

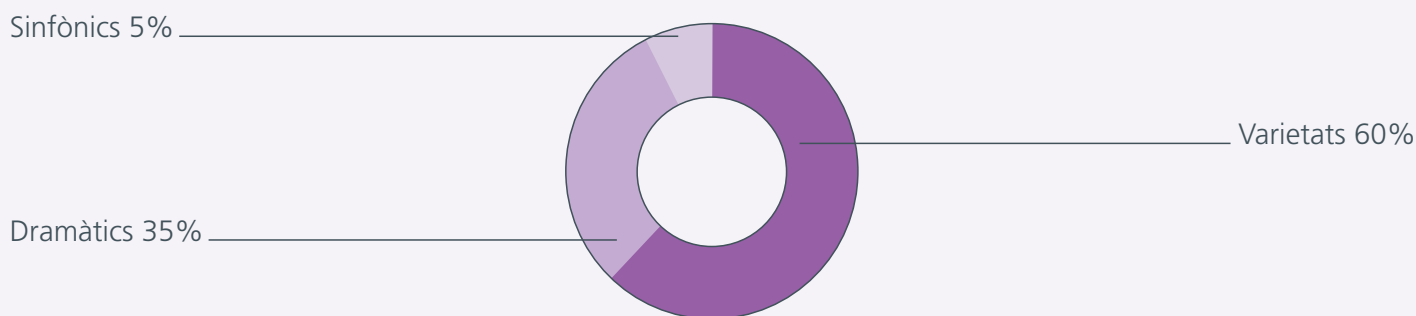
CONTEXT SECTORIAL

Segons l'últim informe de Promusicae, el mercat musical espanyol va caure un 10,7% l'any 2011. El 31,23% del negoci ja és digital, una xifra que ha crescut un 9,8% l'any 2011 respecte del darrer any.

Durant el 2009 el nombre d'assistents a actuacions en directe va caure un 8,4%, i es va recaptar un 5,5% menys que l'any anterior: en total 183,6 milions d'euros durant el 2008 davant de 173,5 milions d'euros durant l'any següent. Amb esta situació, molts intèrprets s'han decantat per sales de concerts amb menys capacitat de persones i entrades més econòmiques però que també suposen menys despeses en equip i personal.

D'altra banda, les agències de conferenciant i programació de continguts, encara molt noves a Espanya, tenen com a gran repte arribar a acords amb agències d'àmbit internacional i tindre molts contactes per tal d'ampliar l'oferta de conferenciant.

ARTS ESCÈNIQUES I MUSICALS. DESAGREGACIÓ PER MODALITATS



DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
- Disminució de pressupostos de les entitats organitzadores habituals - Incllemències meteorològiques - Imprevistos dels ponents i artistes que perjudiquen la reputació de l'empresa - Agenda cultural de la zona saturada	- Utilitzar la creativitat com a element diferenciador - Aprofitar les possibilitats de difusió i visibilitat d'un esdeveniment de les xarxes socials - Les noves tecnologies permeten localitzar i contactar amb experts de moltes disciplines i diferents àrees geogràfiques
PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
- Seleccionar proveïdors experimentats i de qualitat - Disposar de mitjans tècnics i humans propis i preparats - Xicotetes dimensions, adaptables a les exigències del mercat - Agència de col·laboradors externs professionals i de qualitat - Poca inversió inicial	- No utilitzar ferramentes informàtiques de gestió - No controlar l'organització ni el desenvolupament tècnic de l'esdeveniment

ANÀLISI DE LA DEMANDA

DIMENSIONS DEL MERCAT

Des de l'any 2010 les contractacions per part dels Ajuntaments, principal client de les promotores de concerts fins a eixe moment, han descendit un 4% al conjunt d'Espanya. Durant l'any 2010, amb 148,6 milions, la facturació del sector és un 75% inferior a la de l'any 2000.

Les comunitats autònomes amb major nombre d'espectadors de concerts són Andalusia (20,8 %), Catalunya (17,2 %) i Madrid (15,7 %). Les que més han ingressat durant el 2010 són Madrid (19,6 %), Andalusia (12,5 %) i la Comunitat Valenciana (10,7 %).

A Espanya les agències de conferenciant existeixen de manera professional des de fa poc més de deu anys. El mercat està format, majoritàriament, pel sector privat, empreses de dimensions mitjanes o grans, associacions, fundacions, etc. que organitzen esdeveniments de visibilitat o caràcter corporatiu.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

La major part de les empreses d'organització de concerts se situa a les províncies de València (52%) i Alacant (30%), mentre que a Castelló es localitza el 18% restant.

Este tipus d'empreses sol tindre entre dos i set treballadors i s'ubica a oficines d'entre 50 i 70 m².

La forma jurídica predominant en estes empreses a la Comunitat Valenciana és la de Societat Limitada.

¿QUINS SERVICIS PUC OFERIR AL MEU CLIENT?

SERVICIS BÀSICS	SERVICIS COMPLEMENTARIS
Disseny, planificació i producció d'esdeveniments de caràcter musical, de divulgació (conferències) i elaboració de continguts Promoció i distribució tradicional i en línia en diferents plataformes (Spotify, Amazon, iTunes, etc.) Assessoria legal Producció d'esdeveniments: disseny de l'esdeveniment, animació de l'espectacle, logística, seguretat, recepció del material de l'artista, supervisió del muntatge de l'escenari, llums i so, control d'accés al recinte, desmuntatge, neteja, servici tècnic d'imatge i so (equip tècnic i humà), peritatge	Creació i disseny de ferramentes de difusió en línia en diferents plataformes digitals (Spotify, Amazon, iTunes, etc.) Gestió de barres y càtering Gravació i emissió en <i>streaming</i> Assessorament en campanyes de publicitat i comunicació Gestió del pàrquing (per a esdeveniments musicals) Creació i gestió del <i>merchandising</i>

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE L'EMPRESA D'ORGANITZACIÓ DE CONCERTS I CONFERÈNCIES TIPUS

CNAE	82, 829
IAE	7482, 851, 853, 983
Condició jurídica	Societat Limitada / Autònom
Facturació	229.238 euros
Localització	Zones urbanes o a les quals hi haja concentració d'activitat industrial
Personal i estructura organitzativa	1 Emprenedor i 1 persona de suport
Clients	Administració Pública. Sector privat: empreses, associacions, fundacions i particulars
Ferramentes promocionals	Treball comercial, pàgina web pròpia, presència en pàgines web d'associacions professionals d'empreses del sector, boca en boca, anuncis en directoris comercials, xarxes socials, campanyes publicitàries, campanyes de comunicació
Valor de l'immobilitzat/Inversió	32.377 euros
Import despeses anuals	222.406 euros
Resultat brut (%)	4%

RECOMANACIONS

Escoltar el client, identificar les seues necessitats i els seus objectius, a quin públic vol dirigir-se i oferir-los solucions eficaçes i factibles és clau per tal d'aconseguir l'èxit de l'esdeveniment..

Prestar atenció a la mida dels resultats. La falta de previsió pot provocar que els departaments de màrqueting decidisquen reduir els pressupostos.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

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