

Àlex Margalef Franch
Aitor Fandos Martorell

Pla de Màrqueting BaseScore

Treball de Fi de Grau

Àrea temàtica: Pla de màrqueting

Grau d'Administració i Direcció d'Empreses



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

Tortosa
Curs 2024-25

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	6
1.1. Justificació del Projecte	6
1.2. Objectius del treball	7
1.2.1. Objectius Principals	7
1.2.2. Objectius Específics	7
1.3. Metodologia	9
2. CONTEXT I ANÀLISI DEL MERCAT	11
2.1. Macroentorn i anàlisi de l'entorn extern	11
2.1.1. Situació del Mercat	11
2.1.2. Tendències i Evolució del Sector	14
2.1.3. Principals competidors	15
2.2. Microentorn anàlisi de l'entorn intern	17
2.2.1. Investigació de màrqueting	17
2.2.1.1. Entrevista Clubs	17
2.2.1.2. Enquesta Entrenadors	19
2.2.1.3. Enquesta Usuaris Finals	21
3. DIAGNÒSTIC DEL MERCAT	24
3.1. DAFO	24
4. ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING	27
4.1. Concepte i Valors de l'APP	27
4.2. Recerca i Definició del Públic Objectiu	29
4.3. Proposta de Valor o Posicionament Estratègic Dins del Mercat	31
4.4. Objectius del Màrqueting	32
5. MÀRQUETING MIX	34
5.1. Producte	34
5.2. Preu	37
5.3. Distribució	39
5.4. Promoció	40
6. AVALUACIÓ, CONTROL I POSSIBLES CORRECCIONS	42
6.1. Cronograma d'Accions	42
6.2. Pressupost Estimat	45
6.3. Seguiment de Resultats i Accions Correctives	49
7. CONCLUSIONS	51
8. BIBLIOGRAFIA	53
9. ANNEXOS	55

Pla de Màrqueting BaseScore

RESUM

El nostre projecte se centra a potenciar l'esport territorial, concretament el futbol, això ho realitzarem a través d'un pla de màrqueting, enfocat en una aplicació ideada per nosaltres, denominada com a BaseScore. Aquesta aplicació informa de tots els successos en temps real, durant el transcurs d'un partit de futbol.

Principalment, ens centrem en el futbol base (activitats i competicions de formació per a jugadors de futbol joves, menors de divuit anys), ja que és una part important de l'economia dels clubs de futbol de la nostra regió, les Terres de l'Ebre.

A això, cal afegir la tranquil·litat que suposa per als familiars saber el que passa durant el desenvolupament d'una competició d'un esport de contacte, com n'és el futbol.

A conseqüència d'aquests fets, dos companys d'estudi i apassionats per l'esport ens hem agrupat per fer aquest treball conjuntament, i plasmar tots aquells coneixements que hem assolit durant el pas per la universitat.

Creiem que aquesta aplicació serà una eina útil per combinar la digitalització amb l'esport territorial d'una manera senzilla, i amb un gran valor afegit per a totes aquelles famílies que hi participen activament en aquest esport.

PARAULES CLAU

- Futbol
- Informació a temps real
- Millora esportiva

Plan de Marketing BaseScore

RESUMEN

Nuestro proyecto se centra en potenciar el deporte territorial, concretamente el fútbol. Esto lo realizaremos a través de un plan de marketing, enfocado en una aplicación ideada por nosotros, denominada como BaseScore. Esta aplicación informa de todos los sucesos en tiempo real, durante el transcurso de un partido de fútbol.

Principalmente, nos centramos en el fútbol base (actividades y competiciones de formación para jugadores de fútbol jóvenes, menores de dieciocho años), puesto que es una parte importante de la economía de los clubes de fútbol de nuestra región, las Terres de l'Ebre.

A esto, hay que añadir la tranquilidad que supone para los familiares saber qué pasa durante el desarrollo de una competición de un deporte de contacto, como es el fútbol.

A consecuencia de estos hechos, dos compañeros de estudio y apasionados por el deporte nos hemos agrupado para hacer este trabajo conjuntamente, y plasmar todos aquellos conocimientos que hemos logrado durante el paso por la universidad.

Creemos que esta aplicación será una herramienta útil para combinar la digitalización con el deporte territorial de una manera sencilla y con un gran valor añadido para todas aquellas familias que participan activamente en este deporte.

PALABRAS CLAVE

- Fútbol
- Información en tiempo real
- Mejora deportiva

BaseScore Marketing Plan

ABSTRACT

Our project focuses on promoting territorial sports, specifically football, and we will do this through a marketing plan focused on an application we designed, called BaseScore. This app reports all the events in real time during the course of a football match.

Mainly, we focus on base football (training activities and competitions for young football players, under eighteen years old), as it is an important part of the economy of football clubs in our region, the Terres de l'Ebre.

Additionally, we must consider the peace of mind it provides for the families to know what is happening during the development of a contact sport competition such as football.

As a result of these facts, two study partners and sports enthusiasts have come together to do this work together and demonstrate all the knowledge we have archived during our time at the university.

We believe that this application will be a useful tool to combine digitalization with territorial sport in a simple way, and with a great added value for all those families who actively participate in this sport.

KEY WORDS

- Football
- Information in real time
- Sports improvement

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Justificació del Projecte

Som dos estudiants del grau d'Administració i Direcció d'Empreses de la Universitat Rovira i Virgili, del campus Terres de l'Ebre. Tots dos compartim una passió sobre el món del màrqueting, i per això vam decidir centrar el nostre treball de fi de grau en l'elaboració d'un pla de màrqueting.

Després d'un temps realitzant una recerca exhaustiva, vam decidir quedar-nos amb la proposta que no només ens donés un valor acadèmic, sinó també un valor personal, amb l'objectiu de crear un projecte atractiu.

Aquesta proposta està enfocada a l'esport, més en concret al futbol, ja que tenim un cert coneixement i, a més, és un esport que ens apassiona.

La idea va sorgir de manera espontània, perquè un dels membres del grup forma part del cos tècnic d'un equip de futbol. En una ocasió, no va poder assistir a un dels partits, i això li va generar la necessitat de conèixer en tot moment què estava succeint durant l'enfrontament. Malauradament, no va poder accedir a la informació desitjada, ja que no disposava d'un recurs que li proporcionés aquestes dades en temps real.

Aquest fet ens va fer reflexionar sobre la possibilitat que altres persones es poguessin trobar en una situació similar. Per exemple, famílies de jugadors que per motius laborals o personals, no poden assistir als partits, però voldrien estar al corrent del que està succeint dins del terreny de joc.

És per això que finalment vam decidir combinar aquests dos interessos, el futbol i el màrqueting, amb la necessitat detectada, per elaborar una aplicació mòbil anomenada BaseScore.

BaseScore és una aplicació dissenyada per oferir informació en temps real sobre què passa als camps de futbol. Està pensada per a seguidors, familiars, directius i qualsevol persona que no pugui assistir als partits, però vulgui seguir-los al moment, des del seu mòbil. L'aplicació mostrarà dades com alineacions, gols, targetes, canvis de jugadors, lesions, classificació, entre d'altres.

Finalment, aquesta aplicació l'hem ideat principalment, per a tots aquells clubs del nostre territori, ja que hi veiem un fàcil accés, no obstant això, la idea seria en un futur estendre'ns per tot el territori espanyol, pel fet que considerem que és viable i ens dona un punt de referència final per dur a terme el projecte.

1.2. Objectius del treball

1.2.1. Objectius Principals

L'objectiu principal del nostre treball, se centra a desenvolupar un pla de màrqueting per a la creació d'una nova aplicació de mòbil anomenada BaseScore. Aquesta aplicació té com a finalitat respondre a una necessitat trobada al món de l'esport, especialment en les categories inferiors dels clubs de futbol territorials, oferint una informació a temps real per tenir informats a tots els usuaris.

Això crea un valor afegit al nostre projecte, ja que moltes famílies estaran assabentades del que succeeix als terrenys de joc, donant-los així la seguretat que els seus fills i familiars gaudiran de l'activitat esportiva i sense cap inquietud en el cas que passi algun incident al terreny de joc.

Finalment, aquesta aplicació el que busca és consolidar-se dintre del mercat del món de l'esport, més concretament, al mercat digital.

1.2.2. Objectius Específics

Per analitzar els nostres objectius específics, ens hem centrat a identificar les necessitats que pot tenir el nostre públic objectiu. Hem establert diverses línies d'actuació, les quals detallem a continuació:

- Analitzar les necessitats del públic objectiu: El nostre públic objectiu se centra en els clubs de futbol base. Els objectius establerts són:
 - Obtenir un nombre d'inscripcions mínimes.
 - Aconseguir un bon canal de comunicació amb familiars, membres del club, etc.
- Dissenyar una proposta atractiva per a l'aplicació: crear totes aquelles funcionalitats i serveis dels quals disposarà BaseScore. Com ara, informar de les lesions, gols, córners, canvis, entre d'altres, de manera intuïtiva i ràpida, per tal que els entrenadors puguin utilitzar-la de manera senzilla i efectiva durant el transcurs del partit.
- Estudiar el mercat i la competència: dur a terme una recerca exhaustiva per identificar totes aquelles aplicacions que ofereixen un producte semblant al de

la nostra aplicació. A més, destacar i definir tots els elements que diferencien la nostra app de la resta.

- Definir estratègies de màrqueting efectives: connectar amb el nostre públic objectiu a través de diferents vies de comunicació.
- Promoure la fidelització amb els usuaris: oferir descomptes o avantatges especials a aquells que utilitzen l'aplicació sovint o mostrin una activitat destacada.
- Explorar l'expansió de l'aplicació a altres esports: analitzar l'impacte que tindrà en el futbol i estudiar si pot ser viable amb altres tipus d'esports com bàsquet, handbol, tennis, entre d'altres.

1.3. Metodologia

La metodologia utilitzada en aquest projecte, té com a objectiu principal dissenyar un pla de màrqueting per al desenvolupament d'una aplicació. Aquesta metodologia que hem dut a terme, compta amb un procés estructurat i adaptat a les necessitats específiques del projecte.

En primer lloc, hem dut a terme una anàlisi de mercat, on ens marca la situació actual del sector on estarem establerts, tendències i la identificació dels competidors. Aquest estudi ens ajudarà a saber quines són les barreres i oportunitats que ens podem trobar. Per potenciar aquesta anàlisi, hem dut a terme una investigació de mercats mitjançant la realització d'enquestes a entrenadors i entrevistes a directius de clubs esportius, amb l'objectiu d'obtenir dades qualitatives i quantitatives sobre les necessitats i preferències d'aquests.

Un cop disposem de la informació, hem dut a terme una anàlisi estratègica mitjançant la utilització de l'eina DAFO, on a través d'aquesta, ens ha permès identificar les fortaleses i debilitats que disposa l'aplicació, i també detectar les oportunitats i amenaces.

Per completar, hem aplicat el marc conceptual Business Model Canvas, el qual ens serà útil per visualitzar i estructurar el nostre model de negoci. Dins d'aquest marc, trobarem diferents punts com la segmentació dels clients, els canals de distribució, proposta de valor, socis clau, etc.

La següent fase és la definició de l'estratègia de màrqueting, seguint el model de segmentació, "targeting" i posicionament (STP). Aquesta fase ens permet veure quins són els factors més rellevants com a públic objectiu i establir un posicionament competitiu en el sector. Al mateix moment, formulem una sèrie d'objectius, que ens serviran de guia per anar dissenyant les diferents accions que hem d'anar implementant.

Un cop ja realitzats tots aquests procediments, passem a desenvolupar el màrqueting mix, basat en els quatre elements: Producte, Preu, Distribució i Promoció.

En aquesta fase, ens plantegem millores de l'aplicació, establir uns preus competitius, seleccionar els diferents canals digitals més adequats i definir quines campanyes de promoció utilitzarem per captar i fidelitzar els clients.

En últim lloc, el pla de màrqueting conté una fase d'implementació i seguiment. Aquesta inclou la creació d'un cronograma d'accions, un pressupost detallat i un sistema d'avaluació i control que es basa en indicadors de rendiment (KPI's), el qual ens permetrà realitzar els ajustos necessaris per a assolir els objectius que ens hem proposat.

2. CONTEXT I ANÀLISI DEL MERCAT

2.1. Macroentorn i anàlisi de l'entorn extern

2.1.1. Situació del Mercat

Per fer una bona anàlisi de la situació del mercat, hem investigat sobre dades demogràfiques i geogràfiques, per així doncs poder identificar i veure com es troba el mercat actualment. Ens hem centrat principalment en la comarca on hi volem iniciar la nostra activitat. Aquesta és l'anomenada Terres de l'Ebre.

En primer lloc, hem analitzat el nombre de nens/es que hi ha en les diferents comarques en el territori de Catalunya.

Per poder extreure les dades de la població per a la franja d'edat que nosaltres necessitàvem hem hagut de fer una sèrie de càlculs, ja que les dades proporcionades per l'Idescat (Institut d'Estadística de Catalunya) no tenen el grup específic de la franja de 4 a 18 anys, sinó que tenien una franja de 0-15 anys i una de 16-24 anys.

Procediment obtenció franja d'edat 4-18 anys:

- **4-15 anys = 75% del grup 0-15 anys.**
- **16-18 anys = 33% del grup 16 - 18 anys.**

A partir d'aquests % hem extret la següent fórmula que s'ha aplicat a cadascuna de les vegueries estudiades per tal d'ajustar al màxim el resultat.

Població de 4 a 18 anys = [(franja 0-15 anys) x ($\frac{3}{4}$)] + [(franja 16-24 anys) x ($\frac{1}{3}$)]

A continuació es mostren les diferents comarques investigades.

VEGUERIES	NOMBRE DE JOVES ENTRE 4-18 ANYS	POBLACIÓ TOTAL DE JOVES 4-18 ANYS A CATALUNYA
Camp de Tarragona	85.558 aprox	1.218.133 aprox
Barcelona	840.834 aprox	
Girona	125.763 aprox	
Lleida	66.023 aprox	
Alt Pirineu i Aran	9.847 aprox	
Catalunya Central	64.151 aprox	
Terres de l'Ebre	25.957 aprox	

Segons els resultats obtinguts hem pogut identificar que el territori on iniciarem el nostre projecte és el que conté el segon nombre més petit de joves, tot i això, creiem que és adient dur a terme el projecte perquè és un dels esports més practicat i consolidat a les Terres de l'Ebre.

Seguidament, ens centrem a analitzar el nombre de persones que disposen d'una llicència federativa a la FCF (Federació Catalana de Futbol). A través de la pàgina de la FCF, hem pogut extreure que hi ha un total de 170.000 llicències de joves catalans.

Amb aquestes dades, hem dut a terme una sèrie de càlculs que ens han permès obtenir un valor aproximat.

Aquests són:

Llicències de Joves Federats	170.000 aprox. (excloent entrenadors, i franges d'edat)
Joves entre 4-18 Catalunya	1.219.133 aprox
Joves entre 4-18 Terres de l'Ebre	25.957 aprox

- $(170.000 / 1.219.133) \times 100 = 13,94\%$ (percentatge joves federats a Catalunya)
- $25.957 \times 13,94\% = 3.619$ (joves federats a Terres de l'Ebre)

Extraiem el nombre total de 3.619 joves federats que entren dintre dels nostres paràmetres. Aquests jugadors de futbol estan dividits en 30 clubs de futbol i 204 equips, dades extretes de la federació catalana de futbol.

D'altra banda, per al territori el qual treballem trobem el Consell esportiu del Baix Ebre, aquest té una federació pròpia la qual organitza una lliga de futbol focalitzada amb el futbol base, en aquesta alguns clubs de futbol territorial tenen diferents equips inscrits en la competició. En concret extraiem 21 clubs que estan inscrits amb un total de 53 equips de futbol.

En aquesta pàgina web no podem extreure el nombre exacte de jugadors els quals practiquen aquest esport, però basant-nos en les dades anteriors i sabent la mitjana de jugadors per equip que es necessita per poder fer un equip de futbol. Extraiem les següents dades.

- $3.619 / 204 = 17,74$ (Jugadors per equip)
- $53 \times 17,74 = 940$ (Jugadors repartits amb 53 equips)
- $3.619 + 940 = 4.559$ (Infants totals practiquen futbol)

Després d'analitzar demogràficament i esportivament el nostre territori, ens ha permès entendre millor el mercat on establirem el nostre projecte. Tot i que les Terres de l'Ebre és una de les zones amb menys població jove de Catalunya. La pràctica del futbol és significativa, com demostren les dades hi ha uns 4.500 joves que practiquen l'esport de manera competitiva, repartits en [30 clubs i 257 equips](#). (veure Annex 12)

Podem extreure que, malgrat la baixa densitat de població juvenil, l'esport està consolidat a la regió. Això reforça la viabilitat del projecte, ja que hi ha una base sòlida d'equips que podrien estar interessats amb els nostres serveis. També podem observar que seria una bona oportunitat en un futur en expandir-nos a les comarques veïnes. Per tant, el nostre projecte pot tenir èxit si sabem aprofitar el mercat on ens establirem i les necessitats del territori.

2.1.2. Tendències i Evolució del Sector

En referència al sector del futbol base, podem dir que està constantment evolucionant, a causa de diversos factors, com la digitalització, l'augment de l'interès per l'anàlisi de dades en temps real i la necessitat de millorar la comunicació entre clubs, entrenadors, jugadors i famílies.

A continuació entrarem en detall de cada una de les tendències i evolucions.

1- Digitalització i Noves Tecnologies: Les aplicacions mòbils han guanyat popularitat perquè proporcionen dades útils tant per als professionals com per a les famílies, facilitant el seguiment del desenvolupament. Aquestes eines digitals permeten un control més precís i accessible, millorant la presa de decisions i optimitzant les intervencions quan cal.

La digitalització ha convertit les apps en un recurs clau per modernitzar serveis i oferir solucions innovadores adaptades a les necessitats actuals.

2- Augment de l'ús de dades i anàlisi esportiva: Cada cop més clubs incorporen eines d'anàlisi en els seus plans de treball per optimitzar el rendiment individual dels jugadors. Si bé aquestes tecnologies eren habituals en categories amateurs, ara també es fan presents en categories inferiors, creant la necessitat d'utilitzar aplicacions especialitzades que ofereixin aquests serveis.

Aquesta evolució permet als entrenadors i equips tècnics a l'obtenció de dades més precises per millorar la presa de decisions en temps real, potenciant així el desenvolupament esportiu des de les categories inferiors.

3- Creixement de l'interès pel futbol base: En els darrers anys, el futbol base ha guanyat una gran importància, ja que es considera una peça clau en la formació de futurs professionals. Cada cop més clubs destinen recursos per potenciar el seu desenvolupament, millorant tant els aspectes tècnics com els tàctics i formatius.

Aquesta aposta pel futbol base, vol aconseguir una millor projecció per a les noves generacions de futbolistes.

4- Necessitat d'innovació en la gestió de competicions: Ens hem adonat que alguns clubs encara avui dia utilitzen eines tradicionals, per això amb la utilització d'aplicacions poden reduir temps, minimitzar errors i tenir una bona organització.

A més aquestes eines faciliten una bona comunicació entre entrenadors i jugadors, millorant la coordinació. L'ús de la tecnologia en aquest àmbit contribueix a una gestió més professional i eficient del futbol.

2.1.3. Principals competidors

Després de realitzar una recerca i comprovació de les aplicacions que ens proporcionen els serveis que nosaltres oferim, podem observar que al mercat hi ha diverses aplicacions que proporcionen algunes dades similars per als seguiments de partits de futbol. No obstant això, no hem pogut trobar una competència directa, la qual proporcionï tantes dades a temps real per a competicions, a nivell més territorial i fora del món professional.

A continuació trobem alguns dels nostres competidors, amb la descripció de la seva aplicació, i alguns punts de diferenciació de la nostra aplicació.

1- Matchapp

Aquesta és una aplicació gratuïta dirigida a jugadors, familiars, entrenadors i aficionats del futbol base. Permet consultar resultats, classificacions i calendaris de competicions. També ofereix la localització dels camps de futbol i informació meteorològica per al dia del partit. Una de les seves funcions destacades és la incorporació d'una agenda esportiva familiar la qual manté informats als usuaris sobre els horaris i els canvis d'última hora.

L'aplicació està enfocada per al futbol territorial, tant futbol base com el futbol amateur, observem que és una aplicació molt intuïtiva i fàcil d'utilitzar. La diferenciació clau que trobem és que no proporciona dades en directe, només proporciona els resultats dels enfrontaments un cop finalitzats.

2- Scored

Scored proporciona una solució integral per a clubs i organitzadors de tornejos, cosa que permet registrar partits tant amistosos com oficials. Disposa d'estadístiques en temps real, videomarcador en línia i altres funcionalitats orientades a la gestió de competicions esportives.

Aquesta podríem dir que és l'aplicació que més s'apropa al model de la nostra aplicació, no obstant això, hem pogut observar que aquesta és dirigida al bàsquet i no al futbol, per tant, no es pot considerar una competència directa, però sí com a competidor perquè si en un futur ens volem introduir en nous mercats aquesta està present al bàsquet.

3- SoccerDesk

És una aplicació de resultats en directe que cobreix múltiples lligues de futbol a escala mundial. Proporciona informació en temps real sobre alineacions, estadístiques de jugadors i comentaris en viu. Els usuaris poden personalitzar la plataforma per seguir els seus equips i rebre notificacions sobre partits específics.

Aquesta aplicació té un model molt semblant a la nostra plataforma, detallant molta informació a temps real, també engloba molts esports com pot ser el futbol, bàsquet, tenis, etc. El factor diferencial és que aquesta només se centra en l'esport professional.

6 - Bcoach

És una aplicació dissenyada específicament per a entrenadors de futbol i futbol sala. Inclou una pissarra tàctica per dissenyar alineacions, planificar entrenaments i gestionar equips. També permet crear animacions tàctiques i recopilar estadístiques durant els partits, facilitant l'anàlisi del joc i la comunicació amb els jugadors. Per tant, arribem a la conclusió que aquesta és una molt bona aplicació per a facilitar els processos del cos tècnic, però no proporciona cap mena d'informació als seguidors. És una aplicació exclusivament per entrenadors.

7 - FootballAnt

Proporciona resultats en directe, resums i notícies de futbol, oferint informació detallada dels partits, incloent-hi alineacions, estadístiques de jugadors i prediccions basades en intel·ligència artificial. També incorpora una funcionalitat de xat en directe per permetre la interacció entre usuaris durant els partits.

Aquesta aplicació proporciona moltes dades dels partits en directe, amb equips d'arreu del món, però aquests són equips professionals, no se centra amb futbol territorial i tampoc amb categories inferiors de futbol base.

2.2. Microentorn anàlisi de l'entorn intern

2.2.1. *Investigació de màrqueting*

Per poder garantir que l'aplicació BaseScore s'adapti a les necessitats de tots els clubs i entrenadors del futbol base, hem dut a terme una investigació de mercats mitjançant dues enquestes dirigides als principals implicats. Aquestes les hem realitzat de diferent manera, la primera de forma quantitativa, amb una enquesta senzilla per a tots els entrenadors que hem pogut contactar, preguntant si estan disposats a la utilització de l'APP durant el transcurs del joc, ja que ells són els encarregats de transmetre les dades en temps real.

La segona l'hem realitzat més detalladament amb una avaluació qualitativa amb entrevistes amb membres directius de clubs territorials, per tal de saber si estan interessats amb el nostre producte, perquè ells són els nostres clients potencials.

2.2.1.1. *Entrevista Clubs*

Vam realitzar [quatre entrevistes](#) (veure Annex 8) a diferents clubs del territori de les Terres de l'Ebre amb l'objectiu de validar la proposta de valor de l'aplicació BaseScore i identificar possibles millores en el servei. Les entrevistes es van dur a terme amb membres directius de clubs de futbol base: C.D. Roquetenc, C.D. La Cava, C.F. Amposta i C.F. Tortosa Ebre.

Aquestes entrevistes qualitatives es van centrar a conèixer les seves dinàmiques actuals de seguiment dels partits, la percepció de la informació disponible i el seu interès en l'adopció d'una aplicació per al seu club com BaseScore.

Objectius de les entrevistes:

- Conèixer les dinàmiques actuals de seguiment dels partits.
- Valorar la utilitat de BaseScore com a eina tecnològica.
- Identificar punts de millora i possibles barreres d'adopció.

Resultats destacats:

1- Seguiment i accés a la informació:

- Tots els clubs fan un seguiment actiu dels seus equips, especialment durant els caps de setmana.

- Quan no poden assistir als partits, utilitzen la web de la FCF per consultar resultats, però lamenten que la informació no estigui disponible en temps real i que l'actualització sigui lenta.
- Els directius coincideixen en la necessitat d'una eina més immediata, visual i intuïtiva per seguir els partits remotament.

2- Valoració de BaseScore:

- Tots els entrevistats valoren molt positivament la proposta. Consideren que l'aplicació cobreix una necessitat latent i no resolta.
- Es destaca la capacitat de l'eina per modernitzar la comunicació interna dels clubs i millorar la seva imatge davant les famílies i la comunitat.
- També es valora com una eina útil per a la captació de nous membres i la fidelització dels existents.

3- Percepció del preu:

- En general, consideren el preu just i raonable, especialment tenint en compte el valor afegit que aporta.
- No obstant això, un dels clubs amb menys equips adverteix que el cost podria ser una barrera i proposa ajustar la tarifa en funció del nombre d'equips.

4- Suggestiments de millora:

- Transmissió en directe dels partits.
- Inclusió de competicions femenines per fomentar la igualtat i visibilitat.
- Desenvolupar estratègies de finançament alternatiu (patrocinis, publicitat interna, etc.) per als clubs amb menys recursos.

Conclusions generals:

Les entrevistes realitzades confirmen l'existència d'una necessitat real i no coberta dins del futbol base territorial: la manca d'informació en temps real i l'escassa digitalització dels processos comunicatius dels clubs. BaseScore es percep com una solució innovadora, adaptada a la realitat d'aquests clubs, amb una aplicació intuïtiva, flexible i d'alt valor afegit.

A més, s'identifica una alta predisposició a l'adopció de l'aplicació per part dels clubs, sempre que s'adapti a la seva capacitat econòmica i operativa. També es posa de manifest la importància de mantenir una evolució constant de l'eina, afegint funcionalitats suggerides per millorar-ne l'impacte i el grau d'ús.

Aquesta fase qualitativa de la recerca representa un punt clau dins del treball, ja que valida el model de negoci des d'un punt de vista pràctic, recollint l'opinió directa dels possibles clients. També aporta informació essencial per definir les prioritats de desenvolupament del producte i l'estratègia de comercialització, assegurant que BaseScore neix amb una connexió directa amb les necessitats del seu mercat objectiu.

2.2.1.2. *Enquesta Entrenadors*

L'objectiu principal [d'aquesta enquesta](#) (veure Annex 9) ha estat conèixer la predisposició dels diferents entrenadors per a la utilització de l'APP durant el transcurs dels partits de futbol, per tal de realitzar una enquesta que els resultats d'aquesta siguin realment vàlids, hem calculat la mostra amb una calculadora mostral la qual hem introduït la població aproximada d'uns 650 entrenadors, amb un nivell de confiança del 95% i un marge d'error del 7%. Hem obtingut el resultat de 152 enquestes.

Un cop realitzades les enquestes hem pogut arribar al nostre objectiu dels 152 entrenadors enquestats, amb més exactitud 159 enquestes contestades. Els resultats obtinguts d'aquestes enquestes ens mostren una majoria de suport, pel fet que un total de 141 entrenadors han respost de manera favorable, indicant que estan disposats a dur a terme l'aplicació durant el transcurs del partit. Això ens indica que els professionals del sector cada cop més busquen l'ús de les innovacions tecnològiques.

D'altra banda, 18 entrenadors han tingut una resposta desfavorable, indicant que no veuen viable l'ús d'aquesta. Tot i que el percentatge és molt petit, la resposta negativa és important analitzar-la. Els diferents motius pels quals han respost desfavorablement han estat els següents: Dificultat per mantenir la concentració, falta de temps i ús excessiu de dispositius electrònics. Aquests són els motius que s'haurien de millorar per així doncs tenir una millor acceptació per part d'aquests.

Per això gràcies a aquests resultats hem pogut millorar el nostre producte de manera que sigui útil i eficient on faciliti el seu ús durant el transcurs del partit. Com es pot observar la dificultat per mantenir la concentració és la raó més repetida a les respostes desfavorables és per això que el disseny de l'APP hauria de ser intuïtiva i d'un ús ràpid per tal de no perdre la concentració als terrenys de joc.

Els resultats de l'enquesta ens han ajudat a tenir una visió més clara de la nostra proposta.

Com a membre de l'equip tècnic, series partidari/ària d'utilitzar una aplicació dissenyada específicament per introduir les dades del partit de...ualitzats en temps real i amb la màxima precisió.

159 respuestas

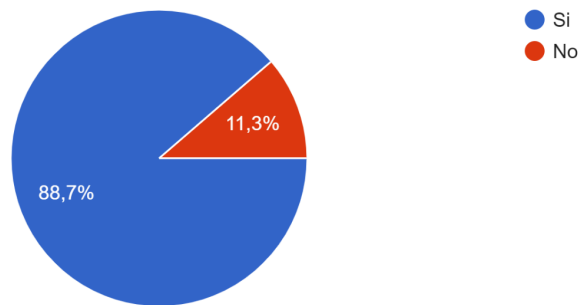


Figura A1. Disposició a utilitzar una aplicació per introduir dades tècniques. Font: Elaboració pròpia a partir de Google Forms (n = 159).

Quina és la raó principal per la qual has respost "NO" a la pregunta anterior?

18 respuestas

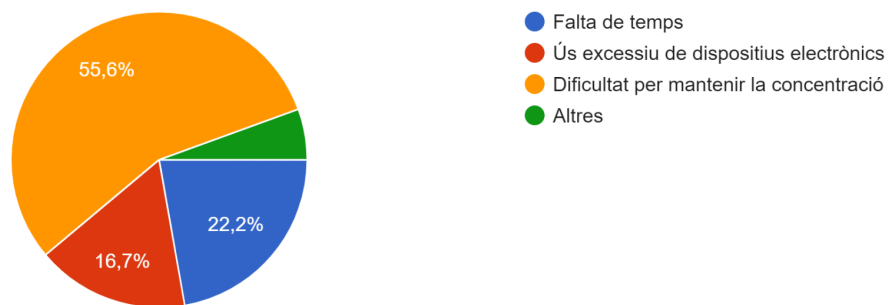


Figura A2. Principals motius de rebuig a l'ús de l'aplicació. Font: Elaboració pròpia a partir de Google Forms (n = 18).

2.2.1.3. Enquesta Usuaris Finals

Hem realitzat aquestes [enquestes quantitatives](#), (veure Annex 10) amb l'objectiu d'obtenir una visió clara de les necessitats i preferències dels usuaris finals cara l'aplicació BaseScore. Es va dur a terme a 192 usuaris vinculats al futbol base del nostre territori. Aquestes dades ens han permès validar el grau d'interès i les funcionalitats més valorades pels familiars i seguidors.

Els punts que vam investigar en aquesta enquesta van ser els següents:

- Perfil dels enquestats: ha estat del 46,9% mares i el 44,8% pares dels jugadors, mentre que hi ha un petit percentatge que correspon a tutors legals, familiars i aficionats.
- Assistència als partits: el 39,6% va indicar que sempre pot assistir als partits, mentre que el 33,3% ho fan sovint. Tot i aquestes dades, hi ha un 25,5% que assisteix poques vegades, i finalment tenim un 1,6% que no pot assistir mai a cap d'ells. Aquestes dades deixen en evidència que hi ha una necessitat real de disposar d'una eina que faciliti el seguiment de forma remota.
- Interès per l'aplicació: els resultats han estat amb una majoria molt significativa degut a que el 77,6% han respost que els interessa molt una aplicació amb aquestes característiques. El 19,3% ho consideren bastant interessant i només un 3% hi mostra poc o gens d'interès.
- Funcionalitats més valorades pels usuaris:
 - 1- Resultat en temps real (94,3%)
 - 2- Gols amb nom del jugador i minut (89,1%)
 - 3- Inici i fi del partit (84,4%)
 - 4- Calendari de partits i resultats (76%)
 - 5- Alineacions (71,9%)
 - 6- Targetes i canvis de jugadors (69,3% cadascuna)
 - 7- Jugades destacades (64,1%)

- Incorporació de la classificació en directe: un 57,8% considera molt necessari poder consultar la classificació en temps real, hi ha un 36,5% que ens diu que és necessari, però no imprescindible i el 5,8% restant ens comenta que és poc i gens necessari tenir aquest apartat dintre de l'aplicació.
- Freqüència i ús de l'aplicació: el 96,9% dels enquestats estaria disposat a fer servir aquesta app cada cap de setmana. Pel que fa a la freqüència de notificacions durant el partit, un 69,3% prefereix rebre les notificacions en els moments clau del partit, mentre que un 30,7% prefereix revisar l'app quan ho consideri.
- Disposició a pagar: Tot i tenir que el 29,7% afirma que no estaria disposat a pagar per obtenir l'app, la majoria d'ells estan oberts a fer-ho, ja que tenim un 16,7% que pagaria fins a 1,99 €/mes, un 28,1% entre 2 i 2,99 €/mes i un 19,3% entre 3 i 3,99 €/mes. Només el 6,3% estaria a disposat a pagar més de 4 €/mes.

La conclusió que podem extreure, és que les 192 enquestes realitzades a usuaris vinculats al futbol base, majoritàriament mares i pares de jugadors, ens han permès extreure conclusions molt valuoses per entendre millor l'interès real que pot despertar BaseScore. Una de les dades més destacades és la necessitat d'una eina que permeti seguir els partits en temps real, sobretot tenint en compte que una part important de les famílies no sempre pot assistir-hi presencialment. Aquesta mancança genera una oportunitat clara per oferir un servei que connecti emocionalment i pràcticament les famílies amb el que passa al camp.

Els resultats (veure Annex 11) mostren un interès molt alt per part dels enquestats: més del 96% considera que una aplicació com BaseScore és molt o bastant interessant. Les funcionalitats que més valoren són precisament aquelles que ja hem previst a la proposta inicial, com ara el resultat en directe, els gols amb el minut i el nom del jugador, i les alineacions. Això ens confirma que anem pel bon camí i que les prioritats dels usuaris coincideixen amb el que BaseScore ofereix.

També cal destacar que gairebé tothom (un 96,9%) diu que faria servir l'app cada cap de setmana. Aquesta xifra reforça la idea que BaseScore pot tenir una utilitat recurrent i, per tant, un bon nivell de fidelització si aconseguim mantenir una bona experiència d'ús.

Pel que fa al preu, tot i que prop d'un 30% preferiria una versió gratuïta, més del 70% estaria disposat a pagar per l'aplicació, especialment si el cost es manté entre els 2 i els 4 euros mensuals. Això obre la porta a explorar diferents models de monetització, com plans familiars o fins i tot subscripcions amb descomptes.

En definitiva, les enquestes no només mostren una oportunitat clara de mercat, sinó també un suport social molt sòlid. BaseScore no es veu només com una eina útil, sinó com un recurs que pot reforçar els vincles entre jugadors i famílies i millorar l'experiència del futbol base en el seu conjunt.

Aquest treball d'enquesta reforça encara més les entrevistes realitzades als clubs i ens dona una visió global, completa i fonamentada de la demanda real que hi ha al territori. Ens permet, també, seguir desenvolupant l'aplicació amb confiança i amb el focus ben posat en les necessitats reals dels futurs usuaris.

3. DIAGNÒSTIC DEL MERCAT

3.1. DAFO

En aquest apartat ens hem centrat a realitzar un diagnòstic intern i extern per tal de saber la situació de la nostra empresa. Com bé el seu nom indica amb l'anàlisi DAFO podem obtenir informació sobre les debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats.

Pel que fa a l'anàlisi interna està compres amb les fortaleces i les debilitats i pel que fa a l'externa a les oportunitats i les amenaces.

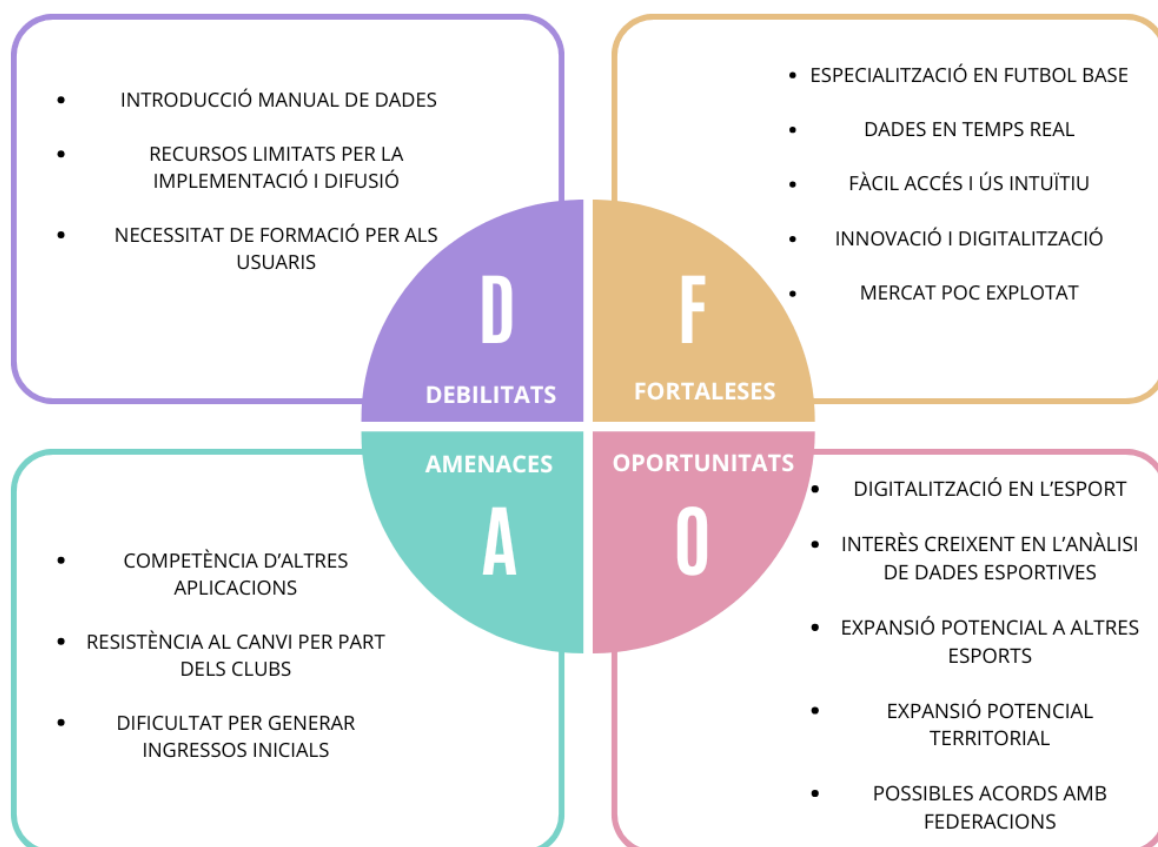


Figura A3. Matriu DAFO de l'aplicació BaseScore. Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi estratègica del projecte.

Debilitats:

- Introducció manual de dades: Els entrenadors són els que han d'actualitzar la informació en temps real, aquest fet pot ser una barrera per l'adopció de l'aplicació.

- Recursos limitats per la implementació i difusió: És necessària una inversió en màrqueting i desenvolupament tecnològic de l'aplicació, ja que, ens trobem en la fase inicial del projecte.
- Necessitat de formació per als usuaris: Depenent de l'agilitat tecnològica dels entrenadors, es requerirà una formació prèvia, per tal que puguin desenvolupar-se de manera àgil duran el transcurs del joc per poder actualitzar les dades ràpidament.

Amenaces:

- Competència d'altres aplicacions: Tot i que no tenim una competència directa, ja que no hi ha una aplicació que estigui enfocada al nostre nínxol de mercat, hi ha plataformes com Matchapp o SoccerDesk que poden copiar el model de negoci i competir directament amb nosaltres amb facilitat.
- Resistència al canvi per part dels clubs: Encara que la tecnologia està introduïda al nostre dia a dia alguns clubs poden ser més reticents a l'hora d'introduir noves tecnologies per comoditat amb els sistemes tradicionals.
- Dificultat per generar ingressos inicials: Dependrà de l'adopció de l'aplicació per part dels clubs.

Fortaleses:

- Especialització en futbol base: L'aplicació està orientada i enfocada en un segment de mercat específic, aquest és els clubs de futbol més concretament els equips de futbol base, això ens permet adaptar millor a les necessitats d'aquests.
- Dades en temps real: Millora l'experiència de seguidors, entrenadors i famílies, aportant informació instantània del transcurs del partit de futbol.
- Fàcil accés i ús intuïtiu: L'aplicació està dissenyada amb un software senzill i intuïtiu tant per als entrenadors com per als usuaris, sense grans coneixements tecnològics previs.

- Innovació i digitalització: Ajuda la gestió esportiva amb una eina moderna i tecnològica que millora la comunicació amb les famílies i el seguiment dels partits.
- Mercat poc explotat: Després d'una recerca hem pogut observar que no comptem amb una competència directa que ofereixi les mateixes funcionalitats per al futbol base a escala territorial.

Oportunitats:

- Digitalització en l'esport: Els clubs de futbol cada cop busquen eines tecnològiques per tal de millorar la gestió i la comunicació interna del club.
- Interès creixent en l'anàlisi de dades esportives: Als clubs cada vegada es valora més l'obtenció d'estadístiques per tal de millorar els rendiments dels equips i els jugadors.
- Expansió potencial a altres esports: El model de l'aplicació es podria adaptar a altres disciplines esportives, sobretot esports amb equip.
- Expansió potencial territorial: Segons l'anàlisi demogràfica hem observat que és factible una futura expansió, ja que hi ha molts infants que practiquen aquest esport.
- Possibles acords amb federacions: La col·laboració amb organitzacions esportives com són les federacions pot facilitar la implantació i el creixement de BaseScore.

4. ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING

4.1. Concepte i Valors de l'APP

BaseScore es pot classificar com un servei digital que respon a una necessitat específica del mercat esportiu amateur. El seu disseny ha de tenir en compte aspectes com la diferenciació, la usabilitat i el brànding per garantir una experiència d'usuari òptima i fidelitzar els usuaris. A més, la seva implementació s'ha de recolzar en estratègies de comunicació integrada de màrqueting, assegurant que els missatges arriben de manera efectiva als públics objectius. Per això ens centrarem a desenvolupar BaseScore com una aplicació innovadora que se centri a proporcionar informació detallada en temps real sobre els partits de futbol base, principalment al territori de les Terres de l'Ebre, aquesta serà dirigida a clubs de futbol, entrenadors, familiars i seguidors. Oferint un servei de millora digital als clubs on reforcen la comunicació amb els seus clients, el seguiment de les competicions dels seus equips i la seva gestió esportiva.

Aquesta aplicació neix amb la finalitat de satisfer una necessitat específica del futbol base, detectada anteriorment per la nostra vinculació amb aquest esport. La necessitat coberta és l'accés immediat i precís a la informació dels partits, a través d'una plataforma accessible per a totes les edats. BaseScore permet als clubs i entrenadors a registrar dades de cada partit, facilitant així una experiència més connectada i professionalitzada.

Les principals funcions d'aquesta son:

- Dades en temps real: Millora l'experiència dels seguidors, entrenadors i familiars, aportant informació instantània sobre el transcurs del partit.
- Fàcil accés i ús intuïtiu: Aquesta estarà desenvolupada amb un programari senzill i accessible per a usuaris sense coneixements avançats de tecnologia.
- Innovació i digitalització: Ajuda a la gestió esportiva amb una eina tecnològica i moderna que millora la comunicació entre clubs i famílies vinculades.

L'APP BaseScore té els següents valors diferencials:

BaseScore es posiciona com una eina essencial dins del futbol base per la seva capacitat de resposta a una necessitat no coberta en el mercat, els seus valors diferencials són:

- Especialització en el futbol base territorial: A diferència d'altres aplicacions que estan focalitzades en categories professionals o múltiples esports, BaseScore se centra exclusivament en el futbol base de les Terres de l'Ebre.
- Comunicació efectiva: Està dissenyada principalment per aportar als clubs una comunicació efectiva entre tots els usuaris que estan vinculats a ells, des dels entrenadors, directius del club fins a les famílies o els aficionats.
- Experiència personalitzada: La interfície de l'aplicació permetrà una experiència d'usuari intuïtiva i personalitzada a les necessitats específiques dels clubs.

4.2. Recerca i Definició del Públic Objectiu

La segmentació de mercat és una eina fonamental en màrqueting que permet identificar grups diferenciats de consumidors amb necessitats i desitjos similars, facilitant així el desenvolupament d'estratègies específiques per a cada segment (Kotler i Keller, 2016). La segmentació és essencial per adaptar els productes i serveis a les necessitats del públic objectiu i per establir un posicionament clar al mercat.

Per poder definir correctament la segmentació del públic objectiu de BaseScore, hem realitzat una recerca que combina metodologies quantitatives i qualitatives. Això ens ha permès obtenir una visió integral de les necessitats, preferències i expectatives dels nostres usuaris potencials. A través d'enquestes als entrenadors i entrevistes detallades amb clubs de futbol base del territori, hem aconseguit informació valuosa que ens ha ajudat a identificar clarament els segments principals als quals ens dirigim. Aquests són: els clubs de futbol base, els entrenadors, les famílies i els seguidors o aficionats.

A continuació es mostra el públic objectiu de BaseScore:

1- Clubs de Futbol Base:

- Són els principals clients potencials, ja que contractaran l'aplicació per gestionar millor la informació sobre els seus partits i equips. Aquest segment respon a una segmentació B2B (Business to Business), pel fet que les decisions d'adquisició de l'aplicació solen ser preses per la direcció del club, els quals poden treure un marge de benefici amb els consumidors finals.
- Interès específic: Augmentar l'eficiència en la gestió dels partits i oferir valor afegit als familiars i seguidors dels jugadors.

2- Entrenadors:

- Són els usuaris directes principals de l'aplicació, són essencials en l'adopció de l'aplicació. La seva segmentació es basa en criteris conductuals (ús de tecnologia en la gestió d'equips) i criteris psicogràfics (interès per l'anàlisi i optimització de dades esportives).
- Interès específic: Obtenir una eina que els permet registrar fàcilment esdeveniments en temps real (alineacions, gols, lesions, substitucions...), minimitzant la interrupció del seu treball durant els partits.

3- Familiars:

- Usuaris indirectes però crucials, ja que representen una gran part dels consumidors finals que segueixen els partits a través de BaseScore, es busca captar-los mitjançant beneficis emocionals i pràctics, com el seguiment en temps real dels partits dels seus fills.
- Interès específic: Disposar d'una font fiable i immediata d'informació per mantenir-se informats sobre els esdeveniments del partit en temps real, proporcionant-los tranquil·litat i seguretat, especialment quan no poden assistir personalment.

4- Seguidors:

- Altres beneficiaris indirectes que busquen estar connectats als resultats esportius locals, seguint el futbol base de la seva regió.
- Interès específic: D'accés senzill i ràpid a informació precisa dels equips locals, reforçant el vincle emocional amb la comunitat esportiva local.

4.3. Proposta de Valor o Posicionament Estratègic Dins del Mercat

La proposta de valor de l'aplicació BaseScore se centra principalment a satisfer una necessitat específica detectada al mercat del futbol base territorial. Aquesta necessitat consisteix en l'accés immediat i precís a la informació relacionada amb els partits per part de familiars, entrenadors, clubs i seguidors.

BaseScore es posiciona estratègicament diferenciant-se clarament dels seus competidors en els següents punts clau:

- Especialització en el Futbol Base Territorial: A diferència de moltes aplicacions ja existents que se centren en categories professionals o múltiples esports, BaseScore es posiciona com una eina específicament adaptada al futbol base local. Això satisfà les necessitats d'aquest segment.
- Proximitat i Connexió Local: Destaca perquè crea un vincle emocional amb els clubs, famílies, entrenadors i seguidors. Aquesta fomenta un sentiment de pertinença i comunitat al voltant de l'esport territorial.
- Usabilitat i Accessibilitat: BaseScore és una eina fàcil d'utilitzar i accessible a qualsevol mena d'usuari. Això facilita que tots els usuaris ho adoptin més ràpidament.
- Capacitat d'expansió: Tot i començar centrat en el futbol base de les Terres de l'Ebre, BaseScore té una estructura flexible que facilita una futura expansió geogràfica i cap a altres esports similars. Aquesta adaptabilitat assegura la sostenibilitat i el creixent del projecte a llarg termini.
- Personalització i Experiència d'Usuari: BaseScore ofereix una experiència altament personalitzada segons les preferències i necessitats específiques dels usuaris (famílies, entrenadors i clubs). Això inclou alertes personalitzades, seguiment individualitzat de jugadors o equips preferits, així com estadístiques adaptades.

Gràcies a aquesta proposta de valor clara i un posicionament estratègic ben definit, BaseScore té potencial per convertir-se en una eina imprescindible per al seguiment i la gestió del futbol base, aportant valor diferencial que ara mateix no cobreixen completament altres aplicacions, i generant així un impacte positiu en la comunitat esportiva local.

4.4. Objectius del Màrqueting

Els objectius del màrqueting definits per l'aplicació BaseScore tenen la finalitat de posicionar l'aplicació dins del mercat i consolidar la presència dins del territori de les Terres de l'Ebre amb una perspectiva d'expansió.

Per aconseguir-ho plantegem els diferents objectius:

1- Millorar la Visibilitat i Coneixement de l'Aplicació:

- Aconseguir que un 70% dels clubs de futbol Base de les Terres de l'Ebre coneguin l'aplicació durant el primer any.
- Tenir una presència constant a les xarxes socials, augmentant el nombre de seguidors un 15% durant els sis primers mesos.

2- Captar i Fidelitzar Clubs de Futbol:

- Obtenir com a mínim un 40% dels clubs del territori en el primer any.
- Aconseguir una taxa de renovació de subscripcions superior al 80% a partir del segon any.

3- Fomentar la Fidelització i Participació dels Usuaris:

- Crear un programa de fidelització amb descomptes per als clients freqüents.
- Com a mínim un 50% dels usuaris (Familiars, Seguidors...) utilitzin activament les funcions de seguiment en directe dels partits.

4- Expansió de l'App a Altres Regions i Esports:

- Fer una prova pilot en almenys una comarca propera durant el segon any d'activitat.
- Dur a terme estudis de viabilitat per a l'expansió a altres esports similars (Bàsquet, Handbol...) dins del segon o tercer any d'activitat.

5- Millorar Contínuament la Qualitat del Servei i l'Experiència de l'Usuari:

- Recollir periòdicament els suggeriments dels usuaris per aplicar millores constants.
- Realitzar actualitzacions regulars basades en les necessitats detectades per garantir una alta satisfacció dels usuaris.

Aquests objectius s'emmarquen dins l'estratègia global del projecte BaseScore, enfocada a aportar valor tant als clubs com als usuaris finals, garantint alhora la sostenibilitat econòmica del projecte i un impacte positiu al territori.

5. MÀRQUETING MIX

Després d'establir el posicionament estratègic de l'aplicació com una eina innovadora i especialitzada en el seguiment en temps real del futbol base territorial, aquest apartat recull les accions concretes tàctiques, que permetran implementar la proposta de valor al mercat. Així doncs, aquest apartat actua com el pont entre la visió a llarg termini i les iniciatives operatives a curt termini, estructurant les decisions entorn dels quatre pilars del màrqueting mix: producte, preu, distribució i promoció. Cada element ha estat pensat per executar amb coherència els objectius generals i específics, assegurant que les accions emprades responguin a la direcció estratègica marcada per BaseScore.

5.1. Producte

BaseScore és una aplicació mòbil innovadora pensada per millorar la comunicació dins del món del futbol base. L'app neix per cobrir una necessitat real i creixent: mantenir informades totes aquelles famílies que no poden assistir personalment als partits dels seus fills o filles.

El funcionament de l'aplicació és molt senzill i pràctic. És l'staff tècnic de cada equip (entrenadors, delegats, etc.) qui introdueix les dades del partit en temps real, de manera àgil i ràpida. Així, la informació està disponible immediatament a l'aplicació perquè familiars i seguidors puguin seguir el partit des de qualsevol lloc.

Amb BaseScore pots seguir tot el que passa al partit, incloent-hi:

- Nom de l'equip rival.
- Dia, hora i lloc del partit.
- Classificació actualitzada de la lliga.
- Alineacions dels equips (titulars i suplents).
- Gols i assistències (amb identificació dels jugadors).
- Targetes grogues i vermelles.
- Lesions durant el partit.
- Substitucions realitzades.

L'aplicació permet viure els partits de manera propera, encara que sigui de forma remota. D'aquesta manera es redueix la distància física i emocional, fent sentir presents les persones que no poden anar al camp. Això reforça els vincles familiars i facilita el seguiment de l'activitat esportiva dels joves jugadors.

Una de les característiques principals de BaseScore és que cada club té un usuari personalitzat, adaptat a la seva identitat. Això facilita una millor organització, manté la privacitat i permet accedir ràpidament a la informació més rellevant.

Per a les famílies, l'experiència d'ús és fluida. Només cal seleccionar l'equip del nen o nena per rebre notificacions en directe de tot el que passa durant el partit. A més, es poden consultar dades de partits anteriors, seguir l'evolució a la lliga i revisar estadístiques individuals i col·lectives.

En resum, BaseScore és una eina útil que aporta valor real als clubs de futbol base. Millora notablement la comunicació amb les famílies i ajuda els clubs a oferir una imatge més professional i organitzada. Aquest és un exemple clar de com la tecnologia pot transformar positivament el futbol formatiu, potenciant tant el rendiment esportiu com el vincle emocional i social.

A continuació presentem el prototip del producte que poden visualitzar familiars, seguidors, membres del club i altres usuaris:

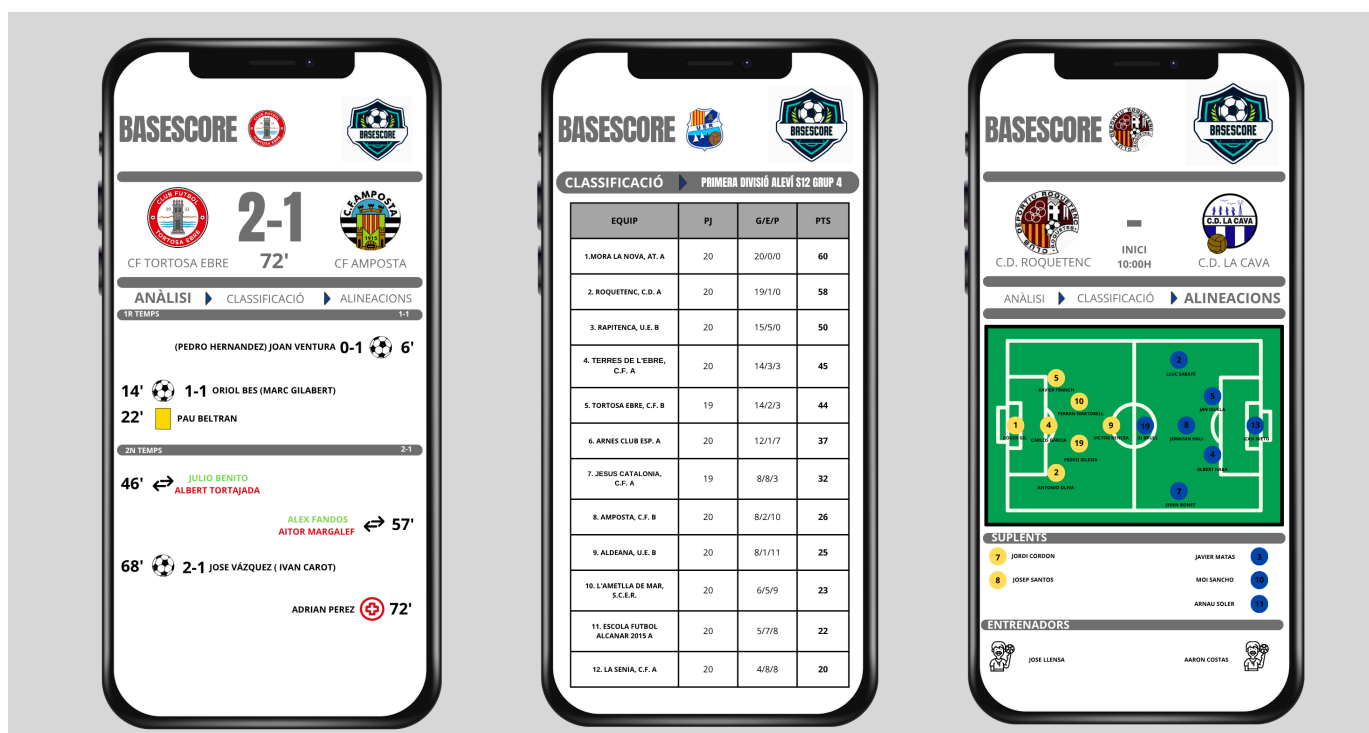


Figura A4. Interfície del prototip de BaseScore amb funcionalitats de seguiment de partits, classificació i tàctiques. Font: Elaboració pròpia.

Seguidament, presentem el prototip del producte que disposa cada staff tècnic per poder introduir de manera ràpida i àgil les diferents accions ocorregudes en el partit de futbol:



Figura A5. Vista del prototip de BaseScore per al personal tècnic. Permet registrar accions en temps real durant el partit. Font: Elaboració pròpia.

5.2. Preu

Per establir el preu adequat de l'aplicació BaseScore, hem analitzat amb detall els factors essencials com són els costos, l'estratègia de posicionament al mercat i l'accessibilitat econòmica del nostre públic objectiu.

El model de negoci principal es basa en una subscripció anual dirigida als clubs de futbol base. Aquest model ofereix estabilitat financera al projecte i permet als clubs realitzar i planificar clarament les seves despeses.

Nombre d'equips	Quota mensual per club	Preu mensual per equip	Quota anual per club	estalvi anual per equip (%)
1-5	200€	40€	2400€	-
6-10	350€	35€	4200€	12,5%
11-15	487,5€	32,5€	5850€	18,75%
16-20	600€	30€	7200€	25%
21-25	687,5€	27,5€	8250€	31,25%
26-30	750€	25€	9000€	37,5%

Amb l'Objectiu de garantir una taxa elevada d'adopció inicial, plantegem uns incentius atractius per als primers clubs que contractin l'aplicació:

- Descompte inicial del 20% per als deu primers clubs que contractin el nostre servei.
- Programa de referència: Descompte addicional del 5% per a cada club que contracta el servei a través d'una recomanació.

També hem afegit incentius i accions promocionals per incrementar les subscripcions i fidelitzar els usuaris.

- Programa de fidelització: Descompte del 10% en la renovació anual per als clubs amb més d'un any d'ús continuat de BaseScore.

- Sorteigs periòdics a les xarxes socials, on els clubs poden guanyar material esportiu patrocinat per BaseScore.
- Promocions especials en esdeveniments locals de futbol base, com poden ser els tornejos i així oferint demostracions del servei durant el torneig i descomptes exclusius per als clubs assistents que adquireixin l'aplicació durant l'esdeveniment.
- Col·laboracions estratègiques amb federacions locals com podria ser el Consell esportiu del Baix Ebre, així doncs oferint descomptes als equips vinculats.

5.3. Distribució

El model de distribució de BaseScore, se centra en canals directes i indirectes, aprofitant l'ús de les tecnologies i plataformes. Amb la finalitat de garantir l'accés senzill i efectiu al nostre producte per part dels clubs esportius, entrenadors, familiars i seguidors.

Canals Directes

- Play Store i App Store: Serà el canal principal per a la descàrrega de forma directa l'aplicació. Base Score estarà disponible tant a Google Play, per a tots aquells dispositius amb un sistema Android, com a App Store per a tots aquells amb sistema operatiu iOS. Així ens assegurem una àmplia distribució.
- Web Oficial: Aquesta pàgina web facilitarà informació detallada sobre les diferents funcionalitats de l'aplicació, preus i avantatges. A través d'aquesta també es podrà accedir a descarregar l'app en els dispositius, suport tècnic i contacte directe amb l'equip comercial per resoldre dubtes.

Canals Indirectes

- Federacions Esportives Territorials: Buscar la col·laboració de federacions territorials, especialment amb la Federació Catalana de Futbol (FCF) i el Consell Esportiu del Baix Ebre, que puguin recomanar activament BaseScore com una eina útil per gestionar i millorar la comunicació dins les competicions oficials.

Amb aquests canals volem que qualsevol persona pugui accedir fàcilment a BaseScore, tant si utilitza Android com iOS, com també a través de la nostra web. A més, col·laborant amb federacions com la FCF i el Consell Esportiu del Baix Ebre, busquem arribar encara més fàcilment a clubs, entrenadors i famílies perquè la gent confiï en l'aplicació i vegi com de pràctica i útil pot ser en el seu dia a dia esportiu.

5.4. Promoció

Per assegurar-nos que l'aplicació BaseScore arribi amb força al mercat i tingui èxit, farem diverses accions que ens ajudaran a aconseguir més usuaris i que ens coneguin millor.

1- Xarxes Socials: Les xarxes socials són essencials per connectar de manera directa amb potencials clients i aconseguir relacions més properes. A més, ens permeten aprofitar els seus algoritmes per arribar de manera més precisa a persones interessades en els nostres continguts, fent que la segmentació sigui molt més efectiva. L'Aplicació que utilitzarem principalment és l'Instagram, ja que és la xarxa més usada pels equips de futbol de les Terres de l'Ebre com hem pogut comprovar. En aquesta pujarem contingut de la nostra aplicació, destacant els valors principals que ens representen per tal d'atraure els clients, d'altra banda, farem un seguiment a tots els comptes del futbol ebrenc per tal que ens descobreixin.

2- Pàgina Web: La nostra web serà el punt de referència digital, aquesta sempre apareixerà de manera clara, ja sigui amb l'enllaç d'aquesta a les Xarxes Socials o amb el nom de la pàgina web visible en altres elements publicitaris com a font de contacte perquè puguin accedir a tota la informació proporcionada fàcilment. És aquí on oferirem tota la informació tècnica i comercial sobre l'aplicació de manera clara. També mostrarem els diferents plans disponibles perquè cadascun dels nostres clients pugui triar fàcilment el que millor encaixa amb les seves necessitats. I on es podrà contractar el servei de l'aplicació mitjançant el nostre servei d'atenció al client.

3- Distribució de Material Promocional: Crearem fulletons informatius i cartells per distribuir-los en clubs esportius i instal·lacions locals. També es farà un repartiment d'aquest per les escoles del territori escollit per tal que els usuaris indirectes estiguin assabentats dels serveis que oferim per crear un interès general. Aquest material promocional serà atractiu pensat per despertar interès a tots els usuaris que estiguin relacionats amb el futbol base.

4- Participació en Esdeveniments Esportius: Assistirem a diferents tornejos de futbol base del territori per apropar-nos directament als clubs esportius. En aquests esdeveniments oferirem sessions informatives per clubs, entrenadors, jugadors i familiars, i aprofitarem per establir contacte directe i personalitzat amb cada club. Com també proves gratuïtes del funcionament de l'APP durant

el transcurs d'aquest per als equips participants, perquè aquests puguin utilitzar l'aplicació i així puguin observar les facilitacions que proporciona l'aplicació.

5- Anuncis en Mitjans Tradicionals: Encara que cada vegada hi ha més persones que consumeixen contingut digital, la televisió i la ràdio continuen sent mitjans molt efectius per arribar a audiències que potser no fan servir tant les plataformes digitals. Per això, establim col·laboracions amb televisions locals (Canal TE i Canal 21) i emissores de ràdio (Ràdio Tortosa, Ràdio Ràpita...), perquè mencionin de forma regular la nostra aplicació en els seus programes esportius, aconseguint així captar l'atenció d'un públic més ampli.

Amb totes aquestes accions, volem que molta més gent conegui i utilitzi BaseScore. Ens interessa estar a prop dels clubs, entrenadors, jugadors, familiars i seguidors, fent que l'aplicació sigui útil i fàcil per a tothom. Així, esperem que a poc a poc es converteixi en una eina habitual en el món esportiu local.

6. AVALUACIÓ, CONTROL I POSSIBLES CORRECCIONS

6.1. Cronograma d'Accions

El cronograma d'accions del projecte BaseScore ha estat dissenyat per establir una estructura clara i un calendari específic que permeti coordinar i gestionar les diferents etapes del desenvolupament, llançament i expansió de l'aplicació. Aquest cronograma recull les activitats més rellevants, des de la creació inicial de l'aplicació fins a les estratègies d'expansió geogràfica i esportiva, passant per la fase de promoció i fidelització dels usuaris. Cada fase ha estat definida amb dates clau i accions concretes per garantir l'eficàcia en la implementació i aconseguir els objectius establerts. El projecte es divideix en diverses etapes que inclouen el desenvolupament de l'aplicació, la recerca de mercat, la creació de canals de comunicació com la pàgina web i les xarxes socials, així com proves pilots amb clubs de futbol locals. A mesura que avança el projecte, es preveu la captació i fidelització de clubs i usuaris, amb especial atenció a l'expansió territorial i l'adaptació a altres esports, com el bàsquet i l'handbol. Aquest cronograma proporciona una visió general i detallada de les accions que cal seguir per garantir l'èxit i la sostenibilitat del projecte BaseScore. Els objectius del cronograma són assegurar que totes les activitats es desenvolupin de manera ordenada i eficient, garantint així una implantació efectiva de l'aplicació en el mercat local i, a llarg termini, la seva expansió a nivell nacional.

A continuació el cronograma que es presenta s'organitza en els 12 primers mesos:

ACTIVITATS \ MESOS	2026												2027
	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	GEN-DES
Desenvolupament de l'APP	x	x											
Recerca de mercat final		x	x										
Creació de la pàgina web		x	x	x									
Prova pilot en clubs locals			x	x									
Promoció inicial a xarxes socials				x	x	x							
Llançament oficial de l'aplicació						x	x						
Fidelització de clubs i usuaris							x	x	x	x	x	x	
Avaluació i ajustos									x	x	x	x	
Expansió geogràfica i esportiva													x

Figura A6. Planificació d'accions del projecte BaseScore durant el primer any. Font:

Elaboració pròpia.

A continuació, s'expliquen detalladament les accions previstes per a cadascuna de les fases del cronograma:

1. Desenvolupament de l'APP

El primer pas del projecte és el disseny i desenvolupament de l'aplicació BaseScore. Aquest procés inclou la contractació d'un programador i l'establiment de les funcionalitats que l'aplicació ha de tenir per complir amb les necessitats dels usuaris. Durant els primers mesos del projecte, es realitzarà la creació de l'aplicació, garantint que sigui funcional i usable per als entrenadors, clubs i usuaris finals.

2. Recerca de Mercat

Un cop iniciat el desenvolupament de l'aplicació, es durà a terme una recerca de mercat mitjançant enquestes i entrevistes als principals implicats: entrenadors, clubs i usuaris finals. Aquesta fase té com a objectiu obtenir informació rellevant sobre les necessitats dels usuaris i la seva percepció de l'aplicació. Les dades obtingudes ajudaran a adaptar i millorar l'aplicació per garantir la seva acceptació en el mercat.

3. Creació de la Pàgina Web

Paral·lelament al desenvolupament de l'aplicació, es crearà una pàgina web oficial de BaseScore. Aquesta web servirà per proporcionar informació sobre les funcionalitats de l'aplicació, permetre la seva descàrrega i oferir suport als usuaris. La pàgina web serà una eina fonamental per a la comunicació i la captació de nous usuaris.

4. Prova Pilot amb Clubs Locals

Un cop tingui lloc el primer desenvolupament de l'aplicació, es realitzarà una prova pilot amb un grup selecte de clubs locals de futbol. Aquesta fase permetrà obtenir feedback directe dels usuaris sobre el funcionament de l'aplicació en situacions reals, així com identificar possibles millores. La prova pilot es farà entre els mesos 3 i 4 del projecte.

5. Promoció Inicial a Xarxes Socials

Quan l'aplicació estigui en fase de proves, començarà la promoció a xarxes socials com Instagram, per augmentar la visibilitat del projecte. Es farà ús de

publicitat pagada i contingut atractiu per generar interès i donar a conèixer l'aplicació al públic objectiu. Aquesta acció s'iniciarà entre els mesos 4 i 6.

6. Llançament Oficial de l'Aplicació

El llançament oficial de BaseScore es realitzarà a les plataformes de descàrrega més importants, com Google Play i App Store, a més de seguir amb la promoció als mitjans de comunicació locals. Aquesta fase serà crucial per obtenir els primers usuaris i començar a consolidar la presència de l'aplicació al mercat. El llançament oficial tindrà lloc cap al mes 6.

7. Fidelització de Clubs i Usuaris

Un cop l'aplicació estigui en funcionament, s'implementarà un programa de fidelització per a clubs i usuaris. Aquest programa inclourà descomptes per a aquells clubs que continuïn utilitzant l'aplicació, així com altres incentius per mantenir els usuaris actius. Aquesta fase s'estendrà durant els mesos 6 a 12 del projecte.

8. Avaluació i Ajustos

Durant els mesos 9 a 12, es farà una avaluació dels resultats obtinguts, analitzant el grau de satisfacció dels usuaris i l'adopció de l'aplicació per part dels clubs. Els ajustos necessaris es faran per millorar l'experiència de l'usuari i garantir que l'aplicació segueixi satisfent les necessitats dels seus usuaris.

9. Expansió Geogràfica i Esportiva

A partir de l'any 2, el projecte buscarà expandir-se geogràficament a altres comarques i territoris, a més de considerar l'adaptació de l'aplicació a altres esports com el bàsquet i l'handbol. Aquesta expansió té com a objectiu fer créixer el projecte i augmentar la base d'usuaris.

6.2. Pressupost Estimat

Per dur a terme el llançament de l'aplicació BaseScore, hem tingut en compte tant els costos de creació i desenvolupament, els de promoció i difusió i també els costos de la creació d'una societat limitada per tal de fer les gestions i activitats econòmiques de manera legal i adient. Per tots aquests costos hem tingut en compte els possibles imprevistos.

- Desenvolupament de l'aplicació

Ens hem posat en contacte amb el programador Daniar Serra, un jove de vint anys establert a Barcelona i amb experiència en el sector des de fa dos anys. Ell ens ha proporcionat el pressupost següent:

Concepte	Cost estimat	Detalls
Desenvolupament de l'aplicació	7.000€	Aplicació senzilla, orientada territorialment i amb poc volum d'usuaris
Servei de servidor i manteniment	2.000€	Allotjament i supervisió del funcionament
Costos imprevistos	1.000€	Possibles retards, incidències o modificacions tècniques
Subtotal desenvolupament	10.000€	Pressupost anual

- Promoció i difusió

1- Xarxes socials

Gestionarem de forma interna la comunicació per xarxes durant el primer any, principalment Instagram, per arribar als clubs de futbol base de les Terres de l'Ebre. Només considerem costos puntuals de promoció de publicacions.

Concepte	Cost estimat	Detalls
Promocions a Instagram	1000€	Gestió pròpia, amb campanyes puntuals promocionades

2- Pàgina web

Durant el primer any, la pàgina web serà de creació pròpia mitjançant una eina en línia gratuïta, no obstant perquè aparegui al buscador de Google s'ha de pagar una quota mensual d'11€. Per altra caldrà implementar un sistema de pagament segur, aquest hem escollit Redsys, ja que treballa amb diferents entitats bancàries espanyoles, no requereix instal·lacions de softwares molt complexes, té un alt reconeixement en el sector.

Concepte	Cost estimat	Detalls
Creació de la web	132€	Mitjançant la plataforma WIX
Integració de la passarel·la de pagament	1400€	Empresa externa per garantir seguretat i funcionalitat (alta de TPV virtual, desenvolupament i integració)

3- Publicitat en mitjans tradicionals

Farem ús d'un espai publicitari en el programa Minut 91, un espai esportiu especialitzat en futbol ebrenc, emès per Canal TE els dilluns i dimarts a les 22:00 h. Per tal de realitzar aquest patrocini ens hem posat en contacte amb el canal ebrenc el qual ens ha facilitat els diferents [pressupostos](#) (veure Annex 13) dels anuncis publicitaris al programa esmentat, nosaltres escollim l'opció més econòmica, aquesta en suposarà un cost de 2057€.

Concepte	Cost estimat	Detalls
Anuncis a Canal TE (Minut 91)	2057 €	205,7€ mensual X 10 mesos d'emissió

- Constitució Societat Limitada

Per tal de realitzar les funcions empresarials que comporta el llançament de l'APP i per tal d'estar dintre del marc legal, és necessari la creació d'una entitat empresarial, nosaltres ens decanem per una Societat Limitada, ja que aquesta és una opció que ofereix baix cost de constitució, a més és una opció protegida, ja que els socis no es veuen involucrats directament en els deutes de l'empresa.

Concepte	Cost estimat	Detalls
Capital social mínim (aportació inicial)	3000€	Obligatori per llei. Es pot utilitzar per a despeses de l'activitat
Notaria i escriptura pública	150€	Costos de formalització davant notari
Inscripció al Registre Mercantil	50€	Registre oficial de la nova societat
Tràmits gestoria / assessorament	300€	Contractació suport professional
Subtotal constitució S.L.	3500€	Inclou capital social mínim + gestió legal i administrativa

- Pressupost general:

Una vegada tenim les diferents àrees calculades podem establir un pressupost estimat general dels costos totals que ens suposarà el primer any per tal de llançar l'aplicació i dur a terme tot el procés empresarial.

Àrea	Concepte	Cost estimat
1- Desenvolupament de l'APP	Contractació programador (Danier Serra)	7.000€
	Servei de servidor i manteniment anual	2.000€
	Costos imprevistos i sobre costos potencials	1.000€
Total desenvolupament	-	10.000€
2- Promoció i comunicació	Xarxes socials (promocions internes i gestió pròpia)	1.000€
	Creació pàgina web (mitjans propis amb l'eina WIX)	132€
	Passarel·la de pagament (Alta de TPV virtual, desenvolupament i integració)	1.400€
	Anuncis a Canal TE (Minut 91)	2.057€
Total promoció i comunicació	-	4.589€
3- Constitució Societat Limitada	Capital social mínim (aportació inicial)	3000€
	Notaria i escriptura pública	150€
	Inscripció al Registre Mercantil	50€
	Tràmits gestoria	300€
Total constitució S.L	-	3500€
TOTAL PRESSUPOST	-	18.089€

S'ha de tenir en compte que els 3000€ per la creació de la societat limitada no són una despesa perduda, sinó que forma part dels fons disponibles de l'empresa.

6.3. Seguiment de Resultats i Accions Correctives

A continuació, detallem els elements clau per garantir una correcta avaluació i control del pla de màrqueting de BaseScore. Amb aquest sistema podrem fer un seguiment del funcionament de les estratègies aplicades, detectar ràpidament qualsevol desviació respecte als objectius inicials i fer els ajustos necessaris per assegurar que s'assoleixen els resultats esperats.

- Taxa d'adopció de l'aplicació:

Mesura el percentatge de clubs esportius locals que contracten l'aplicació respecte al total dels clubs existents a les Terres de l'Ebre.

- Objectiu anual: assolir un 40% d'adopció en el primer any.

- Taxa de fidelització:

Avalua el percentatge de clubs que renoven la seva subscripció anual a l'aplicació després del primer any d'ús.

- Objectiu anual: arribar com a mínim a una taxa de renovació del 80%.

- Interacció a les xarxes socials:

Avalua la capacitat de generar interacció i connexió amb la comunitat a través del seguiment mensual en plataformes com Instagram i Facebook.

- Objectiu trimestral: aconseguir un increment mínim del 15% en el nombre de seguidors a Instagram.

- Satisfacció del client:

Mesura periòdicament mitjançant enquestes el grau de satisfacció global dels clubs, entrenadors i usuaris finals respecte a l'aplicació i el servei ofert.

- Objectiu anual: obtenir una valoració mitjana mínima de 4 sobre 5.

- Pressupost i Costos: Revisió trimestral del pressupost per detectar desviacions financeres i prendre mesures correctores immediates.

Seguidament, mostrem el procés de control establert per així doncs assegurar-nos que l'estratègia es manté alineada:

- Anàlisi mensual: Cada mes revisarem amb detall els indicadors per detectar ràpidament qualsevol desviació o tendència negativa i actuar-hi a temps.
- Informe trimestral: Cada trimestre elaborarem un informe complet amb un seguiment detallat dels resultats per veure si cal fer correccions o ajustar l'estratègia.

A continuació esmentem algunes de les possibles mesures correctores que es poden dur a terme en el moment que nosaltres detectéssim alguna desviació del nostre pla:

- Augment de promocions: Si al principi veiem que l'aplicació no acaba de tenir l'acceptació que esperàvem, reforçarem les promocions i pensarem en noves ofertes o incentius perquè més gent s'animi a provar-la.
- Sessions formatives: Si detectem que alguns entrenadors tenen dificultats a l'hora d'utilitzar-la, organitzarem formacions pràctiques, tant online com presencials, per ajudar-los pas a pas i assegurar-nos que se senten segurs i còmodes amb l'eina.
- Millores contínues del producte: Si a partir dels comentaris dels usuaris veiem que hi ha coses que es podrien millorar, sobretot pel que fa a la navegació o la facilitat d'ús, farem els ajustos necessaris perquè l'experiència amb l'app sigui la més fluida i agradable possible.
- Revisió estratègia digital: Si notem que la nostra presència a xarxes no té l'impacte que voldríem, revisarem com ho estem enfocant i farem canvis si cal. També podem incrementar les campanyes de publicitat per arribar a més gent i fer créixer la comunitat.

7. CONCLUSIONS

Després d'analitzar en profunditat la situació del mercat, les necessitats específiques dels clubs de futbol base i la receptivitat del públic objectiu, podem concloure que l'aplicació BaseScore té un gran potencial per establir-se amb èxit dins el sector esportiu territorial.

La investigació realitzada a través d'entrevistes amb clubs, enquestes a entrenadors i usuaris finals ens ha permès validar la proposta de valor inicial i identificar oportunitats clares per diferenciar-nos de la competència existent. Destaquem especialment per la nostra especialització exclusiva en futbol base territorial i per proporcionar informació detallada i actualitzada en temps real, la qual cosa aporta un valor afegit tant als clubs com a les famílies implicades.

Durant el procés d'anàlisi, s'han identificat aspectes crítics com la facilitat d'ús, la necessitat de formació inicial per als entrenadors, i la importància d'una comunicació clara i immediata entre totes les parts implicades. Aquests aspectes han estat adequadament abordats dins el nostre pla de màrqueting amb estratègies específiques com el disseny intuïtiu i la implementació de sessions formatives per garantir una transició fluida cap a l'ús de l'aplicació.

Pel que fa a les estratègies de màrqueting proposades, aquestes es fonamenten en una comunicació efectiva, amb una combinació equilibrada de preus adaptats a diferents tipologies de clubs i plans de subscripció flexibles que garanteixen l'accessibilitat econòmica. Això es complementa amb una distribució àmplia mitjançant canals digitals, reforçada per la nostra web oficial, que facilita la interacció directa amb els usuaris i proporciona informació detallada sobre les funcionalitats de BaseScore.

En l'àmbit promocional, la proposta d'utilitzar activament xarxes socials i mitjans tradicionals locals incrementarà la visibilitat inicial de l'aplicació. A més, les accions previstes com el repartiment de material promocional, participació activa en tornejos locals, així com promocions i descomptes especials dirigits als primers usuaris i als clubs més actius, seran elements clau per assolir una adopció ràpida i efectiva.

Les perspectives d'adopció i fidelització són prometedores, donat que tant clubs com famílies han expressat un clar interès per disposar d'una eina que permeti seguir amb precisió i immediatesa el desenvolupament dels partits. Aquesta demanda es traduirà previsiblement en una elevada taxa d'usuaris recurrents, que garantirà l'estabilitat econòmica i la continuïtat del projecte a llarg termini.

Finalment, considerant les tendències observades cap a una major digitalització en l'àmbit esportiu i l'interès creixent per l'anàlisi esportiva en temps real, podem afirmar que BaseScore no només es posiciona com una solució valuosa i necessària, sinó que també té el potencial d'expandir-se geogràficament més enllà de les Terres de l'Ebre, així com adaptar-se a altres esports d'equip. Això ens permet concloure que BaseScore és una proposta sòlida, innovadora i estratègicament ben posicionada, destinada a transformar positivament el seguiment esportiu local i a crear un impacte social significatiu en la comunitat esportiva territorial.

8. BIBLIOGRAFIA

Assignatura d'Administració i Direcció d'Empreses - Fonaments del Marqueting

Disponible a: [Fonaments del Marqueting](#)

Assignatura d'Administració i Direcció d'Empreses - Direcció Estrategica de Marqueting

Disponible a: [Direcció Estrategica de Màrqueting](#)

Assignatura d'Administració i Direcció d'Empreses- Investigació de Mercats i Aplicacions

Disponible a: [Investigació de Mercats i Aplicacions](#)

QuestionPro. (s.f.). Calculadora de tamaño de muestra.

Disponible a <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

ChatGPT. (s.f.). ChatGPT: Eina de generació de textos assistida per intel·ligència artificial. Disponible a: <https://chatgpt.com/>

Campus Virtual URV. (s.f.). Accés al Campus Virtual de la Universitat Rovira i Virgili.

Disponible a: <https://campusvirtual.urv.cat/local/alternatelogin/index.php>

Google Acadèmic. (s.f.). Google Scholar: Cerca de literatura acadèmica i científica.

Disponible a: <https://scholar.google.es/schhp?hl=es>

SABiDi (Sistema Accés Biblioteca Digital). (s.f.). Recursos digitals per a estudiants de la Universitat Rovira i Virgili.

Disponible a: <https://www.crai.urv.cat/es/recursos-informacion/biblioteca-digital/sabidi/>

Generalitat de Catalunya – GentCat. (s.f.).

Disponible a: <https://www.idescat.cat/emex/?id=439018>

Idescat. (s.f.). *Indicadors socioeconòmics*.

Disponible a: <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15233>

SumUp. (s.f.). Marketing Mix – Glosari de termes.

Disponible a: <https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/marketing-mix/>

Matchapp. (s.f.). Matchapp: La app líder del fútbol real.

Disponible a <https://matchapp.es>

Scored. (s.f.). Scored

Disponible a <https://www.scored.es>

SoccerDesk. (s.f.). SoccerDesk: Live football scores.

Disponible a <https://www.soccerdesk.com>

FootballAnt. (s.f.). FootballAnt: Expert Football Predictions and In-Depth Match Insights. Disponible a <https://es.footballant.com>

Bcoach. (s.f.). Bcoach: L'aplicació per a entrenadors de futbol.

Disponible a <https://bcoach.app>

9. ANNEXOS

[ANNEX 1. RESULTATS DE L'ENQUESTA A L'EQUIP TÈCNIC](#)

[ANNEX 2. RAONS PER NO UTILITZAR L'APLICACIÓ](#)


[ANNEX 3. ANÀLISI DAFO DE L'APLICACIÓ BASESCORE](#)

[ANNEX 4. PROTOTIP DE L'APLICACIÓ BASESCORE \(VISTA PER A FAMÍLIES I CLUBS\)](#)

[ANNEX 5. PROTOTIP DE L'APLICACIÓ PER A L'STAFF TÈCNIC](#)

[ANNEX 6. CRONOGRAMA D'ACCIONS DEL PROJECTE BASESCORE \(12 PRIMERS MESOS\)](#)

[ANNEX 7. ENTREVISTES DIRECTIUS CLUBS](#)

 Entrevista Clubs - BaseScore

[ANNEX 8. RESULTATS ENTREVISTES DIRECTIUS CLUBS DE FUTBOL](#)

 Entrevistes Directius Clubs de Futbol

[ANNEX 9. ENQUESTES ENTRENADORS](#)

<https://forms.gle/fHxoPXxvsUAxjLKa9>

[ANNEX 10. ENQUESTES FAMILIARS, SEGUIDORS I AFICIONATS](#)

<https://forms.gle/d6qPY9a3JWTARtbQ6>

[ANNEX 11. RESULTATS ENQUESTES FAMILIARS, SEGUIDORS I AFICIONATS](#)

 Resultats Enquestes familiars, seguidors i aficionats

[ANNEX 12. CLUBS TERRES DE L'EBRE I EQUIPS](#)

 CLUBS TERRES DE L'EBRE I EQUIPS

ANNEX 13. PRESSUPOST CANAL TE



Tarifa de Patrocini Minut 91'

Temporada 2024-2025

Emissió del programa cada dilluns i cada dimarts, més les corresponents reemissions

***Patrocini Premium**

-emissió d'un spot de 10-15 segons a l'inici del programa, mitja part, i final
-aparició del logo a les pantalles del decorat durant tot el programa

-un mes (4 setmanes): 450 €+iva
-tota la temporada (10 mesos): 300 €+iva cada mes

***Patrocini XL**

-emissió d'un spot de 10-15 segons dos cops durant el programa
-aparició del logo a les pantalles del decorat durant tot el programa

-un mes (4 setmanes): 350 €+iva
-tota la temporada (10 mesos): 235 €+iva cada mes

***Patrocini**

-emissió d'un spot de 10-15 segons un cop durant el programa
-aparició del logo a les pantalles del decorat durant tot el programa

-un mes (4 setmanes): 250 €+iva
-tota la temporada (10 mesos): 170 €+iva cada mes

Ocasionalment fem promocions puntuals. Consulteu-nos.