



DIAGNÓSTICO PARA LA ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DE LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO EN MÉXICO

CAPÍTULO: EVENTOS MASIVOS

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING





OBJETIVOS DE ESTE DIAGNÓSTICO:

- FORTALECER EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PARA **CONSTRUIR UNA ESTRATEGIA** RENTABLE PARA EL REGRESO A LA “NUEVA NORMALIDAD”
- FORTALECER LA RELACIÓN CON LOS **PATROCINADORES ACTUALES**, FORTALECER LOS MODELOS DE ASOCIACIÓN
- DESCUBRIR OPORTUNIDADES PARA ATRAER **NUEVOS PATROCINADORES**
- **ACELERAR** EL PROCESO DE ADAPTACIÓN COMERCIAL

DEMOS NUESTROS PASOS CON MAYOR PRECISIÓN...

¿CUÁLES DECISIONES HAN TOMADO PARA EL REGRESO?

¿EN BASE A QUÉ INFORMACIÓN ESTÁN BASANDO SUS DECISIONES?

MILLENNIALS Y CENTENNIALS, ¿QUÉ PORCENTAJE DE TU AUDIENCIA SON?

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING



ENTREGABLES CLAVE: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA:

FIJACIÓN DE PRECIOS PARA STREAMING Y
ASISTENCIA PRESENCIAL CON MENOR AFORO

ESTRATEGIA DE
FORTALECIMIENTO CON
PATROCINADORES

CAMBIOS QUE SUFRIRÁ
EL GASTO EN
ENTRETENIMIENTO

ANÁLISIS TRANSVERSAL
DE LOS HÁBITOS DE
CONSUMO CULTURAL,
DEPORTIVO, CONCIERTOS
Y FESTIVALES MUSICALES

REQUISITOS PERCIBIDOS
PARA LA SEGURIDAD
SANITARIA



METODOLOGÍA

TAMAÑO DE LA MUESTRA

970

Cuestionarios en México.

Ciudad de México	422
Área Metropolitana de Guadalajara	280
Zona Metropolitana de Monterrey	268

PERFIL DEL ENCUESTADO

Millennials y Centennials mexicanos que hayan asistido a al menos un evento deportivo, musical o cultural en el año 2019.

Centennials (18 a 23 años)	404
Millennials (24 a 39 años)	566

REPRESENTATIVIDAD:

Nivel de confianza: **97%**

Grado de error: **±3.5%**

TIPO DE LEVANTAMIENTO:

Encuesta en línea auto aplicable distribuida a través de panel.

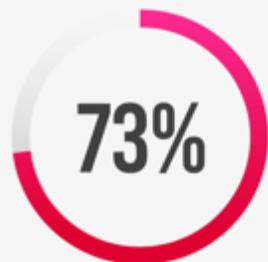
FECHA DEL LEVANTAMIENTO:

	D	L	M	Mi	J	V	S
Mayo	24	25	26	27	28	29	30
	31						
Junio		1	2	3	4	5	6
	7	8	9	10	11	12	13



TRANSMISIONES EN VIVO DURANTE LA CUARENTENA

Durante la cuarentena ¿Seguiste alguna transmisión llevada a cabo por algún artista o figura de tu agrado?

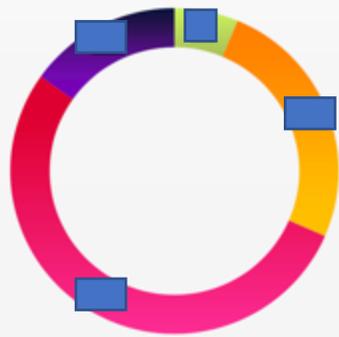


ARQUETIPOS DE CONSUMIDORES DE CONCIERTOS Y FESTIVALES

	Guadalajara	Ciudad de México	Monterrey
Neutral	~4%	~4%	~4%
Groupie	~4%	~4%	~4%
Encajonado	7%	11%	8%
Selectivo	12%	9%	7%
Restringido	9%	6%	9%
Fanático	8%	7%	6%
Ausente	2%	2%	6%



CÓMO CAMBIARÁ EL GASTO EN EVENTOS



- Podré gastar más en estos eventos
- Podré gastar lo mismo que gasto generalmente
- Tendré que gastar menos en este tipo de eventos
- Tendré que dejar de gastar en este tipo de eventos

Asistiendo a menos eventos



Asistiendo a zonas más económicas de lo habitual

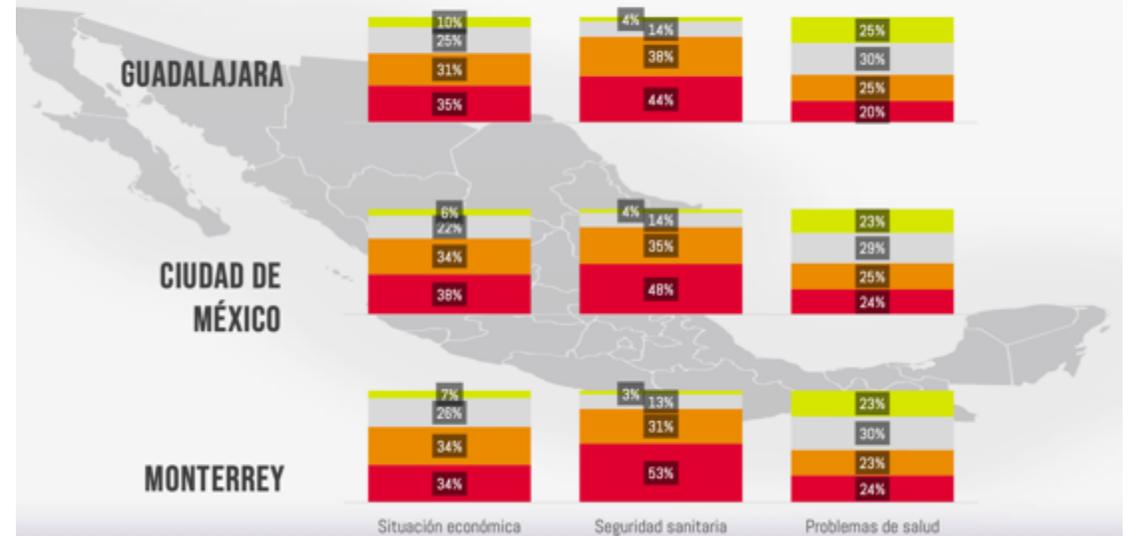


Consumiendo menos alimentos y bebidas



PREOCUPACIONES EN SU REGRESO A LOS EVENTOS

■ Nada preocupado
 ■ Algo preocupado
 ■ Preocupado
 ■ Muy preocupado



INVERSIÓN

CUOTA DE RECUPERACIÓN

\$70,000.00

(setenta mil pesos 00/100 m.n.) más IVA

Tiempo de entrega: 5 días después de hacer el pago
Forma de pago: 100% por anticipado

NOTA: SE ENTREGAN DOS LIBROS PERSONALIZADOS CON EL DIAGNÓSTICO DE MÁS DE 200 PÁGINAS CADA UNO

RECUPERACIÓN DE LA
INVERSIÓN

Nuestra organización es miembro:



TUS SOCIOS DE MARKETING

GRACIAS, SIGAMOS EN CONTACTO

Este es un documento
confidencial, cualquier
aclaración o duda pueden hacer
contacto con nosotros.

Envíanos un mensaje a:

Sergio@lamarcalab.com

Edificio MIND
Piso 2, oficina 2L
Avenida Faro 2350
Residencial Victoria, CP 44550
Guadalajara, Jalisco, México
(33) 3956 - 9063



LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

