

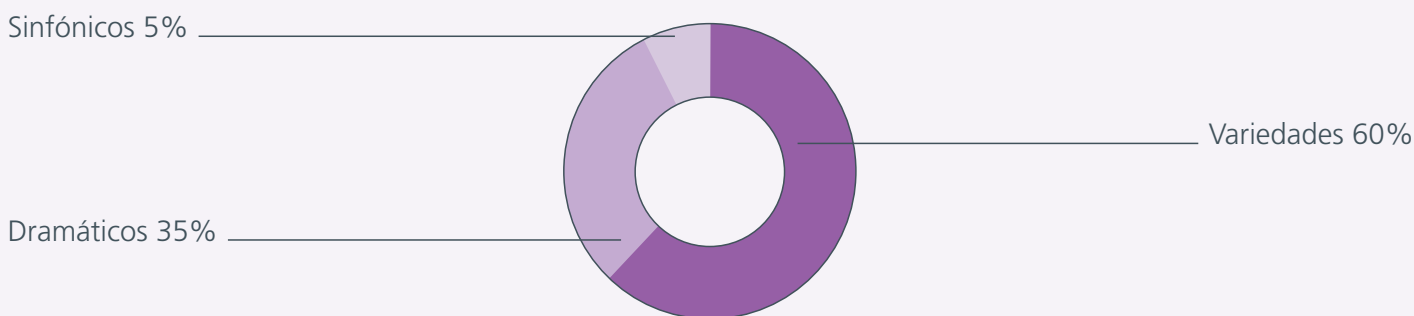
CONTEXTO SECTORIAL

Según el último informe de Promusicae, el mercado musical español cayó un 10,7% en 2011. El 31,23% del negocio ya es digital, una cifra que ha crecido un 9,8% en 2011 respecto al año anterior.

En 2009 el número de asistentes a actuaciones en vivo decreció un 8,4% y se recaudó un 5,5% menos que en 2008. En total, 183,6 millones de euros en 2008 frente a 173,5 millones de euros en 2009. Frente a esta situación, muchos intérpretes se han decantado por salas de conciertos con menos capacidad de personas y entradas más económicas pero que también suponen menos gastos en equipo y en personal.

Por otro lado, las agencias de conferenciantes y programación de contenidos, aún muy nuevas en España, tienen como gran reto llegar a acuerdos con agencias de ámbito internacional y tener muchos contactos para ampliar la oferta de conferenciantes.

ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES. DESAGREGACIÓN POR MODALIDADES



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Disminución de presupuestos de las entidades organizadoras habituales Inclencias meteorológicas Imprevistos de los ponentes/artistas que perjudiquen la reputación de la empresa Agenda cultural de la zona saturada 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar la creatividad como elemento diferenciador Aprovechar las posibilidades de difusión y visibilidad de un evento de las redes sociales Las nuevas tecnologías permiten localizar y contactar con expertos de muchas disciplinas y diferentes áreas geográficas
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> Seleccionar a proveedores experimentados y de calidad Disponer de medios técnicos y humanos propios y preparados Pequeño tamaño, adaptable a las exigencias del mercado Agencia de colaboradores externos profesionales y de calidad Poca inversión inicial 	<ul style="list-style-type: none"> No utilizar herramientas informáticas de gestión No controlar la organización el desarrollo técnico del evento

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

Desde 2010 las contrataciones por parte de los ayuntamientos, principal cliente de las promotoras de conciertos hasta ese momento, han descendido un 4% en el conjunto de España. En 2010, con 148,6 millones, la facturación del sector es un 75% menos que en el año 2000.

Las comunidades con mayor número de espectadores de conciertos son: Andalucía (20,8%), Cataluña (17,2%), Madrid (15,7%). Las comunidades que más han ingresado en 2010 son: Madrid (19,6%), Andalucía (12,5%) y Comunidad Valenciana (10,7%).

En España, las Agencias de Conferenciantes existen de manera profesional desde hace poco más de 10 años. El mercado está compuesto, mayoritariamente, por empresas privadas de tamaño mediano y grande, asociaciones, fundaciones, etc. que organizan eventos de visibilidad o de carácter corporativo.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La mayor parte de las empresas de organización de conciertos se sitúa en la provincia de Valencia (52%) y Alicante (30%), mientras que en Castellón se localiza el 18% restante.

Este tipo de empresas suele tener entre 2 y 7 trabajadores y se ubican en oficinas de entre 50 y 70 m².

La forma jurídica predominante de estas empresas en la Comunidad Valenciana es la de Sociedad Limitada.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Diseño, planificación y producción de eventos de carácter musical, de divulgación (conferencias) y elaboración de contenidos	Creación y diseño de herramientas de difusión online en diferentes plataformas digitales (Spotify, Amazon, iTunes, etc.)
Promoción y distribución tradicional y online, en diferentes plataformas (Spotify, Amazon, iTunes, etc.)	Gestión de barras y catering
Asesoría legal	Grabación y emisión en <i>streaming</i>
Producción de eventos: diseño del evento, animación del espectáculo, logística, seguridad, recepción del material del artista, supervisión del montaje del escenario, luces y sonido, control de acceso al recinto, desmontaje, limpieza, servicio técnico de imagen y sonido (equipo técnico y humano), peritaje	Asesoramiento en campañas de publicidad y comunicación
	Gestión del parking (para eventos musicales)
	Creación y gestión del <i>merchandising</i>

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE CONCIERTOS Y CONFERENCIAS TIPO

CNAE	82, 829
IAE	7482, 851, 853, 983
Condición jurídica	Sociedad Limitada / Autónomo
Facturación	229.238 euros
Localización	Zonas urbanas o en las que exista concentración de actividad industrial
Personal y estructura organizativa	1 Emprendedor y 1 persona de apoyo
Clientes	Administración Pública. Sector privado: empresas, asociaciones, fundaciones y particulares
Herramientas promocionales	Labor comercial, página web propia, presencia en páginas web de asociaciones profesionales de empresas del sector, boca-oido, anuncios en directorios comerciales, redes sociales, campañas publicitarias, campañas de comunicación
Valor de lo inmovilizado/Inversión	32.377 euros
Importe gastos anuales	222.406 euros
Resultado bruto (%)	4%

RECOMENDACIONES

Escuchar al cliente, identificar sus necesidades y objetivos, a qué público quiere dirigirse y ofrecerle soluciones eficaces y factibles es clave para conseguir el éxito del evento.

Prestar atención a la medición de resultados. La falta de previsión puede provocar que los departamentos de marketing decidan reducir los presupuestos.

ENLACES DE INTERÉS

www.decom.es · www.webdearde.com · www.domoprac.com · www.sgae.es · www.apmusicales.com