultoria
- G. Anàlisi de dades i mètriques

ANNEX 8 - RH Configuració estructural i organitzativa

Àrea executiva: Conjunt de treballadors de l'empresa encarregats de executar els serveis oferts als clients. En aquesta area hi haurà els estudiants, els professionals i els professors. Els treballadors de la plataforma (estudiants i professionals) la empresa els hi donarà una formació inicial, el manual corporatiu del treballador ja que l'empresa té el know how i cal oferir la màxima professionalitat a tots els clients i a tots els projectes. Els treballadors de l'empresa cobraran per projectes. Aquesta àrea treballarà per l'empresa.

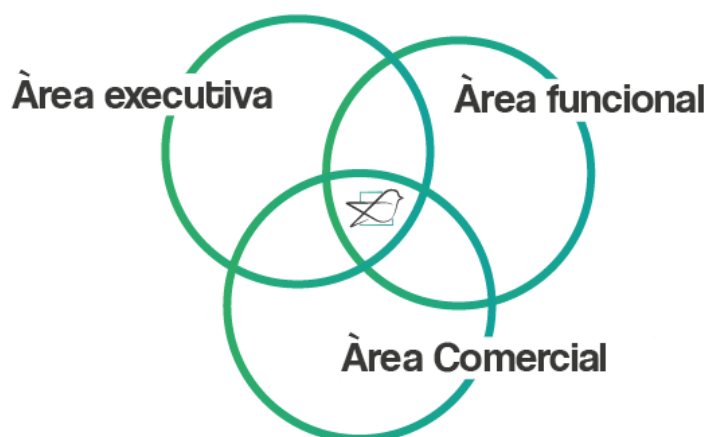
- **Estudiants:** Treballadors d'un perfil més junior que executaran sempre de la mà d'un professor.
- **Professors:** Persones encarregades de coordinar els projectes i els estudiants que portin a terme l'execució d'aquest.
- **Professionals:** Portaran serveis de manera puntual quan l'estudiant no pugui arribar o bé siguin tasques que requereixen d'una experiència prèvia i que els estudiants no tenen. Els professionals seran els que, un cop al mes, crearan les formacions, els cursos i els continguts de l'agència de publicitat.

Àrea funcional: Serà el cervell de l'empresa, la part operativa que es dedica a treballar en l'empresa, és a dir, en fer créixer el negoci i millorar-lo. En aquesta àrea hi haurà diferents departaments: Dep. operatiu, Dept. RH, Dept. IT

- **Dept. Operatiu:** Coordinació de tots i cada un dels processos de l'empresa. Fer de project manager de tots i cadascun dels recursos humans de l'empresa, solucioni incidències i treballi en la plataforma diàriament. Cal que tingui una visió global i control de tot.
- **Dept. RH:** Encarregat de buscar constantment personal per l'empresa amb l'objectiu de mantenir un equilibri entre el nombre de treballadors i el nombre de clients i projectes.
- **Dept. IT:** Encarregat de desenvolupar totes les tasques de IT relacionades amb la plataforma, automatitzacions i solució de processos digitals.

Àrea comercial: Àrea encarregada de captar clients.

- **Dept de màrqueting:** Hi haurà un departament encarregat d'analitzar definir i executar estratègies i vies per a la promoció dels serveis de la plataforma.
- **Comercials:** Encarregats pressupostar els serveis A&A i de tancar els contractes amb els clients.



ANNEX 8.1 - Taula de sou segons Rang i posició Professionals (80% dels coins)

Rang	Antiguitat	Total serveis donats	generen una mitjana de coins/mes	Converció sou
1. Expert	+ de 24 mesos	+ de 100	75	1 coin son 10€
2. Veterano	14 a 24 mesos	75	70	1 coin són 9€
3. Senior	9-14 mesos	40	65	1 coin són 8
4. Professional	6-9 mesos	20	60	1 coin són 7,5
5. Amateur	3-6 mesos	10	55	1 coin són 6
6. Novell	0-3 mesos	5	45	1 coin són 5

Professors (40% dels coins)

Rang	Antiguitat	Total serveis donats	generen una mitjana de coins/mes	Converció sou
1. Expert	+ de 24 mesos	+ de 200	180	1 coin son 10€
2. Veterano	14 a 24 mesos	180	140	1 coin són 9€
3. Senior	9-14 mesos	80	130	1 coin són 8€
4. Professional	6-9 mesos	40	120	1 coin són 7,5€
5. Amateur	3-6 mesos	20	110	1 coin són 6€
6. Novell	0-3 mesos	10	90	1 coin són 5€

Estudiants (40% dels coins)

Rang	Antiguitat	Total serveis donats	generen una mitjana de coins/mes	Converció sou
1. Expert	+ de 12 mesos	+ de 100	75	1 coin son 10€
2. Veterano	6-12 mesos	75	70	1 coin són 9€
3. Senior	3-6 mesos	40	65	1 coin són 8
4. Professional	2-3 mesos	20	60	1 coin són 7,5

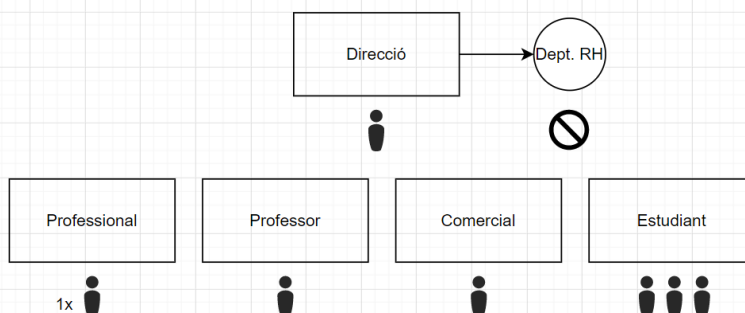
5. Amateur	1-2 mesos	10	55	1 coin són 6
6. Novell	0-1 mesos	5	45	1 coin són 5

Comercials (10% dels coins)

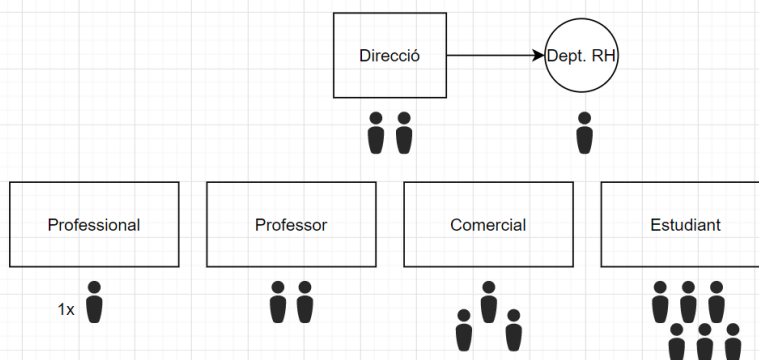
Rang	Antiguitat	Total comerços afiliats	Serveis mensuals aconseguits per mes (mitjana)	Converció sou	Sou fix
1. Expert	Més de 4 mesos	més de 50	més de 20	1 coin = 10€	1000€
2. Senior		30-50			600€
3. Professional	2-4 mesos	10-30	10-20	1 coin = 8,5€	200€
2. Novell	0-2 mesos	0-10	entre 0-10	1 coin = 7,5€	0€

ANNEX 9: Organigrama agents interns

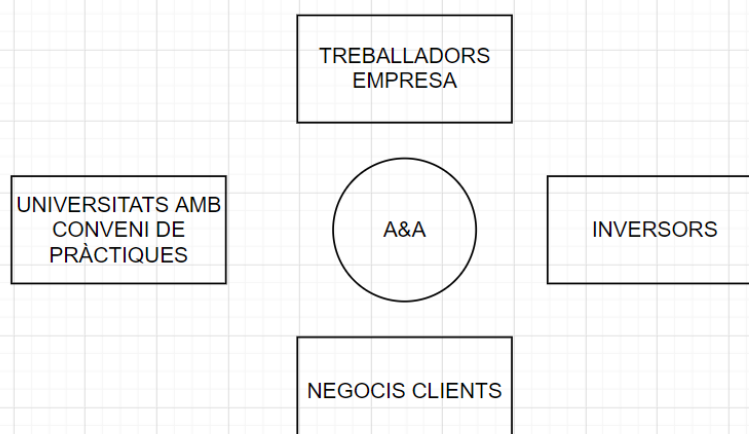
ORGANIGRAMA AGENTS INTERNS (vol1: 9-18 clients)



ORGANIGRAMA AGENTS INTERNS (vol1: 18-36) clients)



ORGANIGRAMA STAKEHOLDERS



ANNEX 10. Taules estructurals del personal de l'empresa
Volum de clients (0-18)

Area	Posició	Nº
Direcció	Director/coordinador	1
RH	Cap de RH	0
Executiva	Professor	1
	Estudiant	3
	Professional	Un per cada modelitat
Comercial	Cap de comercials	1

Volum de clients (18-36)

Area	Posició	Nº
Direcció	Director/coordinador	2
RH	Cap de RH	1
Executiva	Professor	2
	Estudiant	6
	Professional	Un per cada modelitat
Comercial	Cap de comercials	3

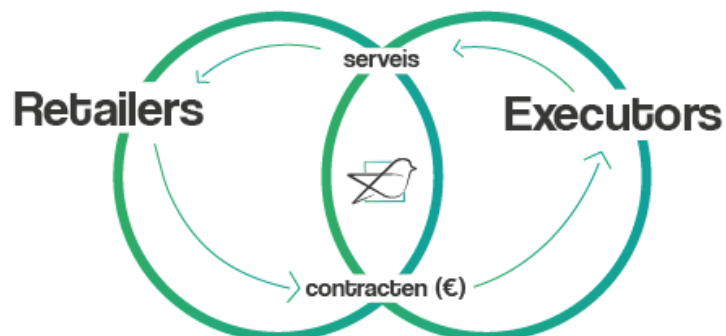
ANNEX 11. Configuracions estructurals de mintzberg i correspondències

CONFIGURACIÓ ESTRUCTURAL	MECANISME DE COORDINACIÓ	PART FONAMENTAL DE L'ORGANITZACIÓ	TIPUS DE DESCENTRALITZACIÓ	FORCES
ESTRUCTURA SIMPLE	Supervisió directa	Vèrtex estratègic	Centralització vertical i horitzontal	Centralització
BUROCRÀCIA MAQUINAL	Normalització dels processos de treball	Tecnoestructura	Descentralització horitzontal limitada	Normalització
BUROCRÀCIA PROFESSIONAL	Normalització de les habilitats	Nucli d'operacions	Descentralització vertical i horitzontal	Professionalització
FORMA DIVISIONAL	Normalització dels <i>outputs</i>	Línia mitjana	Descentralització vertical limitada	Fragmentació
ADHOCRÀCIA	Adaptació mútua	Staff de suport	Descentralització selectiva	Col.laboració

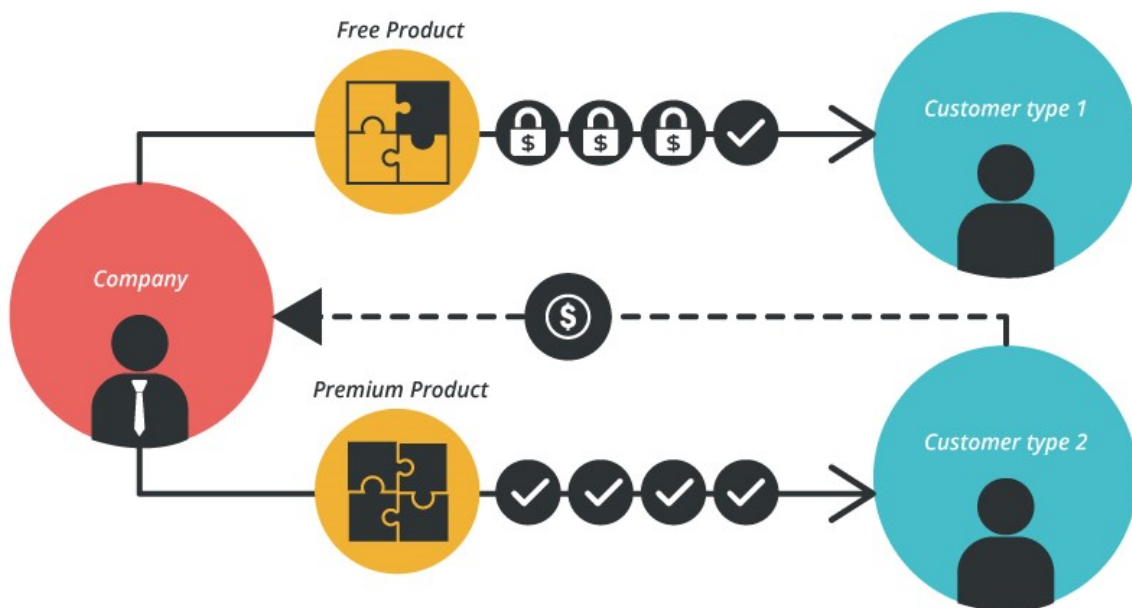
Font: Mintzberg (1984). *Op. cit.* Pàg. 343.

ANNEX 12. Models de negoci amb plataformes col·laboratives

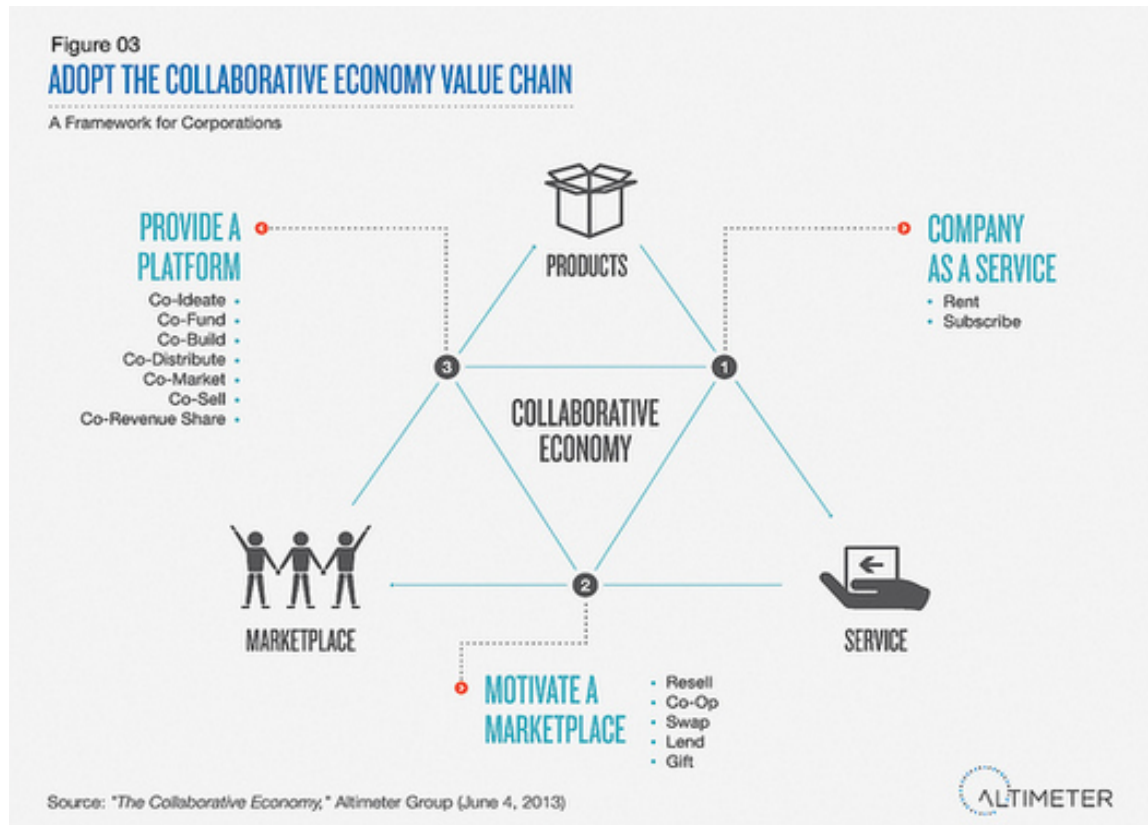
Subscripció mensual



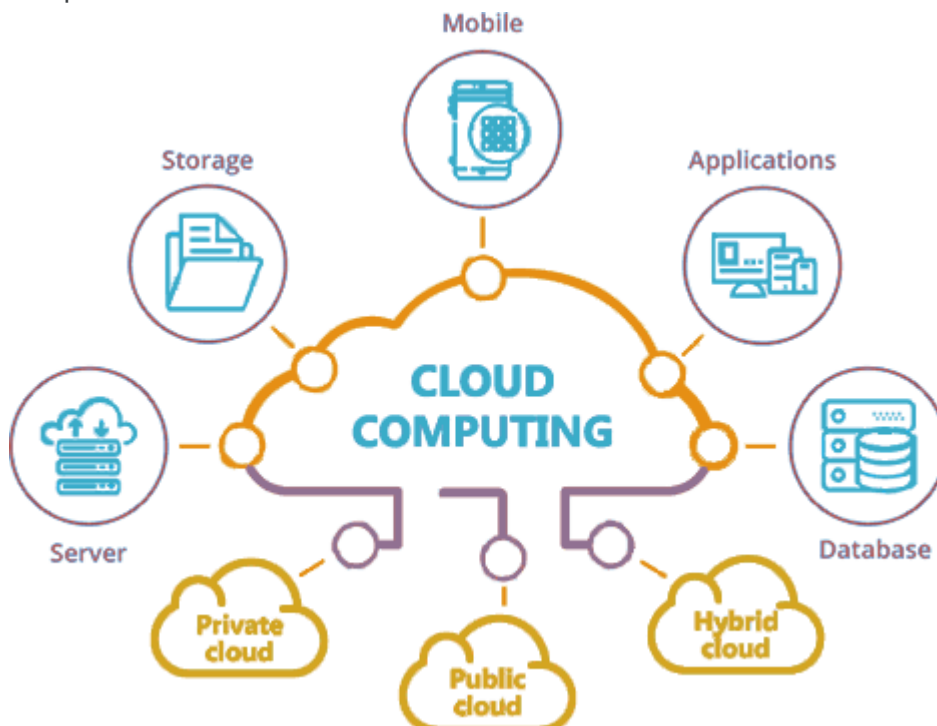
Freemium



Col·laboratiu

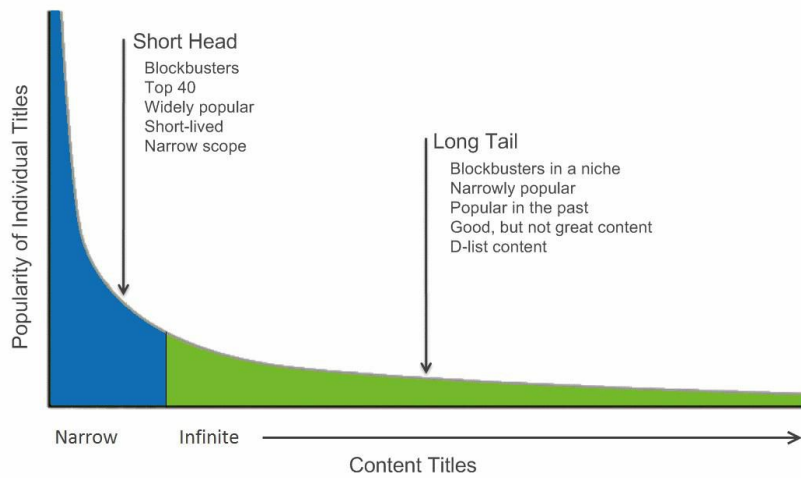


Computació al Núvol

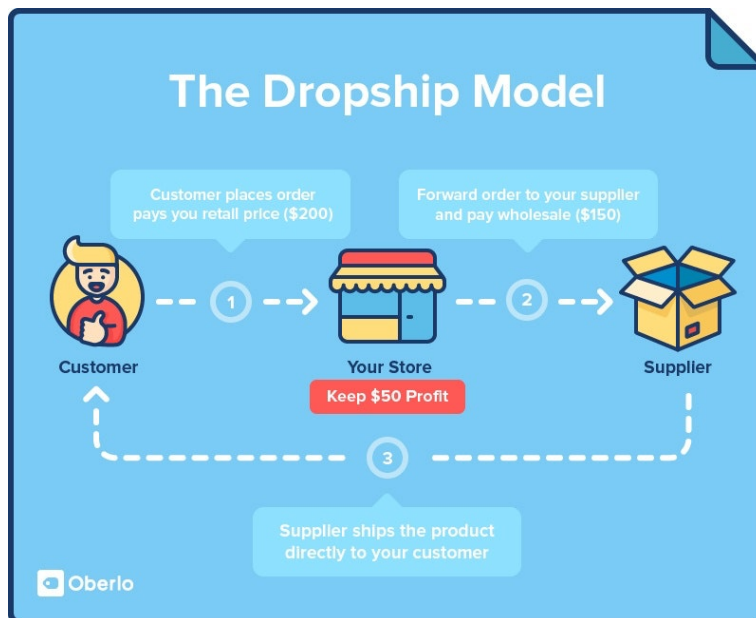


long tail model, marketplaces

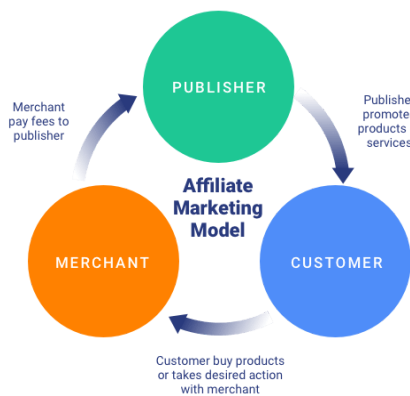
The Long Tail



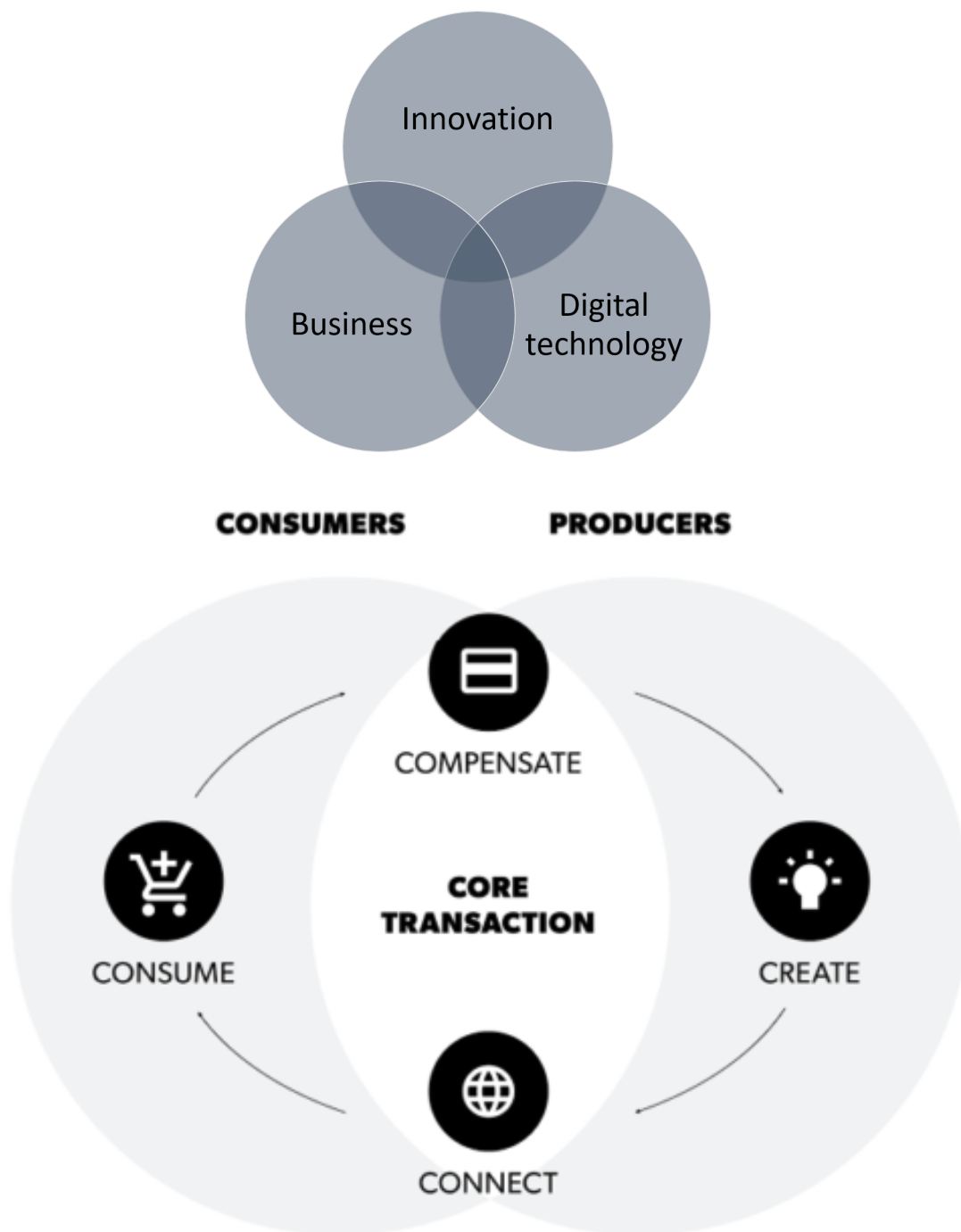
dropshipping



Model marqueting d'afiliació



ANNEX 13. Esquema general del tipus de plataforma col·laborativa



ANNEX 14. Llibre d'estil A&A



Índex

00. Introducció	2
01. Imatge corporativa	3
02. Variacions	4
04. Àrees de seguretat	5
05. Tipografia corporativa	6
06. Colors corporatius	7
07. Especificacions web	-

Introducció

La marca es presenta com a una solució pel mercat de la comunicació externa de les empreses. La marca, doncs, s'adreça a professionals de la comunicació, a professors i a negocis mitjans i petits que seran els clients principals de DC A&A.

La missió: Salvar el petit comerç davant les grans empreses amb gran infraestructura i la inserció laboral de joves estudiants de Publicitat i Relacions públiques.

Visió: Essent la agència de comunicació més gran del món en quant a nombre de clients i treballadors. Ajudar a milers d'empreses d'arreu del món a digitalitzar-se i a trobar el seu lloc dins del mercat per fer-les competitives i fortes.

Valors: Proximitat, empatia, bona fe i voluntat de voler ajudar, innovació, creativitat, transparència, ètica empresarial, progrés, llibertat a tots nivells, eficiència, compromís i garantia de qualitat.

Imatge corporativa

Ha de transmetre: valors de la marca, disruptivitat, i confiança. La imatge ha d'estar 100% lligada al progrés, evolució i molt pròxima a tu. La marca promou el creixement social (formació) i el desenvolupament sostenible.



Variants del logotip



ISOTIP



IMAGOTIP HORIZONTAL



LOGOTIP



Àrees de seguretat



SIGNIFICAT I FORMA DEL IMAGOTIP

L'ocell és símbol de llibertat, força, pau, natura, sostenibilitat entre altres. Tots ells relacionats directament als valors i a la filosofia corporativa. S'ha optat per un Imagotip figuratiu.

Tipografia

La Coolvetica Regular és la tipografia principal pels títols de documents corporatius.
La Releway Light és la tipografia secundària que s'utilitzarà principalment per tota mena de textos corporatius.
La Releway Bold s'utilitzarà pels subtítols.



**Digital
Communication**
AGENCY & ACADEMY

Principal - Títols

Coolvetica Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
~!@#\$%^&*()=?~!@

Secundària - Text

Releway Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
~!@#\$%^&*()=?~!@

Colors corporatius

SIGNIFICAT DELS COLORS

S'ha optat per una gama de colors entre el verd i el blau.
BLAU: professionalitat, serietat, integritat, confiança, puresa, calma...

VERD: Joventut, vida, esperança, naturalesa, ètica, creixement, sostenibilitat...

DEGRADAT: Modern, soft, innovador, tendència, 2 en 1...

HEX ---
RGB ---
CMYK ---

HEX #58A1A4
RGB 88 161 164
CMYK 67 21 36 0

HEX #79C79C
RGB 121 199 156
CMYK 56 0 50 0

HEX #FFFFFF
RGB 250 250 250
CMYK 0 0 0 0

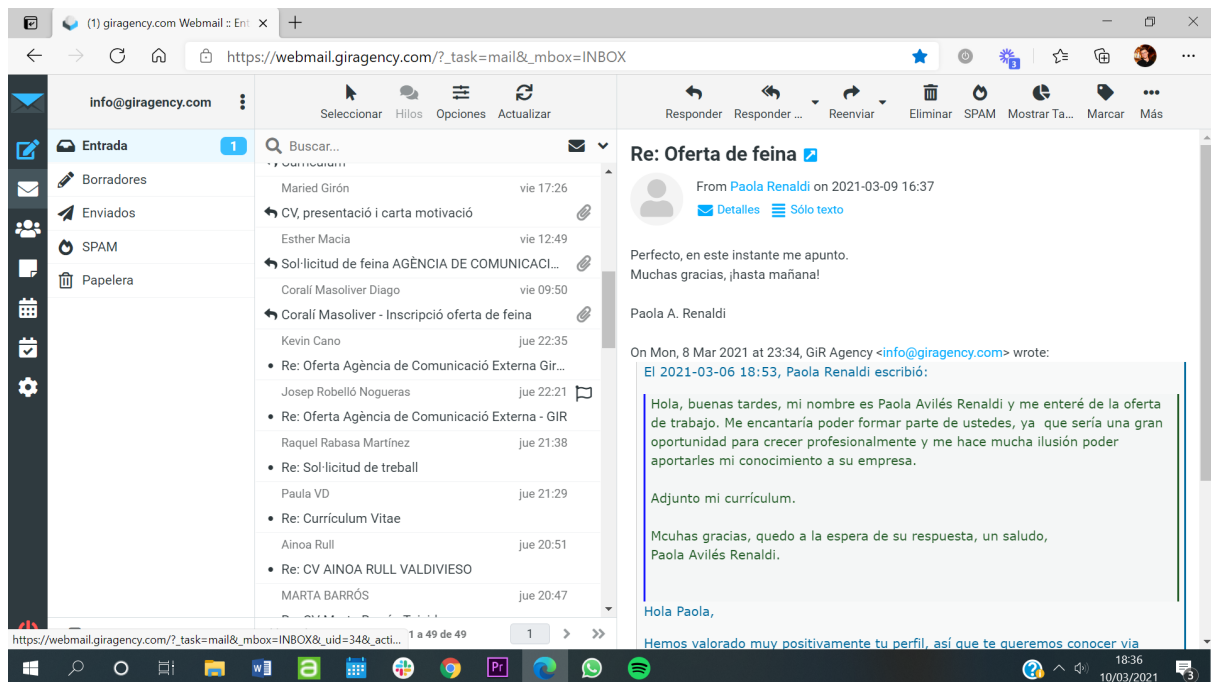
HEX #21F21
RGB 33 31 33
CMYK 72 68 63 74



ANNEX 15. GIR Agency - MVP de A&A communication



Pàgina web (home principal) de GIR Agency. www.giragency.com

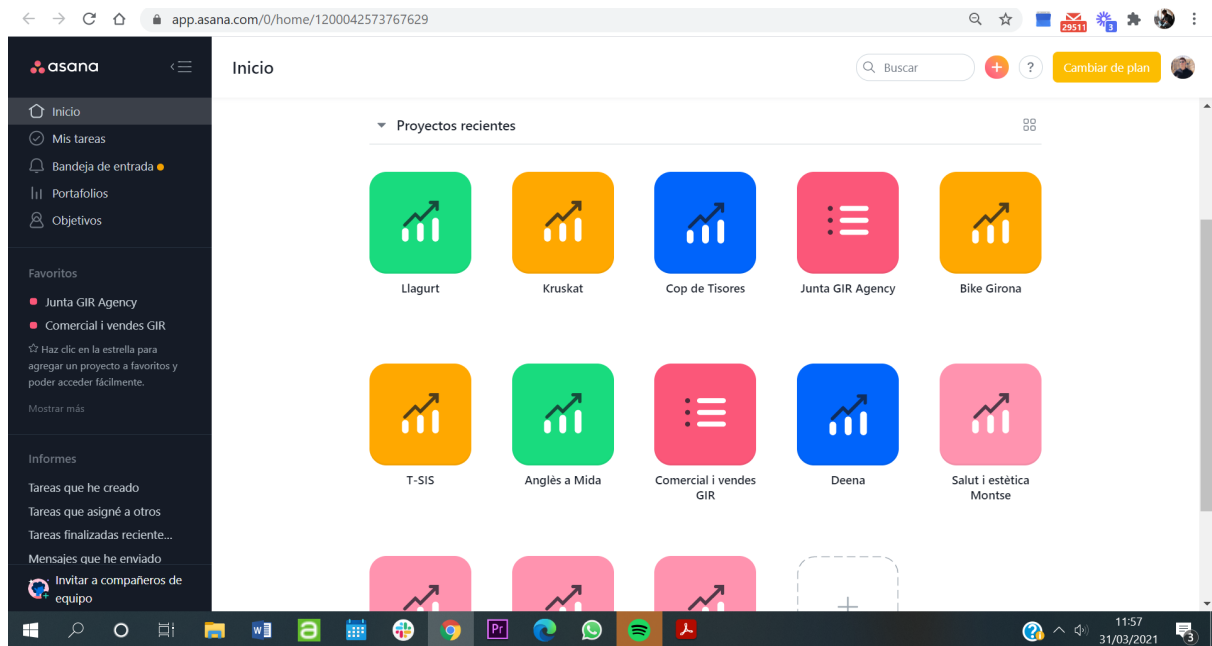


Correu de GIR Agency amb algunes de les sol·licituds de treball. a 10 de Març de 2021.

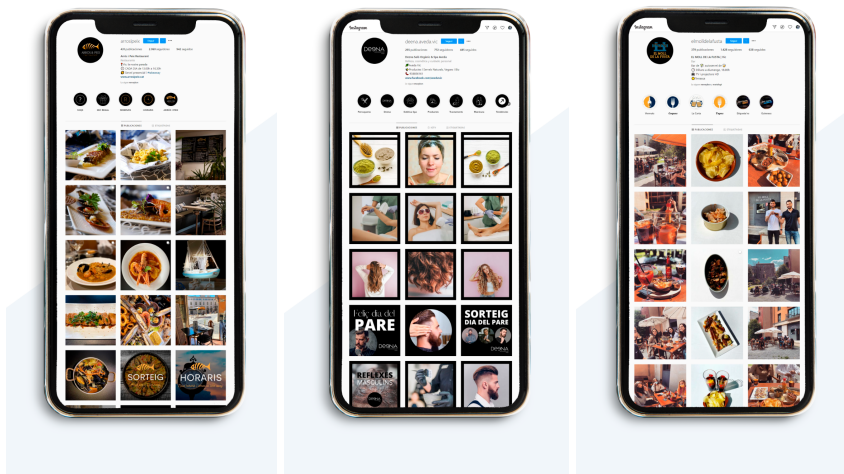
Base de dades de clients potencials analitzats.

Plataforma de comunicació interna GIR Agency. Slack Technologies Inc

A la imatge podem veure com la Ivette, la professora i professional en community management dona les directrius a la estudiant i l'hi proposa d'ensenyar-li la metodologia de treball més eficient.



Plataforma de gestió de projectes GIR Agency. Asana. A la imatge es pot veure els diferents projectes/negocis que actualment l'empresa està executant serveis relacionats amb la comunicació externa. Tots ells són negocis del target de A&A.



Aquestes 3 imatges són 3 *mockups* de les xarxes socials de 3 clients que estem portant a dia d'avui. @arrosipeix, @deena.aveda.vic, @molldelafusta.

ANNEX 16. Costos de producció

Tipus de costos	Concepte	Preu aproximat	Proveïdor
Fixes	Serveis de desenvolupament	35.000€	Factoria BIZ
	Serveis UX/UI	1000€	Helena Batallé
	Servidors	1000€	Isaac Grau
Variables	Manteniment Servidors	1000€	Amazon web services

ANNEX 17. Anàlisi DAFO

Debilitats Nova metodologia de treball dins del sector Falta de credibilitat i experiència en el sector Possibles fallos de la plataforma (els inicis) Poc capital per part dels FFF	Amenaces Fàcil copia de la plataforma Fàcil copia de la metodologia de treball Temps de crisi econòmica degut a la covid19
Fortaleses Equip unit i alineat Treballem amb estudiants joves de 1r, 2n i 3r. Equip jove Som disruptius Comencem pel perquè, tenim un propòsit Som més assequibles a nivell econòmic Tasteig prèvi amb un MVP exitós.	Oportunitats No hi ha cap agència que es dediqui al mateix tipus de serveis, s'adreci al mateix target i tingui una metodologia de treball igual. Necessitat d'una transformació digital Mercat desactualitzat Competència amb serveis molt costosos. Baix nivell per part de les empreses.

ANNEX 18. Buyer persona

Home de 30-45 anys. Propietari d'un restaurant. Treballa com a gerent del seu propi negoci. És autoempleat i per tant, treballa cara el públic amb el seu negoci. És conscient que hi han canvis a la societat en l'àmbit digital però no té el temps suficient per dedicar-se a buscar i a implementar aquests canvis TIC a l'empresa. El propietari creu que no es pot permetre una agència de publicitat/màrqueting o de xxss ja que els preus pels serveis són molt elevats i no disposa de capital per invertir en aquest àmbit. Actualment es veu molt afectat econòmicament per la covid19.

ANNEX 19. Definició dels KPI's

KPI's pels comercials:

- Número de vendes mensuals
- Número de afiliats/recomanats per part dels clients
- Ràtio número de persones contactades/clientes finals
- Número de diners invertits en publicitat/client

KPI's pels executors:

- Número de coins aconseguits
- Número d'hores treballades
- Ratio Coins/hora

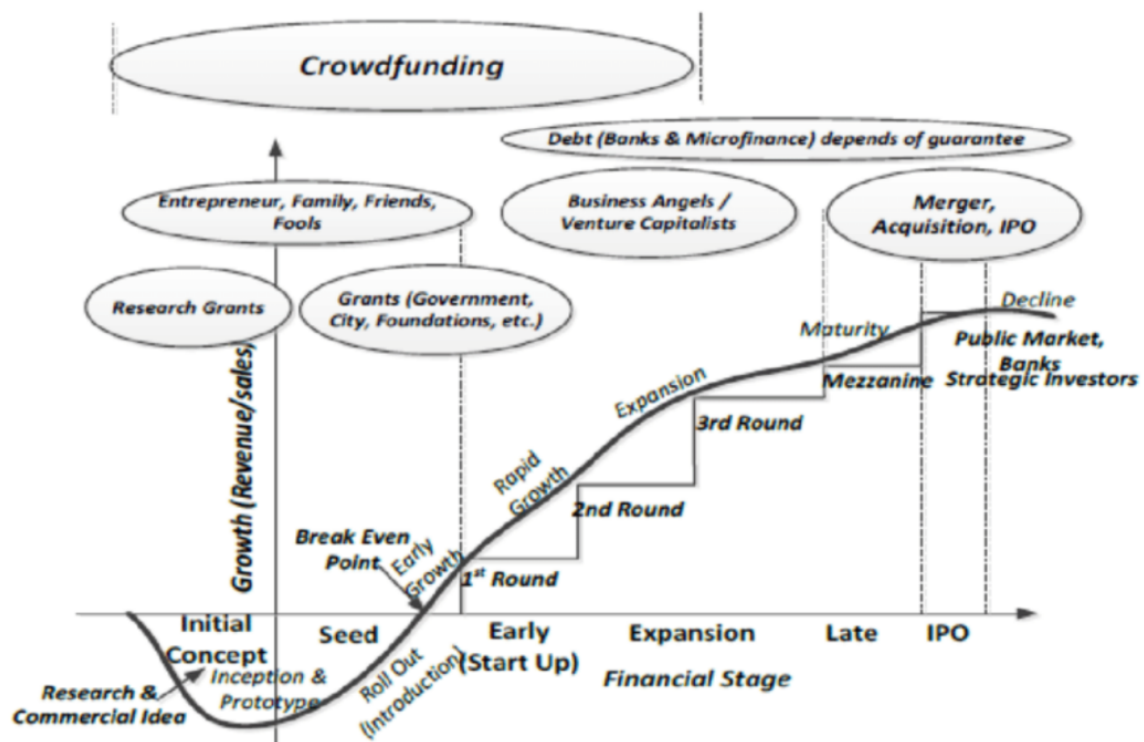
KPI's per A&A:

- Numero de visites
- Numero de subscripcions o compres
- Número de nous clients
- Número d'ingressos
- Ratio de visites/compres
- Ratio de clients totals/Ingressos mensuals

ANNEX 20 - Business angels vs venture capital



ANNEX 21 - Finançament segons la fase d'una start-up.



ANNEX 22 - Fases del crowdfunding

EAE Business School

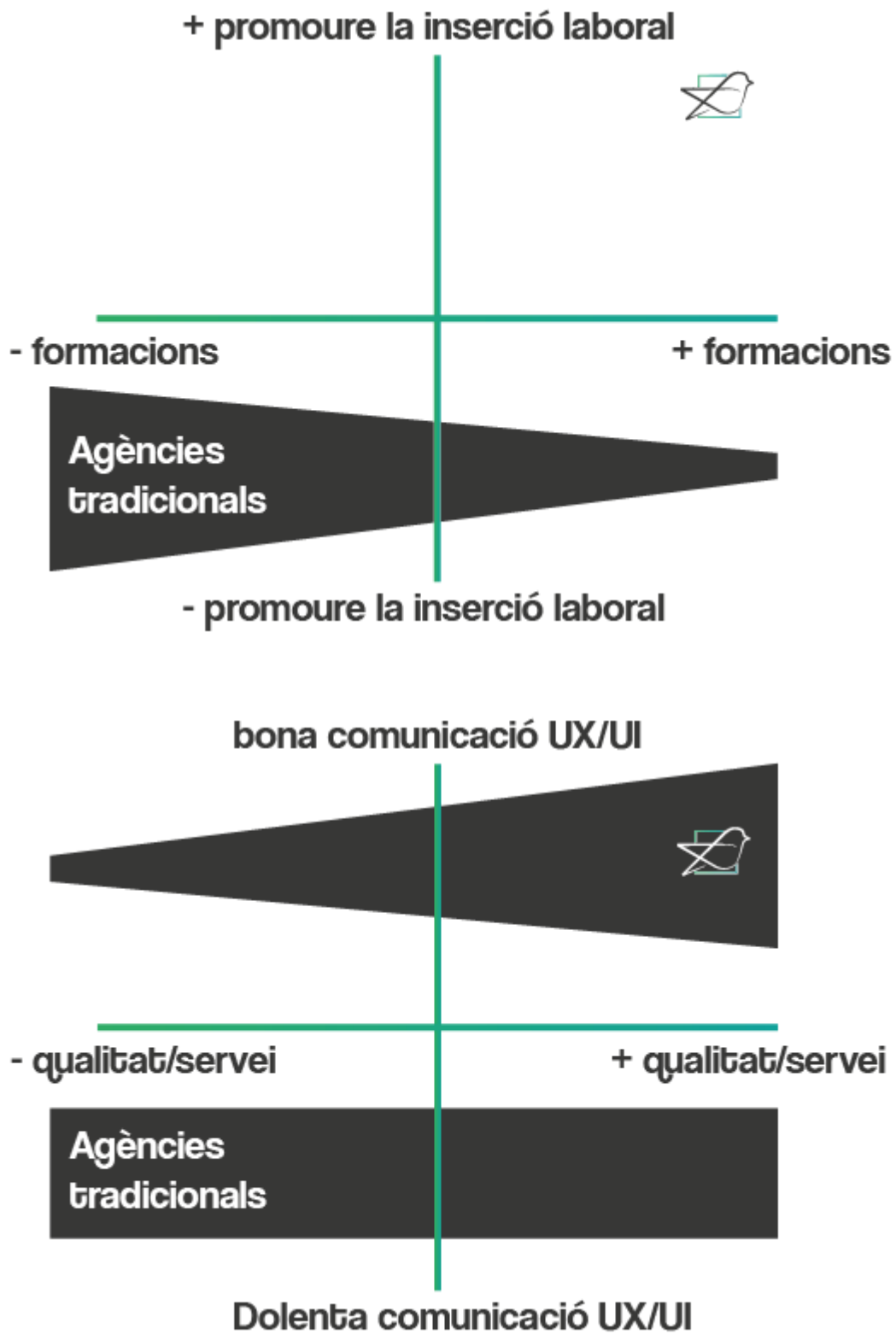
El crowdfunding

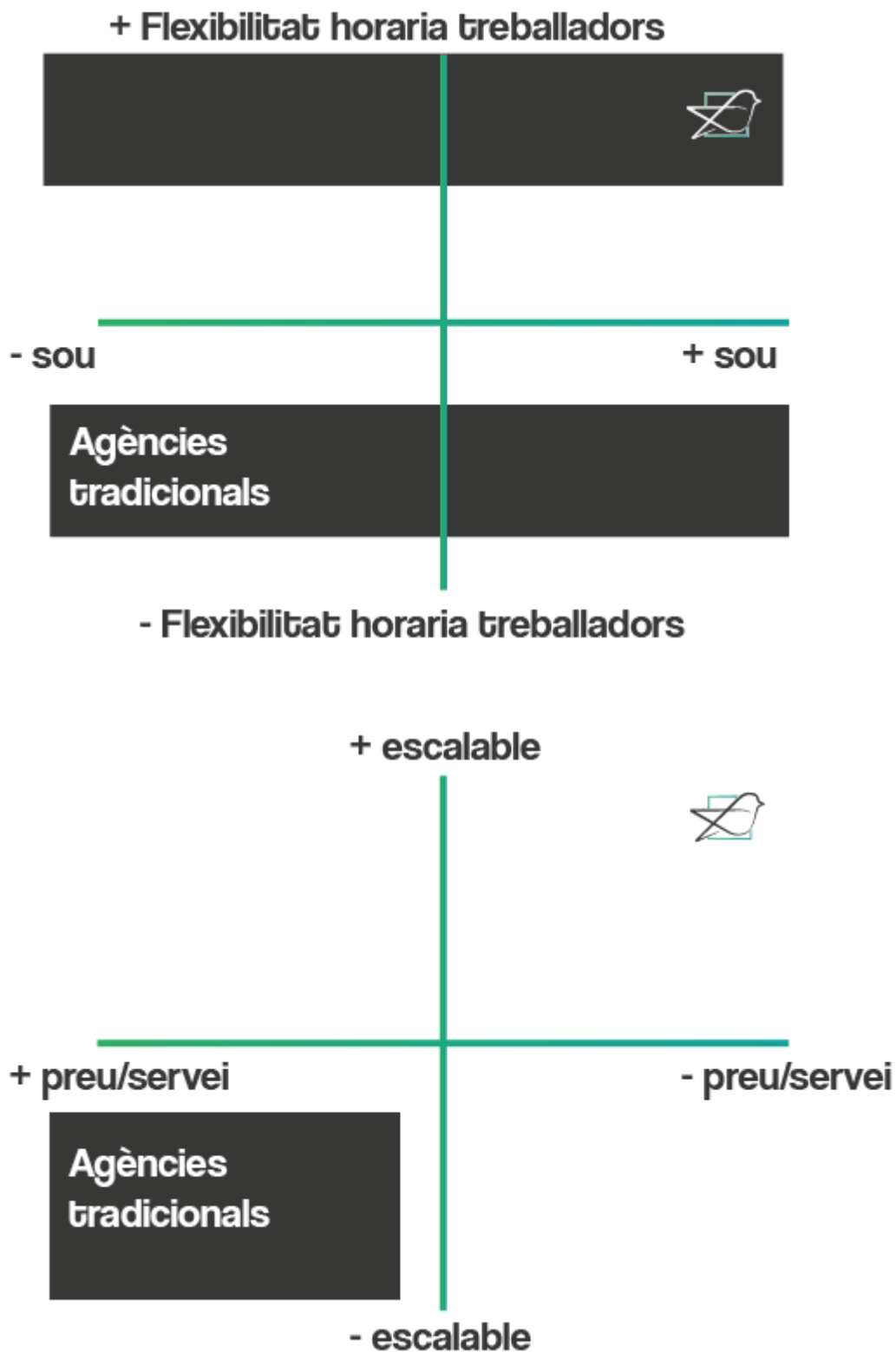
Fases de un crowdfunding

Fases	Acciones
Planificación	Plantear estrategia de comunicación
	Plantear estrategia de recaudación
	Realizar el diseño de campaña
	Distribución de tareas en el equipo
Precampaña	Contactos previos del círculo FFF
	Contacto previo con colaboradores
	Actos de presentación de campaña
	Preparación de notas de prensa
Campaña	Seguimiento de métricas de campaña
	Intensa comunicación
	Actualizaciones y mejoras de campaña
Postcampaña	Mantener viva la comunidad
	Producir y entregar las recompensas o retorno
	Recibir feedback

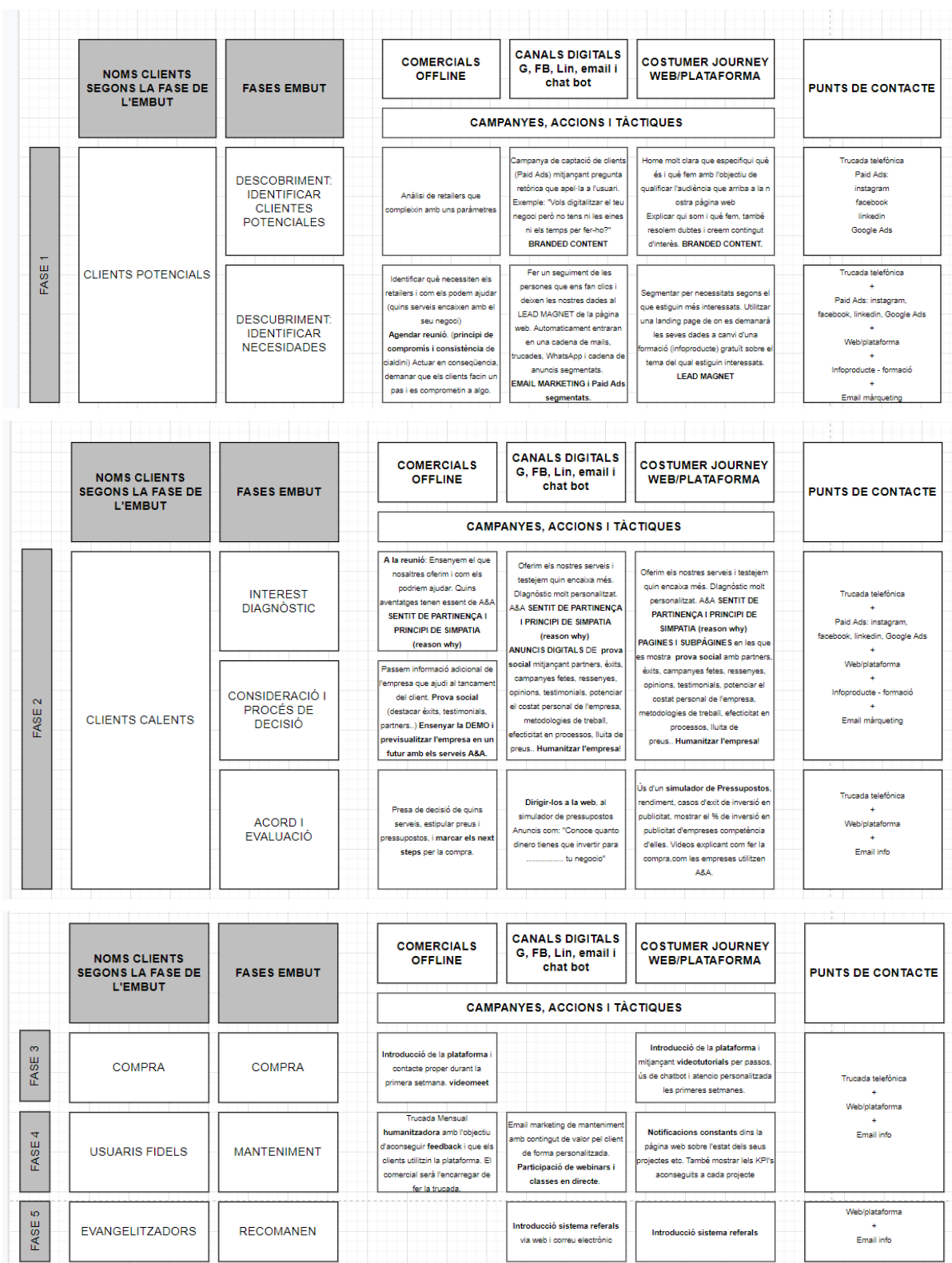
17

ANNEX 23. Mapes de posicionament



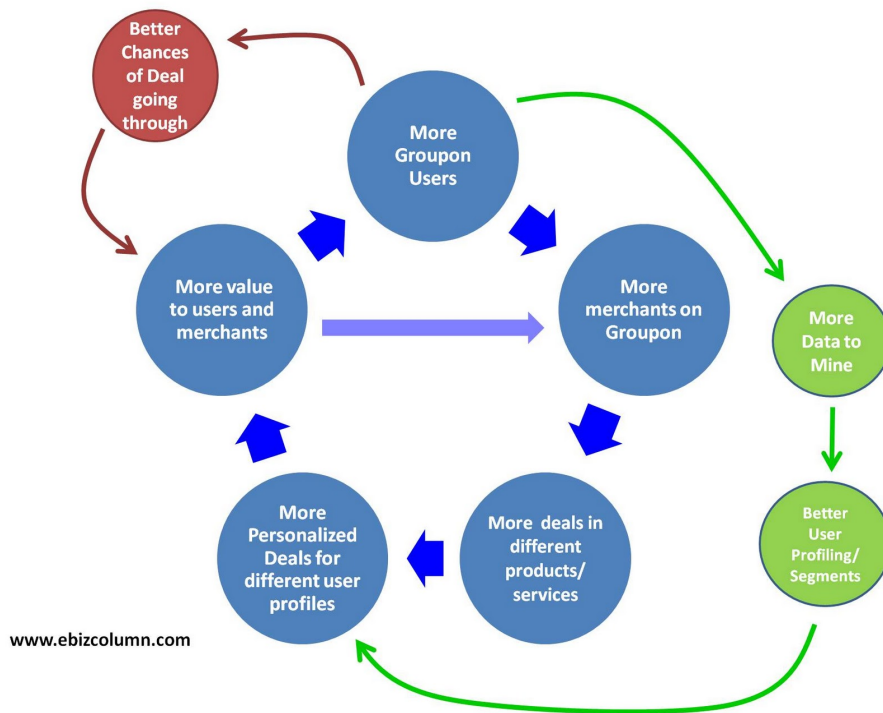


ANNEX 24. Funnel de vendes



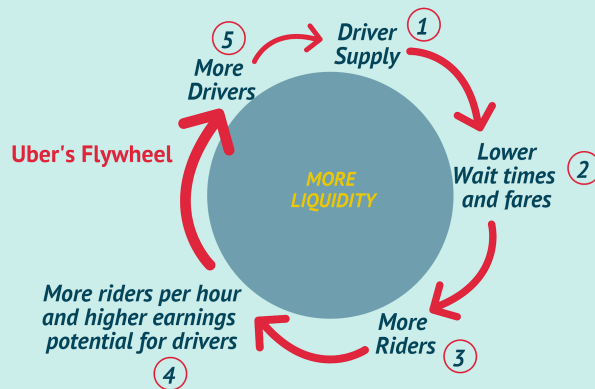
ANNEX 25. Network effect

Groupon Network Effects



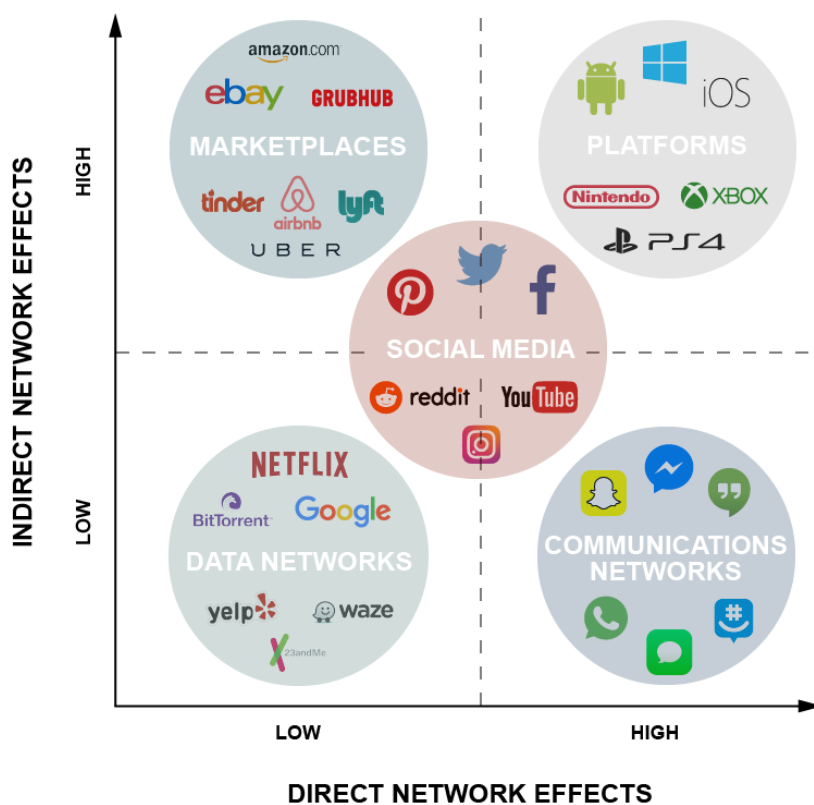
Uber's Liquidity Network Effects

Uber leverages on a liquidity network effects, which starts from creating driver's supply, which determines lower wait times and fares for riders. In turn, this attracts more riders. Thus, with more riders per hour, there is a higher earning potential for drivers. When this happens more drivers join the platform, thus making these network effects speed up. That's how Uber kicked off growth from its platform business model and expanded it off globally.



FourWeekMBA.com

DIGITAL NETWORK EFFECTS MARKET MAP



NISKANEN
CENTER

Source: European Commission, NFX, a16z.

CAS OPTIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
120 clients/any - 10 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	234.000,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	218.400,00€
MARGE BRUT	15.600,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	13.900€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	13.900,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	2.085€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	11.815,00€

CAS OPTIMISTA

ANY 2 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
120 clients/any - 10 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	666.000,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	621.600,00€
MARGE BRUT	44.400,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	3.400€
B <i>a</i> i <i>i</i>	41.000€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	41.000,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	6.150€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	34.850,00€

CAS OPTIMISTA

ANY 3 CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
120 clients/any - 10 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	90.000,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	19.600,00€
MARGE BRUT	70.400,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	5.100€
B <i>a</i> i <i>i</i>	65.300€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	65.300,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	9.795€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	55.505,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€
TOTAL D'DESPESES D'ESTRUCTURA	1.700€
B <i>a</i> i <i>i</i>	2.980€
DESPESES FINANCERES	0,00€
B <i>A</i> I	2.980,00€
IMPOST SOBRE BENEFICI (15%)	447€
MARGE NET (B <i>D</i> I)	2.533,00€

CAS PESSIMISTA

ANY 1 - CLIENTS DE SUBSCRIPCIÓ
36 clients/any - 3 nous cada mes

CONCEPTE	SUMATORI FINAL d'ANY
TOTAL INGRESSOS (10 nous/mes a 300€ de mitjana/mes)	70.200,00€
TOTAL DESPESES VARIABLES	65.520,00€
MARGE BRUT	4.680,00€

52

ANNEX 27. Pla d'inversions inicials

PLA D'INVERSIONS			
CONCEPTES	IMPROT (base imposable)	IVA	Total
IMMOBILITZAT MATERIAL	1.000,00 €	210,00 €	1.210,00 €
Equips informatics	1.000,00 €	210,00 €	1.210,00 €
IMMOBILITZAT INMATERIAL	35.500,00 €	7.455,00 €	42.955,00 €
Aplicacions informàtiques	35.000,00 €	7.350,00 €	42.350,00 €
Patents	500,00 €	105,00 €	605,00 €
DESPESES DE CONSTITUCIÓ	15.500,00 €	3.255,00 €	18.755,00 €
Despeses de 1r.establiment; Notaria + registre mercantil	2.500,00 €	525,00 €	3.025,00 €
Despeses de constitució	3.000,00 €	630,00 €	3.630,00 €
Despeses de ampliació de capital	10.000,00 €	2.100,00 €	12.100,00 €
CIRCULANT	5.000,00 €	1.050,00 €	6.050,00 €
Caixa i Banc	5.000,00 €	1.050,00 €	6.050,00 €
TOTAL	57.000,00 €	11.970,00 €	68.970,00 €

ANNEX 28. VAN I ROI

VAN pel bussines angel		Rendibilitat del projecte a 3 anys - OPTIMISTA	
OPTIMISTA			
Flux de beneficis anuals		Inversió inicial	57.000,00 €
ANY	VALOR	BAll a 3 anys	34.056,67€
1	11.815,00€	ROI	59,75%
2	34.850,00€	ROI anual	19,92%
3	55.505,00€		
mitjana 3 anys	34.056,67€		
PESSIMISTA		Rendibilitat del projecte a 3 anys - PESSIMISTA	
Flux de beneficis anuals		Inversió inicial	57.000,00 €
ANY	VALOR	BAll a 3 anys	8.194,00€
1	2.533,00€	ROI	14,38%
2	8.432,00€	ROI anual	4,79%
3	13.617,00€		
mitjana 3 anys	8.194,00€		
Tasa de interès (i)	0		
Inversió inicial (I ₀)	57.000,00 €		
Valor Actual net(3 anys)			
VAN optimista a 3 anys	45.170,00€		
VAN pessimista a 3 anys	-32.418,00€		

ANNEX 29. Llindar de rendibilitat / punt mort

PRODUCTO	Serveis mitjans retailers (SUBSCRIPCIÓ)
PRECIO UNITARIO	300

Detalle los costos

[illegible]

Resultado:

	PUNTO DE EQUILIBRIO	73,3	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos
--	---------------------	------	---

COSTO VARIABLE			270
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
Professor		1	
Estudiant		1	
Treballador	155	1	155
Comercial	30	1	30
Team	60	1	60
MK Digital	20	1	20
Gestoria	5	1	5

