



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Ciencias Económicas y  
Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Grado en Marketing e Investigación de  
Mercado**

**Plan de Marketing de la empresa**

**Espectáculos Kebanna**

Presentado por:

***Cristian Javier Recio Pérez***

Tutelado por:

***Javier Rodríguez Pinto***

*Valladolid, 18 de Julio del 2022*

## RESUMEN DEL TRABAJO

El presente trabajo tiene como objetivo formular un plan de marketing para una empresa de espectáculos de la provincia de Valladolid, Espectáculos Kebanna. Con este proyecto se pretende hacer crecer la empresa mediante un plan que incluye una serie de iniciativas de inversión y una mejora en las estrategias de comunicación. Primero, se realiza un análisis externo e interno del negocio, que se sintetiza en un análisis DAFO. A continuación, se establecen los objetivos de la empresa y se plantean las estrategias más adecuadas a la situación diagnosticada. Finalmente, indicaremos los mecanismos que utilizaremos para llevar un control del plan. Este proyecto sobre un negocio real, será de gran utilidad para la empresa, ya que se pretende llevar a cabo, y se espera que contribuya al crecimiento y a la mejora de sus resultados.

**Palabras clave:** Plan de marketing, empresas de espectáculos, estrategias de comunicación.

## ABSTRACT

The objective of this work is to formulate a marketing plan for a show company in the province of Valladolid, Kebanna Shows. This project aims to grow the company through a plan that includes a series of investment initiatives and an improvement in communication strategies. First, an external and internal analysis of the business is carried out, which is synthesized into a SWOT analysis. Next, the objectives of the company are established and the most appropriate strategies are proposed to the diagnosed situation. Finally, we will indicate the mechanisms that we will use to keep track of the plan. This project about a real business, will be very useful for the company, since it is intended to carry out, and it is expected that it will contribute to the growth and improvement of its results.

**Keywords:** Marketing plan, entertainment companies, communication strategies.

## Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN Y BREVE HISTORIA DE LA EMPRESA</b>	<b>1</b>
<b>2. ANÁLISIS DEL MERCADO Y DEL ENTORNO</b>	<b>1</b>
2.1 Definición del mercado relevante de la empresa	1
2.2 Tendencias del entorno	2
2.3 Análisis de la competencia	7
<b>3. ANALISIS INTERNO</b>	<b>14</b>
3.1 Aspectos generales	14
3.2 Recursos y capacidades	15
3.3 Situación actual del plan de comunicación	18
<b>4. ANÁLISIS DAFO</b>	<b>20</b>
<b>5. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS</b>	<b>21</b>
5.1 Objetivos generales de la empresa de marketing	22
<b>6. ESTRATEGIAS DE MARKETING</b>	<b>23</b>
<b>7. PLAN DE ACCIÓN E INDICADORES DE CONTROL DEL PLAN</b>	<b>24</b>
7.1 Desarrollo del plan de acción	24
7.2 Asignación del presupuesto de marketing e indicadores del control del plan.	34
7.3 Calendario de trabajo	35
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>36</b>
<b>9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>37</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>41</b>

## **1. INTRODUCCIÓN Y BREVE HISTORIA DE LA EMPRESA**

Espectáculos Kebanna es una empresa joven creada en el 2017, situada en Bobadilla del Campo, provincia de Valladolid. Durante los siguientes tres años, se ha dedicado a la organización de fiestas, celebraciones públicas y privadas, disco-móviles, macro-discos móviles y alquiler de sonido-iluminación. En la actualidad, está dirigida por dos socios, creadores de la empresa, Cristian Recio Pérez, enfocado en la producción, y Manuel Hernández Barcala, enfocado en comercialización de la empresa. Cuenta con un equipo joven, creativos y especializados en materias de animación, entretenimiento y espectáculos para todos los públicos, también montan estructuras de truss e iluminación-sonido.

Los inicios tienen lugar en marzo del 2017, cuando se nos ofreció la posibilidad de introducirnos en este sector organizando una fiesta privada para un restaurante. Debido al gran éxito y apoyo de la gente, comenzaron a ponerse en contacto con nosotros gente que estaba interesada en realizar una fiesta o celebración. En junio, debido a la demanda que teníamos, decidimos crear oficialmente Espectáculos Kebanna, dándolo a conocer como nombre comercial. En 2018, la empresa crece y añade un camión escenario para los espectáculos y contrata dos personas, una animadora y un técnico de sonido, por atender la creciente demanda, y garantizar el entretenimiento y la animación. Actualmente, la empresa sigue creciendo con varios proyectos para el futuro, con los objetivos principales de extender los servicios a más zonas y ser reconocidos por la calidad y gran servicio. En este trabajo de fin de grado, trataré de desarrollar un plan de marketing para la empresa, especialmente centrado en la comunicación, ya que la empresa no tiene como tal. Esperamos que ayude a dar a conocer el gran potencial que tiene Espectáculos Kebanna.

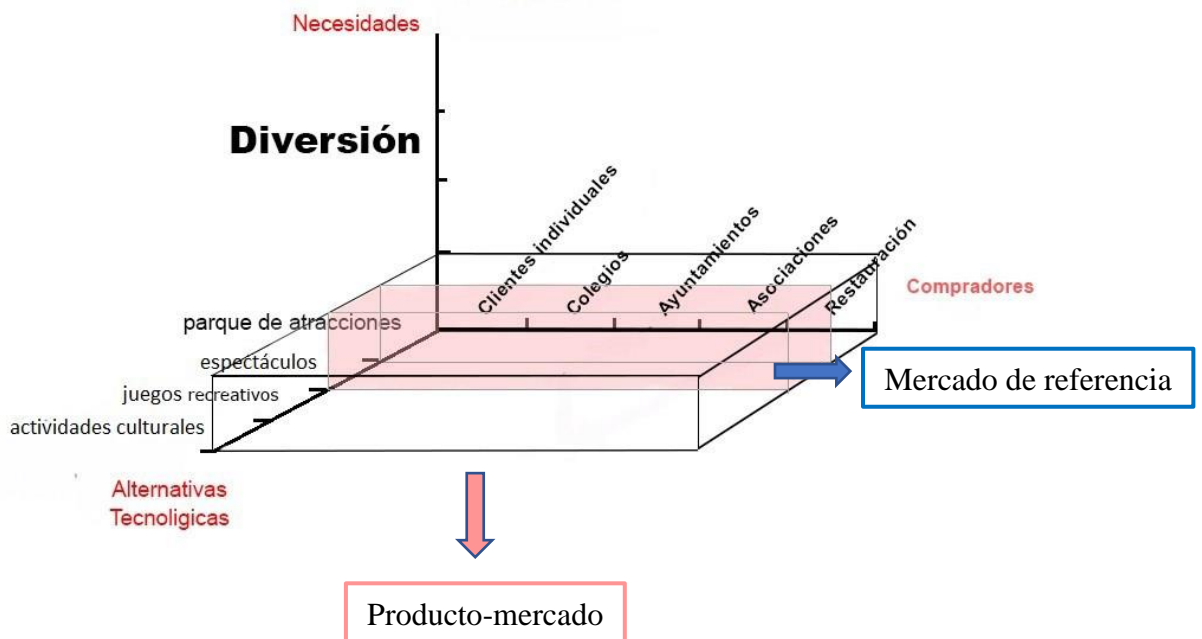
## **2. ANALISIS DEL MERCADO Y DEL ENTORNO**

### **2.1 Definición del mercado relevante de la empresa**

En el caso de Espectáculos Kebanna, la función genérica que cubre es la diversión. En la empresa lo que satisface es la participación activa conjunta entre personas de una manera divertida y refrescante. En cuanto a las alternativas

tecnológicas, según la necesidad genérica de la diversión, existen diversos productos distintos que satisfacen la misma, parque de atracciones (Ferias, hinchables...), espectáculos (orquestas, discos movidas, musicales, circos...), juegos de recreativos (casinos, recreativos...), actividades culturales (deportivos, videojuegos...).

Cuadro 2.1: Mercado de referencia de Espectáculos Kebanna



Espectáculos Kebanna es considerada, en la actualidad, una empresa de espectáculos musicales que opera dentro de la provincia de Valladolid con los siguientes clientes: Ayuntamientos, uno de los clientes más importantes y que más pesan en la empresa. Generalmente, se negocian eventos y espectáculos para las fiestas patronales de las localidades. Clientes individuales, que demandan fiestas privadas; como pueden ser comuniones, bodas, cumpleaños.... Colegios (institutos, universidades, residencias, que contratan estos servicios, para fiestas como finde grado, fin de curso etc. Asociaciones, grupo de gente como pueden ser; una asociación de padres, jubilados, así como también barrios y Restauración; restaurantes, bares, discotecas....

## 2.2 Tendencias del entorno

En el entorno **económico** nos encontramos en una situación muy irregular. Según el Banco de España e Instituto Nacional de Estadística (2021), hubo un

descenso importante de los ingresos. Las empresas que realizan actividades con mayor interacción social como el ocio, han sido las más perjudicadas. Actualmente, en este año 2022, se están eliminando todas las restricciones de nuestro sector, por lo tanto, las actividades vuelven a resurgir y se prevé un aumento de número de contrataciones, y un mayor gasto hacia el sector del ocio. Aunque después de la pandemia se preveía una mayor tolerancia al riesgo, la gran subida del IPC y del precio de la energía, ha provocado que el crecimiento sea mucho más lento (El País, 2022).

Actualmente, las administraciones publicas tienen un mayor presupuesto en las diferentes partidas del gasto, incluida, la del ocio y festejos. Tienen un mayor margen para gastar debido a que estos años no se han podido celebrar sus fiestas, celebraciones, eventos etc., incentivado por un aumento de las ayudas y subvenciones por parte del estado al sector del ocio, el mayor perjudicado por la pandemia.

Sin embargo, el Banco de España duplica la previsión de la inflación y rebaja en un punto el crecimiento respecto al año pasado (El Economista, 2022). Según el INE, la previsión para el 2023 es un crecimiento del 4% del PIB respecto a la del año pasado, provocados por los problemas, anteriormente descritos, la crisis energética y la crisis de abastecimiento generados por la actual guerra de Ucrania. Esto genera un impacto directo a los costes fijos y variables de las empresas. A consecuencia de estos factores Espectáculos Kebanna ha sido afectada en:

- Aumento del precio de la luz: Parte importante a la hora de preparar los equipos y ensayos, ha provocado un aumento en la factura de la luz ya que nuestros equipos de sonido e iluminación van por luz.
- Aumento del precio de la gasolina: Para realizar los servicios de los espectáculos necesitamos desplazarnos con una furgoneta, requiere un mayor coste a la hora de desplazarnos por el precio de gasoil.
- Los recambios de los equipos no llegan a tiempo y la mayoría de las empresas de recambios de España están sin Stock, y dan plazos muy largos (más de un mes aproximadamente).

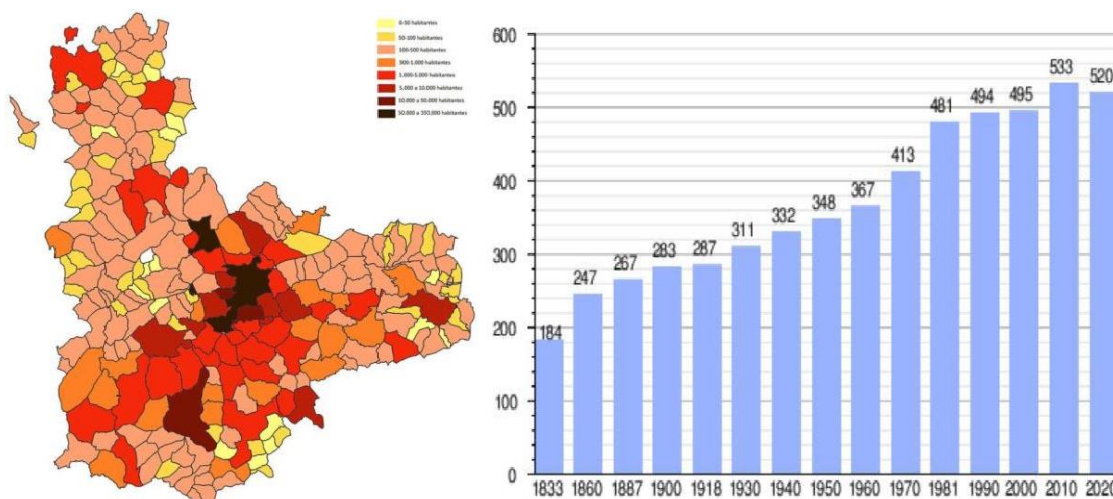
**Demográficamente**, la población de la provincia de Valladolid, donde ofrece el servicio la empresa, observamos, en el grafico 2.2, que desde 2009 se mantiene en torno a 500.000 habitantes, y cada vez está más concentrada en núcleos más grandes. El abandono de los municipios y el gran movimiento de las zonas rurales a las grandes ciudades, afecta directamente a nuestro sector, llegando a perder demanda en aquellos pueblos donde la población es muy pequeña. Zorita de la Loma, Molpesceres, Monte Torozos son ejemplos de pueblos que ya no tienen población.

Los núcleos de población más importantes en la provincia de Valladolid según el grafico 2.2 son: Valladolid capital, Medina del Campo, Laguna de Duero, Arroyo de la Encomienda, Cigales y Tordesillas.

Estos núcleos de población descritos anteriormente cada vez son más grandes, dando lugar a un incremento de habitantes en los barrios y creando unos nuevos, por lo que es importante identificarles para una posible oportunidad en el negocio.

Cabe destacar que durante la pandemia sí que creció la población rural, sobre todo en las áreas vinculadas a Madrid y Barcelona (RTVE/ INE, 2021), pero de manera temporal y vacacional lo que supone que en términos de empadronamientos afectó.

Cuadro 2.2 Densidad de población en Valladolid y su evolución.



**Político-legales** Actualmente el Ministerio de Sanidad elimina las recomendaciones para los eventos acorde a la nueva normalidad. Elimina el

aforo máximo tanto en espacios abiertos como en cerrados, y elimina el uso obligatorio de la mascarilla.

Otro factor que afecta directamente es SGAE, Sociedad General de Artistas y Autores, ya que existe obligación de pago de las tasas correspondientes siempre que tengamos un medio de difusión, y utilicemos canciones que tenga derechos de autor. Una normativa que nos afecta a todo el sector del espectáculo. No todas las empresas pagan, por lo que incurren en una irregularidad, por falta de información o por ahorrarse un gasto. Muy poco vigilado por parte del estado, las empresas que lo pagamos tenemos una competencia desleal.

Por parte de las Administraciones públicas ha habido un cambio, en las formas de contratación de las mismas, Para evitar fraudes en las contrataciones públicas, desde el 2015 es obligatorio presentar las facturas mediante la paginas llamado FACe, Punto General de Entrada de Facturas de la Administración General del Estado. Estas a su vez nos contestaran por el mismo medio. No todas las empresas saben hacer estas gestiones con este programa, por lo que se les complicará realizar estos servicios en aquellos ayuntamientos que lo obliguen.

Otro factor político legal que afecta directamente a la empresa es el seguro de responsabilidad civil. Aunque no es obligatorio en algunos sectores, en nuestro sector de espectáculos artísticos y actividades de ocio sí que es obligatorio por ley (Decreto 44/2014, de 25 de marzo). Al igual que pasa con el pago de SGAE, hay empresas del sector que no lo tienen, y es importante sobre todo a la hora de contratar con las administraciones públicas, como garantía y responsabilidad del servicio que vamos a ofrecer.

La última reforma laboral aprobada (Real Decreto-ley 32/2021, de 28 de diciembre), afecta directamente a las empresas, y, sobre todo, a las que ofrecen servicios:

- Aumenta la seguridad social a 293,94 € la cuota mínima, por lo tanto, nos aumenta nuestros costes fijos de la empresa.
- Desaparecen los contratos por obra y servicio, permitiendo solo contratos formativos o estructurales temporales. Espectáculos Kebanna utiliza mucho este tipo de contrato, ya que nuestros servicios la época fuerte es



en verano. Utilizaba los contratos temporales por el mismo hecho de que tenemos que contratar al personal en esta época para realizar los servicios demandados y en la temporada baja, invierno, no es rentable tenerlos. En el 2022, tendremos que aplicar el nuevo el contrato estructural, ya que cumple con nuestras circunstancias, *“trabajos vinculados a actividades productivas de temporada”* tal y como recoge la reforma del art 15 ET y el decreto 2720/1991, de 18 de diciembre.

En cuanto al entorno **socio-Cultural**, según los datos de CEOE Empresas españolas (2019), antes de la pandemia, el sector de ocio y espectáculos, representa el 1.8% del PIB español, con 20.000 millones de euros de facturación. Con respecto a la demanda social del sector, más de 17 millones de españoles y 40 millones de turistas extranjeros, consumen habitualmente estos servicios del ocio. Todas estas cifras, hacen que la primera potencia mundial en el sector del ocio y del espectáculo sea España (Confederación Española de Organizaciones Empresariales, 2022).

Una de los factores especialmente relevante con relación a la cultura son las tradiciones de fiestas patronales en España. Estas se han ido manteniendo generación tras generación, por lo que las fiestas populares son una característica e identidad cultural. Además, estas celebraciones se han ido consolidando e incluso se ha recuperado festividades desaparecidas. Como ejemplo, en localidades de la provincia de Valladolid vuelven a celebrar la fiesta de la matanza o San Juan. Por tanto, los festejos aumentan. Solo en la provincia de Valladolid hay más de 180 fiestas patronales y festejos<sup>1</sup>, lo que supone una gran demanda de espectáculos y eventos en esas fechas.

Las tradiciones en estas fiestas mayoritariamente son, eventos taurinos, comidas populares y música para el público. Este último se ha producido un cambio a lo largo de los años, a causa nuevas generaciones, el presupuesto y las tecnologías. Se ha pasado de música en directo, con grupos y orquestas, a demandar más discomóviles. El tipo de música ha cambiado, se demanda más música electrónica y, sobre todo, es un evento más económico para los que contratan.

---

<sup>1</sup> Todos los festejos en la provincia de Valladolid: <https://fiestas.net/valladolid-provincia/>

Es una oportunidad para espectáculos Kebanna, ya que como hemos dicho anteriormente, hay una gran demanda de espectáculos en fiestas populares en España y concretamente en Valladolid.

La **tecnología** es muy importante en nuestro sector, tanto para la estructura y materiales de la empresa, como la forma en la que se da publicidad a la misma. El principal medio es la publicidad que se da en este sector, en este caso son las redes sociales, ya que resulta ser un recurso potente para conseguir los resultados adquiridos. Este tipo de publicidad tiene ventajas como:

- Incrementar rápidamente la visualización.
- Llegar a una audiencia potencial
- Los usuarios dedican mucho tiempo a las redes sociales.
- Ofrecen gran cantidad de formatos
- Ofrecen prestigio y reconocimiento

En definitiva, la publicidad en redes sociales, es indispensable, sobre todo en el sector en el que se mueve la empresa, ya que llegas a la audiencia de forma muy directa, visible y específica.

La tecnología mejorar la rapidez, y los costes de bienes y servicios. La iluminación y el sonido son las más influyentes en el sector musical. Actualizamos nuestros materiales de trabajo cada vez en menos tiempo ya que los productos avanzan muy rápido y se evita quedar obsoletos.

La comunicación otra variable importante, las Tics. En el ámbito musical, la constante evolución de internet, hacen reducir los costes de tiempo evitando cables, digitalización de procesos, o nuevas tecnologías de sonido (Viper4, Thunderbolt...). Permite desarrollar actividades propias en el mundo de la música y los espectáculos con mayor precisión, calidad y reducción de tiempo. Sin embargo, supone una amenaza, la facilidad con la que puede cualquier persona escuchar y tener música para cualquier evento.

### **2.3 Análisis de la competencia**

Se considera competencia a aquellas empresas que ofrecen servicios para satisfacer las mismas necesidades de los consumidores. Existen varios niveles

de competencia, pero solo nos centraremos con las empresas que ofrecen servicios similares a espectáculos Kebanna dentro de la provincia de Valladolid. Se han encontrado las 169 empresas más importantes dedicadas a la actividad ocio y entretenimiento que operan en la provincia de Valladolid<sup>2</sup>. Hay que tener en cuenta dos consideraciones:

- Están ordenadas de mayor a menor volumen de facturación, estando en los primeros puestos las empresas 'más grandes' (con más de 2.500.000 euros de facturación anuales), hasta las de menos con 500.000 euros anuales.
- Solamente aparecen reflejadas las empresas que están dadas de alta en el Registro Mercantil, por lo tanto, aquellas no registradas no aparecen en dicha la lista.

A la vista de los datos, de las 169 empresas, solo 60 tiene un volumen de facturación inferior a 500.000 euros anuales. Espectáculos Kebanna al tener una facturación anual en torno a 28.000 euros, podría situarse dentro de este grupo competitivo de empresas, puesto que todas ellas tienen un rango de facturación relativamente parecido entre 0 y 500.000 euros. De esta manera se deja fuera del análisis a todas las empresas de más de 500.000 euros de ventas, ya que ahí están las grandes de la industria. Estas no constituyen una competencia directa para la empresa a medio plazo, porque realizan actividades de un mayor presupuesto y muchos eventos mucho más grandes (infraestructuras, proyectos de escenario, Sonido, etc....)

Cuadro 2.3 Número de empresas en el sector del ocio y entretenimiento



<sup>2</sup> Para recabar información acerca de la industria del ocio y el entretenimiento en la provincia de Valladolid se ha recurrido a la página web Expansion.com.

<https://www.expansion.com/empresas-de/servicios-para-el-entretenimiento-y-ocio/valladolid/ranking/> Anexo 1.

Primeramente, para realizar el análisis de los grupos estratégicos, se tendrá en cuenta la industria total (169 empresas). Aunque el análisis se centra especialmente en el grupo de empresas que operan en Valladolid con un volumen de facturación de hasta 500.000 euros como máximo que consta alrededor de 60 empresas. Por otro lado, se analizan las características de estas empresas una a una para ver lo que ofrecen.

Contemplaremos los servicios de las diferentes empresas, con el objetivo de apreciar el grado de competencia que nos supone, de esta forma sabremos que empresas se acerca más al servicio que nosotros ofrecemos y por lo tanto una competencia más fuerte y directa. Analizaremos su cartera de producto, sus capacidades y su marketing digital redes sociales y página web. calidad e interacción de las mismas de las mismas.

Recabados los datos se observa lo siguiente:

- De las 60 empresas, la competencia más directa son 8 empresas y sus principales servicios son los espectáculos con discomóviles y orquestas.
- 52 empresas restante tienen otro tipo de servicio como eventos deportivos, parque de atracciones, gimnasios y casas de apuestas.

De los 8 competidores más directos de espectáculos Kebanna, 4 están cerrados permanentemente a día de hoy: Espectáculos Embrujo s.l , Espectáculos Jose s.l , Espectáculos Mar y Mar s.l y Espectáculos Navas Botran s.l.

Por lo tanto, analizaremos los 4 competidores más directo que siguen activos:

#### ESPECTÁCULOS MIGUEL

Espectáculos Miguel es una empresa ubicada en Valladolid capital, la cual realiza una gran variedad de actividades recreativas y de entretenimiento vinculadas a la diversión pública, desde discomóviles obras musicales, alquiler de equipos y de servicios, hasta comidas populares, explotación de barras...

Tiene una página web muy variada y utiliza las redes sociales foros y blog para dar a conocer su empresa conseguir tráfico y atraer a cliente potenciales

Analizando lo que ofrece de servicios y productos:

- Espectáculos Musicales: Discomoviditas, Macrodiscotecas y música en directo.
- Ocio: Atracciones y juego recreativos para todos los públicos.
- Espectáculos: Magia, teatrales y cine.
- Servicios: Alquiler de producto para eventos (generadores, sonido, vallas...)

La gran mayoría que de los productos que ofrece espectáculos Miguel no son de su propiedad es decir tiene un contrato con proveedores del sector.

Cuadro 2.4: Página web espectáculos Miguel



En la página web podemos observar que falta precios orientativos en todos los productos, y si quieres contratar un servicio o producto lo puedes hacer mediante teléfono o correo electrónico.

Tienen perfiles en Facebook Instagram, twitter y de youtube. En Instagram como Facebook observamos que tienen 1360 seguidores y 30 publicaciones. En este último mes solo han subido tanto en Facebook como Instagram, 1 publicación y ninguna historia, por lo que no es una cuenta muy activa.

- Debilidades: La gran mayoría de sus servicios no son de su propiedad, subcontrata, calidad del servicio poco personalizada.
- Fortaleza: mucha variedad de servicios, precios bajos, por debajo de la competencia.

## ESPECTÁCULOS OPEN

La empresa Espectáculos Open, está ubicada en Medina del Campo. Tiene menos productos y servicios que la empresa Espectáculos Miguel, pero la diferencia es que la Open todos los productos y servicios son de su propiedad. Cuenta con una Web y redes sociales para dar a conocer sus servicios que las analizaremos a continuación.

Analizamos los productos que ofrece Espectáculos Open, lo divide en 3 bloques de servicios:

- Discomóviles: Una macro disco show evolución, con un espectáculo de bailes música e iluminación, y un servicio más pequeño de discomóvil.
- Parques infantiles: Hinchables y atracciones para los niños.
- Alquiler: alquiler de escenarios móviles, sonido e iluminación.

Como hemos comentado anteriormente todos estos productos y servicios son de su propiedad, por lo que genera una mayor calidad en el servicio.

Cuadro 2.5: Página web espetáculos OPEN



La web tiene una estética colorida y agradable. Además, utilizan el color rosa propio de su logo. Por el contrario, demasiados efectos que ralentizan la carga de la misma. Un sitio web muy cuidado, se nota que se han trabajado bien las fotos y la presentación de los servicios que ofrece. Al igual que la empresa de E. Miguel muestra muy bien todas las posibilidades de contacto con la empresa, esto genera confianza en un potencial comprador.

En cuanto a las redes sociales, Espectáculos Open utiliza Facebook, Instagram y Twitter. Empezando por Facebook, observamos que tienen 4958 seguidores, lo cual es una audiencia relevante en términos de provincia. En Instagram cuenta con menos comunidad 1096 seguidores. Instagram al igual que Facebook, la frecuencia de actualización es elevada, llegando a subir varias publicaciones al día en las diferentes plataformas. Por el contrario, Twitter la dan por abandonada, ya que no publican desde el 2015, año en el que crearon el perfil en esta red social.

- Debilidades: escasa relación con empleados creando desmotivación, (uno de los gerentes de la empresa trabajaba en espectáculos Open antes de

abrir la de espectáculos Kebanna, y trabajadores de allí nos han pedido trabajo), página web muy lenta, precios elevados.

- Fortalezas: calidad en los servicios y productos, logística y flota de vehículos con variedad de personal.

## ESPECTÁCULOS MONGE

La empresa espectáculos Monge, está ubicada en Santovenia de Pisuerga. Al igual que las otras dos empresas, cuenta tanto con servicios de discomóviles, parques infantiles y orquetas. Aunque hay que destacar que su mayor volumen de negocio proviene de los conciertos tributos.

Analizando los servicios de Espectáculos Monge son:

- Conciertos tributos y orquetas: cuenta con un tráiler propio en el que saca rendimiento para llevar orquestas y cantantes tributo.
- Discomóviles: no son de su propiedad, subcontrata a otras para ofrecer el servicio.
- Parques infantiles: Conjunto de atracciones hinchables orientadas al público infantil.
- Locales de ensayo para para ensayar grupos y bandas musicales.

Cuadro 2.6: Página web espetáculos Monge



Espectáculos Monge cuenta también con una página web muy colorida, destaca mucho el color naranja, que también le utiliza en su logo. Una página muy rápida, pero por la poca información que ofrece. Falta información de sus servicios y se echa en falta una página multimedia para ver imágenes de sus productos y servicios.

En cuanto a las redes sociales, cuenta con Facebook e Instagram, es bastante activo en las redes sociales, promocionando su evento y, como hemos dicho anteriormente gran parte de sus servicios son los conciertos tributo. Cuenta con 350 seguidores en Instagram, muy poco respecto a los competidores.

Debilidades: no todos sus servicios son de su propiedad, muy poco seguidores en las redes sociales

Fortalezas: camión escenario de los más grandes de la provincia, gran variedad de música en directo con diferentes tributos.

## ESPECTÁCULOS DUERO

Empresa ubicada en Tordehumos (Valladolid). Mucho menos servicios que las anteriores, pero el servicio que presta es muy personalizado y de gran calidad. Cuenta con un gran espectáculo personalizado, con un buen equipo de sonido y grandes infraestructuras.

Espectáculos Duero cuenta con dos espectáculos:

- Macro-disco Mandala show: gran camión escenario lleno de show bailarines iluminación y potente equipo de sonido.
- Orquesta de música en directo: La cuarta calle.

Al contrario que sus competidores no cuentan con página web. Solo se promociona en la red social de Facebook. Con un logotipo muy anticuado y muy poco activo.

- Fortalezas: Diferenciación del servicio con la macro disco Mandala, la única en Valladolid, y su gran calidad de equipos de iluminación y sonido.
- Debilidad: falta de comunicación en redes, y solo un servicio a ofrecer.

Todo este análisis de los competidores más directos esta resumido en el Anexo 2, un cuadro comparativo de las mismas con las distintas variables a analizadas.



### **3. ANÁLISIS INTERNO**

#### **3.1 Aspectos generales**

Espectáculos Kebanna es una pequeña empresa formada por dos socios. Como toda pequeña PYME, no suelen preocuparse por desarrollar aspectos y análisis estratégicos para crecer y aumentar su cartera de servicios como sí hacen, por ejemplo, los competidores mencionados anteriormente. Por tanto, se realizará el análisis de la situación interna sabiendo que es una empresa que carece, en cierta medida, de una estrategia organizativa y de dirección clara.

Los objetivos generales de la empresa son generar beneficios para el propio bienestar de los socios como para mantener estable el negocio.

Entre otros objetivos claves están:

- Generar valor como la profesionalidad, seguridad y mejora del servicio prestado.
- Motivar e incentivar a los trabajadores, puesto que son pilares fundamentales en el negocio.
- Crecer y penetrar el negocio en la provincia de Valladolid.

El posicionamiento estratégico se basa en una propuesta de valor de “más por lo mismo”, en la que se oferta un servicio de calidad a un precio medio/bajo.

Las principales ventajas competitivas que han generado valor son:

- Comunicación y honestidad: generamos una confianza al cliente, mediante las reuniones, le facilitamos su trabajo a la hora de negociar el servicio a prestar (por ejemplo, gestionando todo el trámite burocrático nosotros, problemas con las infraestructuras a la hora de un montaje, somos flexibles y buscamos soluciones...).
- Profesionalidad: Espectáculos Kebanna hasta el día de hoy no ha tenido ningún contratiempo y se respetan los horarios.
- Amabilidad: creamos un vínculo con los consumidores, como consecuencia de esto conseguimos fidelizar clientes, sobre todo ayuntamientos que les gusta la manera que trabajamos y nos llaman cada vez que requieran nuestros servicios.

### 3.2 Recursos y capacidades

La cartera de servicios con la que cuenta la empresa no es muy amplia, pero está relacionada en materia espectáculo de música sonido e iluminación principalmente:

- **Discomóviles:** con montaje tanto en interiores (como salones, bares, centros cívicos...) como exteriores (en un escenario portátil o camión), cuenta con 3 tipos de discomóviles según las características de dicho evento o lo que desee el cliente (discomóvil pequeño, discomóvil mediano). Cada una de ellas lleva más sonido e iluminación respectivamente. La sesión suele durar 5 horas aproximadamente.
- **Macro disco:** formada por un espectáculo de luces sonido y bailarines, que hacen un espectáculo completo. La duración de la Macro disco suele ser igual que de discomóvil, 5 horas.
- **Alquileres de equipo:** aprovechando toda la iluminación y el sonido que tenemos disponible para realizar los eventos de las discos, también alquilamos los equipos de música con o sin técnico y la iluminación, para cantantes grupos o DJ's.

Como actividad principal, cabe destacar el servicio de disco movida, pues sobre ella recae el 70% del trabajo, mientras que el espectáculo macro disco supone un 20%, dejando el 10% restante al alquiler de equipos e iluminación. Así se refleja en la tabla.

Los recursos con los que cuenta la empresa para realizar los servicios enumerados anteriormente son:

- **Conocimientos tácticos:** el Know-how con el que cuenta es relevante, gracias a la experiencia generada por los dos socios adquirida en empresas del mismo sector antes de la creación de Espectáculos Kebanna.
- **Recursos personales:** actualmente se compone de los dos socios, uno encargado de la administración y producción, y el otro de la negociación. Además, Kebanna cuenta con diferentes profesionales

como es una animadora sociocultural y un profesional técnico, los cuales están muy bien cualificados, cuenta con una gran experiencia que hace que los clientes demanden cada vez más estos servicios. Tanto es así que nuestros competidores les han ofrecido puestos de trabajo. Esto es una gran ventaja antes los competidores.

- Recursos financieros: se financia a través de sus recursos propios y la aportación de los dos socios cuando es necesario, actualmente no tiene deudas, ni inversión a devolver. Además, los dos socios, cuentan con trabajos externos, en el sector de la construcción. Esto es una ventaja actualmente, los dos socios son activos laboralmente en dos actividades y no necesita créditos. Sin embargo, a largo plazo, esto puede generar desventajas, ya que, si en el futuro la situación del sector remonta, se dispondrá de menos tiempo para dedicárselo a la empresa.

Ventaja competitiva respecto a nuestros competidores, ellos sí que se dedican exclusivamente al negocio del espectáculo, ellos invierten, se endeudan para seguir generando un volumen mucho mayor que nosotros. Como contra de esto un mayor riesgo y no se pueden ajustar en sus precios.

- Recursos de infraestructura: cuenta con todo el equipo de iluminación y sonido, también con un escenario móvil y un almacén de 100m<sup>2</sup>. Dicho equipo, la iluminación y sonido es de alta calidad, por lo que es una fortaleza para nuestra empresa, ya que se puede adaptar a todas necesidades. El escenario móvil, es adecuado, pero la desventaja es que es antiguo, por lo que es una debilidad de la empresa, ya que, si demandan este tipo de escenario los clientes, no llega a satisfacer las necesidades deseadas, para corregirlo se necesitara una inversión para una reforma del mismo. Por último, el almacén es una gran ventaja, ya que podemos trabajar libremente en él, guardar todos los equipos y por lo tanto te permite ahorrar espacio y orden. Además, gracias a este almacén, se tiene más seguridad y ofrece más garantías para que las mercancías estén protegidas, esto es muy importante, ya que contamos con equipos de alta calidad.

-Decisiones de marketing-mix.

En cuanto a las variables del marketing mix, haciendo referencia al precio, tanto el discomóvil como el macro-discomóvil tiene un precio de base, pero este varía mucho según el servicio que soliciten, es muy variable dependiendo el tipo de espectáculo. Los factores directos que afectan y hacen variar el precio son:

- Tiempo de sesión del espectáculo, desde 1 hora hasta lo que quiera el cliente. La sesión estándar dura entre 5 y 6 horas.
- Ámbito geográfico: lugar donde hay que llevar el servicio, cuesta más llevar el espectáculo musical a 150km desde nuestras instalaciones que a 20 km. Se tarifa el gasto del gasoil y según el precio al que este en ese momento.
- Lo grande que sea el evento para llevar más potencia tanto de sonido como iluminación.
- Tipo de espectáculo: respecto a una disco movida estándar, llevar bailarines o animadores/as que añadan espectáculo, acarrea unos mayores costes de producción. Por ejemplo, el precio de los bailarines si solo quiere animadora, son 120 € se sumaría al presupuesto, si quiere una actuación conjunta de bailarines, como una academia ronda, los 600 €.
- Promociones: Por cantidad de servicios que nos contrata. Por ejemplo, si a lo largo del año se contrata con un cliente 5 fechas, se le negociaría el precio por todas ellas.

Hasta el momento, Espectáculos Kebanna siempre ha contratado a través de negociaciones directas tanto con ayuntamientos como con clientes privados y representantes de asociaciones y colegios. No descarta en un futuro participar en concursos público, pero por el momento no.

Actualmente dispone de los precios que aparece en la tabla:

Cuadro 3.1 Precios de los servicios de espectáculos Kebanna

<b>SERVICIOS</b>	<b>PRECIOS</b>
Disco móvil	Desde 250 € +IVA
Macro discomóvil	Desde 1500 € +IVA
Alquiler Sonido desde 500w a 12.000w	Desde 100 € a 500 € +IVA
Alquiler iluminación	Desde 50 € + IVA

Como hemos dicho anteriormente Kebanna, ofrece una propuesta de valor “más por lo mismo”, un precio medio/bajo, con un servicio de más calidad.

Espectáculos Kebanna cuenta con unos costes fijos anuales de:

- Seguridad Social personal y trabajadores: 9200 €
- Seguro de Responsabilidad civil: 500 €
- Seguro e ITV de vehículos: 1200 €
- Contrato de luz: 96 €

Respecto a los costes variables sería el contrato de luz de la nave que anualmente de media son 600 € y el gasoil de los vehículos unos 1500 €.

El volumen de trabajo depende de la estacionalidad: primavera y verano son las estaciones más fuertes, esto es debido al clima y que en estos meses son cuando empiezan las fiestas patronales de los pueblos y barrios, comuniones y bodas.

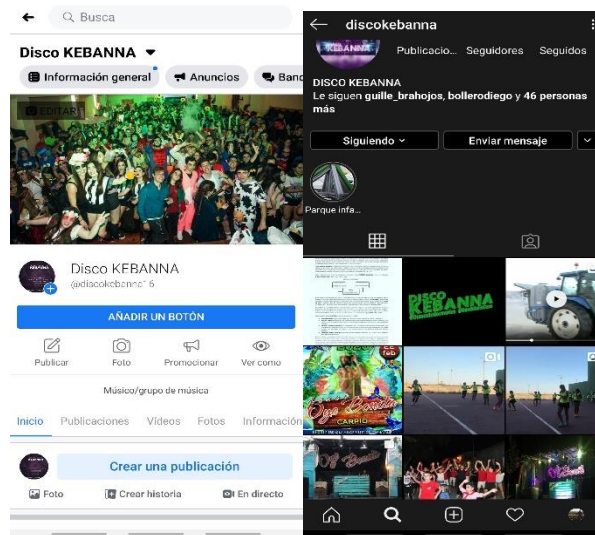
### **3.3 Situación actual del plan de comunicación**

Nuestra empresa no cuenta con plan de comunicación profesional, ni con una buena promoción, se limita a pequeñas campañas publicitarias como se muestran en las imágenes 3.2. Las Redes sociales con la que cuenta la empresa son Facebook (Facebook.com/Espectáculoskebanna) e Instagram (Instagram.com/Espectáculos\_kebanna\_) con perfiles muy poco activos.

Cuadro 3.2: Campaña publicitaria en los eventos de las localidades cercanas



Cuadro 3.3: Portada Espectáculos Kebanna de Facebook e Instagram



En Facebook, Kebanna tiene un total de 362 seguidores y su interacción es escasa, ya que solo se publica noticias o eventos que tendrá Kebanna para los próximos días. En cuanto a Instagram, sus seguidores son 400 personas y siguiendo son 414, su interacción esta algo más activa que en Facebook, ya que Instagram es una red social que mueve a más público joven. A posteriori, cuando se realizan eventos fuertes, como en carnavales, hay más interacción en todas las redes sociales, ya que se realizan fotos y después lo comparten en Instagram y Facebook.

En cuanto a los aspectos demográficos que nos ofrecen las estadísticas de ambas plataformas, podemos observar que el rango de edad de 18 a 54 años agrupa la mayoría de los seguidores. El segmento de edad que no resulta prioritario según las estadísticas es el de adultos de edad avanzada (+65) que

tiene porcentajes inferiores al 3%. Una de las razones es que los individuos de esta edad no utilizan las redes sociales tanto como el resto de las edades.

Con respecto a la localización de los individuos en las dos plataformas tenemos que el 95 % de los seguidores son de la provincia de Valladolid.

Esta debilidad en las redes sociales trae como consecuencia la escasa comunicación de los servicios que oferta la empresa a los posibles clientes potenciales, impidiendo la expansión y el crecimiento del negocio.

#### 4. ANÁLISIS DAFO

Analizado el entorno se obtiene amenazas y las oportunidades que tiene el sector, mientras que en el análisis interno de la empresa se identifican los puntos fuertes y débiles que tiene Espectáculos Kebanna frente al resto de los competidores en el sector. Todas las variables están clasificadas de mayor a menor importancia. A continuación, se muestra un cuadro que resume todos los factores.

Cuadro 4.1: Análisis DAFO

<b><u>AMENAZAS</u></b>	<b><u>OPORTUNIDADES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia desleal que no paga tasas ni impuestos correspondientes.</li> <li>• Incertidumbre en la economía del país, se espera un crecimiento muy leve.</li> <li>• Inflación más elevada de la historia</li> <li>• Escasos recambios por la falta de las materias primas.</li> <li>• Facilidad para reproducir música con las nuevas tecnologías</li> <li>• Población de la provincia de Valladolid estabilizada.</li> <li>• Reforma laboral, nuevos tipos de contrato de personal.</li> <li>• Pago de los derechos de autor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Levantamiento de las restricciones en el sector del espectáculo.</li> <li>• Más de 180 festejos cada año en la provincia de Valladolid.</li> <li>• Nuevos nichos de mercados, como son los barrios y sus fiestas particulares.</li> <li>• Rápida y continua evolución de las tecnologías en la industria de la iluminación y sonido.</li> <li>• Cambio en la normativa de trámites a los ayuntamientos</li> </ul>

<b><u>DEBILIDADES</u></b>	<b><u>FORTALEZAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de enfoque de marketing digital y publicidad muy escasa.</li> <li>• Escenario móvil antiguo.</li> <li>• Recursos algo escasos en comparación con el resto de la competencia.</li> <li>• Menor número de servicio que ofrece en comparación a la competencia.</li> <li>• Menor dedicación al sector porque los socios tienen trabajos externos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen trato personal con el cliente.</li> <li>• Personal cualificado.</li> <li>• Mejor calidad / precio que la competencia.</li> <li>• Socios con fuentes de ingresos externas.</li> <li>• Infraestructuras propias.</li> <li>• No tiene deudas.</li> </ul>

## 5. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

Una vez obtenido una visión general del entorno de la empresa y analizadas las características internas, así como las estrategias de marketing que ha desarrollado hasta ahora, se está en disposición de marcar una serie de objetivos tanto a nivel empresarial como, sobre todo, a nivel de marketing enfocados al reto propuesto desde un principio, la expansión de la empresa a Valladolid provincia.

Espectáculos Kebanna, tiene como misión atender todas aquellas necesidades de diversión, como visión para crecer y ganar posición en el mercado a nivel provincial. Atendiendo a los resultados obtenidos en el DAFO, la principal amenaza que puede afectar de forma agresiva a Espectáculos Kebanna es el incremento de la competencia desleal por parte de empresas que se dedican a las discomóviles sin pagar sus correspondientes tasas, impuestos y estando ilegales. Se puede argumentar que la empresa se puede defender ante estos problemas comunicándolo al órgano correspondiente para que se tomen medidas.

Hay que tener en cuenta que los puntos débiles con los que cuenta la empresa, en comparación con el resto de competidores más directos, principalmente infraestructura de escenario móvil antiguo y la ausencia de esfuerzos de comunicación y de marketing para captar nuevos clientes. Tras resumir los problemas con los que se puede topar la empresa y reflejando como y que quiere llegar a conseguir en el futuro, se plantean los objetivos más generales y específicos.



## 5.1 Objetivos generales de la empresa de marketing

Los objetivos principales de toda empresa son el crecimiento, la rentabilidad y la seguridad financiera. El reto de este proyecto tiene como objetivo crecer a través de la expansión de sus servicios, penetrando en el mercado, en este caso Valladolid.

Para ello se plantean los objetivos principales de la empresa para un periodo de 2 años.

A continuación, se van a plantear los objetivos de marketing más habituales que serían necesarios realizar para ampliar el negocio a Valladolid provincia y competir con el resto de empresas a nivel provincial.

- Objetivos relacionados con el comportamiento del cliente:

- Notoriedad: Tiene como objetivo aumentar la notoriedad de la empresa la provincia de Valladolid a través de la elaboración de un plan de comunicación y marketing. El grado de notoriedad se mide y será controlado a través de los clicks en la página web, así como el número de seguidores en las redes sociales.
- Recomendación de los clientes: una buena opinión de clientes que estén satisfechos con el servicio prestado consigue, que se recomienden a posibles clientes potenciales. Incentivando a interactuar en nuestras redes sociales y plataformas web.
- Captación de clientes: Espectáculos Kebanna tiene como objetivo aumentar el número de clientes. Se hará a través email marketing, y comunicación digital en diferentes plataformas.

En el 2019 se realizaron unos 35 Servicios de espectáculos en Valladolid y alrededores. Se pronostica que para el 2024 esta cifra se incremente en 50 Servicios, una vez se haya llevado a cabo las acciones para la expansión.

Por lo tanto, las ventas se verán incrementadas en un 27% el primer año, 2023, respecto al último año de antes de la pandemia 2019. Con la expansión, se pretende incrementar las ventas casi un tercio el primer año. Puede ser alcanzable ya que, tras el estudio del sector del espectáculo, hemos visto que es el primer año de la post-pandemia y sin ninguna restricción, lo que habrá un claro incremento de los mismos.

En términos de ingresos en 2019, fueron de unos 28000 € de facturación, se estima que para el 2024 se facture, con el incremento del 54% de número de servicios unos 40.000 €.

## **6. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Teniendo en cuenta los resultados del análisis y del diagnóstico estratégico, el reto propio del plan de marketing y los objetivos formulados en el apartado anterior, a continuación, se exponen las estrategias de marketing más propicias para alcanzar la situación deseada.

Respecto a la estrategia genérica, lo que se plantea es lograr que la empresa sea vista como una compañía con una excelente relación calidad-precio con el fin de ofrecer un servicio de calidad y profesional a buen precio, y que eso se convierta en una manera de fidelizar clientes.

Una de las decisiones estratégica más importante que tiene que tomar Espectáculos Kebanna gira en torno a la dirección que se quiere seguir, es decir, si se desea que la empresa crezca o desinvierta. Aunque sea una decisión importante, por las características del reto en sí que ha llevado a la elaboración del plan de marketing, es evidente que lo que se busca es una estrategia de crecimiento. Más concretamente, y siguiendo la metodología de Ansoff, se ha de implementar una estrategia de penetración ya que:

- El servicio que se presta es el actual, es decir, el servicio del espectáculo
- El mercado en el que opera la empresa es un mercado actual, siendo este el de la provincia de Valladolid.

Espectáculos Kebanna mayoritariamente solo opera en las localidades alrededores de la misma, (parte sur de Valladolid). Por lo tanto, tiene mucho margen para lograr una mayor cuota de mercado. Por tanto, para conseguirlo, Espectáculos Kebanna tendrá que hacer esfuerzos para generar notoriedad, así como generar y atraer demanda. Esto es fundamental ya que en base a ello se establecerán los objetivos específicos y las acciones y técnicas de marketing encaminadas a su consecución, además del presupuesto y del calendario (horizonte temporal) que conllevaría su ejecución.

## 7. PLAN DE ACCIÓN

Para realizar la expansión en la provincia de Valladolid, primero de todo, la inversión necesaria y básica sería:

- Comprar un segundo vehículo industrial más grande, precio aproximado de 4000 €
- Reformar el camión escenario anticuado, para reducir el tiempo de montaje y comodidad en los desplazamientos casi diarios. Precio aproximado de 2000 €
- En el siguiente cuadro expondremos las acciones a seguir para la realización de crecer y expandir la empresa en Valladolid provincia. Cabe decir que están ordenadas por prioridad estratégica.

Cuadro 7.1 Acciones para la expansión a la provincia de Valladolid

- Diseño web:
  - Página web
  - Posicionamiento SEO local
  - Ubicación en Google y alta en directorios locales
  - Web (leads con presupuesto online)
- Redes Sociales
- Canal YouTube
- E-mailing y marketing directo
- Tarjetas
- Rotular vehículo y ropa

### 7.1 Desarrollo del plan de acción

Una vez que se han planteado los objetivos que se quiere conseguir y elaborado las acciones que se deben de llevar a cabo, a continuación, se detallan cada una

de ellas de manera exhaustiva. Las acciones de marketing están ordenadas por orden de prioridad.

- **Diseño web:**

En este apartado se centra en las herramientas online que se han considerado oportunas crear y desarrollar. El sector del Espectáculo destaca por tener presencia en internet, ya que los competidores más directos suelen tener páginas web y redes sociales. Por ello se considera que el hecho de no tener presencia online o tener una presencia muy pobre es una gran debilidad, si se contara, aumentaría nuestra notoriedad entre los usuarios de la red.

- **Página web**

Primeramente, se hará la página web de la empresa, con un diseño claro y moderno, donde se puedan visualizar las informaciones y los apartados fácilmente. Para ello existen diversos servidores que nos dan la posibilidad de crear nuestra propia web en unos sencillos pasos y gestionar fácilmente el contenido que se quiere exponer en ella. Por ejemplo, algunos de los más importantes serían: Wix, Weebly, Owebhost, Yola, Freehostia, Jimdo, FreeHosting (Ana Nieto, 2022). El funcionamiento de todos ellos es similar y muy sencillo, siguiendo un modelo freemium, con el cual se puede crear la web de forma gratuita hasta un límite de almacenamiento establecido, pero si se quiere más, entonces hay que pagar por la versión preemium. En este caso se va a elegir la plataforma Wix por su diseño moderno, y su funcionamiento sencillo que se basa en elegir inicialmente la plantilla que queramos y posteriormente meter el contenido en ella. También hay que elegir el dominio que se quiere usar (.com o .es), en este caso se considera más oportuno la denominación .es, ya que es una empresa que únicamente opera en España y no tiene vocación de internacionalizarse.

Un ejemplo propuesto de plantilla podría ser el siguiente:

Cuadro 7.2 Página web espectáculos Kebanna



Esta sería una recreación de la parte de arriba de la futura página web de Espectáculos Kebanna, con los siguientes apartados:

- Quiénes somos: En este apartado aparecería toda la información relativa a la historia de la empresa; año de fundación, experiencia, filosofía de trabajo, etc.
- Servicios: Aquí se detallarán los servicios que ofrecemos al cliente, diferenciando bien entre discomóviles, macro disco y alquileres.
- Multimedia: Al pinchar aquí se encontraría con todo el contenido visual, con una selección de fotos con los mejores espectáculos realizadas por la empresa. Por ejemplo, se podría exponer las fiestas de cada pueblo o las fotos de una boda estas con una contraseña solo para ellos... Además, también habrá otro apartado para poder ver los videos que se suban en el futuro canal de YouTube de la empresa, así como dentro de las imágenes, video y en el encabezado de la página se incluirá enlaces a nuestras redes sociales.
- Contacto: En este apartado nos centraríamos en ofrecer las vías de contacto con nuestros futuros clientes, los teléfonos y el email. También habría un 'cajón de escritura' donde se podrían escribir las consultas fácilmente y de esta manera generar leads mediante la petición de presupuestos de forma gratuita para todo aquel que esté interesado en un servicio.

#### - Posicionamiento SEO

Una importante fuente de captación de clientes online podrá venir mediante un buen posicionamiento en los buscadores (SEO) de nuestra web. El posicionamiento en los buscadores es importante para poder captar aquellos posibles clientes que están buscando el servicio de espectáculo o discomóvil. En este caso se necesita un SEO Local, ya que nuestra empresa es de ámbito local y se pretende buscar a clientes de la provincia de Valladolid.

Para realizar un buen SEO Local se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Hay que utilizar siempre el mismo NAP (Name, Address, Phone): El nombre de la empresa, la dirección física (con CP) y el número de teléfono fijo tienen que ser exactamente los mismos en todos los sitios; en nuestra página web, en los directorios locales y en cualquier otro servicio online que se dé de alta, para que de esta manera Google detecte que se tiene un negocio local.
- Dentro de la propia página web de la empresa, habrá que incluir el nombre de la ciudad o provincia, Valladolid, en varios apartados: En las etiquetas del título

de la web, en las etiquetas de las imágenes (Alt Etiqueta), en todos los encabezados y en la URL.

-Las reseñas son las valoraciones que obtiene la página web de la empresa (número de estrellas). Hay que tener en cuenta que el algoritmo de Google tiene más en cuenta las buenas valoraciones, con 4 o 5 estrellas. Por ello será aconsejable añadir botones en la web de la empresa con un link directo a la página de reseñas de Google, para que los visitantes online puntúen de manera rápida y sencilla.

Con todo ello, Espectáculos Kebanna aparecerá en las primeras posiciones de los resultados de Google cuando un internauta de Valladolid decida buscar los términos 'discomovil', 'DJ', 'Valladolid'; y de esta manera se podrá captar posibles nuevos clientes vía online.

- Ubicación en Google y darse de alta en directorios.

También es fundamental incluir un mapa de Google Maps donde aparezca la ubicación de la empresa, todo ello embebido e integrado en la web de manera correcta. También se considera oportuno registrarse en el directorio de empresas de espectáculos más importante a nivel nacional, lafactoriadelshow.com, en el cual aparece el listado de las empresas de espectáculos que operan en nuestro país. Aunque sea una plataforma a nivel nacional, se pueden filtrar las búsquedas por provincias, que en nuestro caso sería Valladolid. El registro es completamente gratuito y además es sencillo, ya que sólo habría que rellenar una ficha de la empresa con los siguientes apartados:

- Breve descripción de la empresa: información general, historia, etc.
- Datos de contacto: Dirección, CP, provincia, población, teléfono y web empresa
- Datos financieros: número de empleados, rating de solvencia y ventas.
- Palabras clave de búsqueda: Aquí se incluyen las palabras que la gente tendría que escribir en el buscador de la propia web para que aparezcamos como resultados. En nuestro caso los #tags importantes podrían ser: 'discomovil', 'Espectáculos', 'macro-disco', 'Alquiler sonido', 'Valladolid'.

Por otro lado, para aumentar aún más la notoriedad en internet también será oportuno estar presentes en la página web de páginas amarillas, ya que también cuenta con un registro gratuito y sencillo, con filtros por provincias, palabras clave, etc.

- Creación de Leads

Dentro de la propia página web se podrán captar nuevos clientes mediante la creación de leads provenientes de la petición de presupuestos online gratuito. Esta opción de presupuesto online estará dentro del apartado de 'Contacto' y supondrá un atractivo para la gente que tenga en mente contratar el servicio. Cabe destacar que para que esta herramienta sea efectiva, el tiempo de respuesta por parte de la empresa tiene que ser corto (no más de 24 horas) ya que en internet prima la inmediatez. Aquí se puede ver una recreación de la futura web, dentro del apartado 'Contacto', el cajón de formulario que habría que rellenar para pedir el presupuesto:

Cuadro 7.3: Página web sección contactos de espectáculos Kebanna

The image shows a screenshot of the Kebanna website. At the top, there is a navigation menu with the following items: **quienes somos**, **Servicios**, **Multimedia**, and **Contacto**. Below the navigation menu, there are sub-links: **Historia** and **Experiencia** under 'quienes somos'; **Discomoviles**, **Macrodisco**, and **Alquileres** under 'Servicios'; **Fotos** and **Videos** under 'Multimedia'; and **Pide tu presupuesto** under 'Contacto'. The main content area features a contact form with the following fields: **Nombre y apellidos \***, **Teléfono \***, **Email \***, **Tipo de Servicio** (dropdown menu), **Ubicación del servicio**, and **Descripción**. Below the form, there is a checkbox for **He leído y acepto las Condiciones de uso y la Política de Privacidad** and a blue button labeled **PIDE PRESUPUESTO →**. The background of the form is a blurred image of two people, one wearing a shirt with 'KEBANNA DISCO' visible.

- Las redes sociales

Las redes sociales también será una vital para la empresa, sobre todo para crear el contenido genere notoriedad y captación de clientes.

-Facebook: La empresa ya tenía esta red social desde hace varios años, aunque no se le daba mucho uso. Sin embargo, sí que se subía algún contenido de manera esporádica, pero al igual que Instagram con un mal formato y calidad

pobre. Reestructuraremos la página de Facebook, cambiamos logo con el tamaño óptimo para que se vea mejor. Completaremos y renovaremos la información e incluiremos todas las formas de contacto.

A través de la red social, publicaré contenido relacionado con los eventos y espectáculos de la empresa, redirigiré a mi sitio web y la utilizaré como plataforma de captar clientes, interactuando en los comentarios de cualquier noticia relacionada e interactuando con nuestros seguidores como por ejemplo compartiendo fotos en las que salen ellos en un evento nuestro. Las publicaciones se subirán las 12 pm, los lunes martes o miércoles son los mejores momentos para publicar (hootsuite analytics, 2021).

-Instagram: Empezamos con una cuenta cuyo contenido no es óptimo, fotos de mala calidad y con poca publicidad de la empresa, historias en formato erróneo y desorganización en general. Primero renovaremos todo el perfil, cambiando el nombre de la cuenta, la descripción y la foto de perfil. Para el caso del nombre cambiaremos @Espectáculos\_Kebanna\_ por @Espectáculoskebanna, resulta más atractivo y profesional, además de ser más fácil de encontrar en los buscadores. Después cambiaremos la foto de perfil, ya que la imagen de perfil no es el logo real de Espectáculos Kebanna, haciendo que el texto del logo resulte ilegible.

Posteriormente, cambiamos la descripción de la cuenta y eliminamos las publicaciones y las historias que no aportan valor.

Empezare a crear contenido de calidad, con fotos profesionales, publicare eventos y espectáculos que se vayan confirmando. Una manera para incrementar la visibilidad son los hashtags, que sean relevantes y específico al nicho de mercado. Al igual que en Facebook interactuaré con los seguidores, en sus comentarios y dándole “me gusta”.

Queremos que se aprecie que las dos cuentas pertenecen a Espectáculos Kebanna, y se tenga una imagen homogénea y clara.

-TikTok: Nos crearemos un perfil, pero con distinta estructura con respecto a Instagram y Facebook, ya que el perfil de usuario es algo diferente. Lo que buscamos aquí principalmente es notoriedad de marca. Promocionare la empresa creando videos con contenidos originales y divertidos, por ejemplo, de todo lo que puede pasar en un evento, de cómo se lo están pasando,



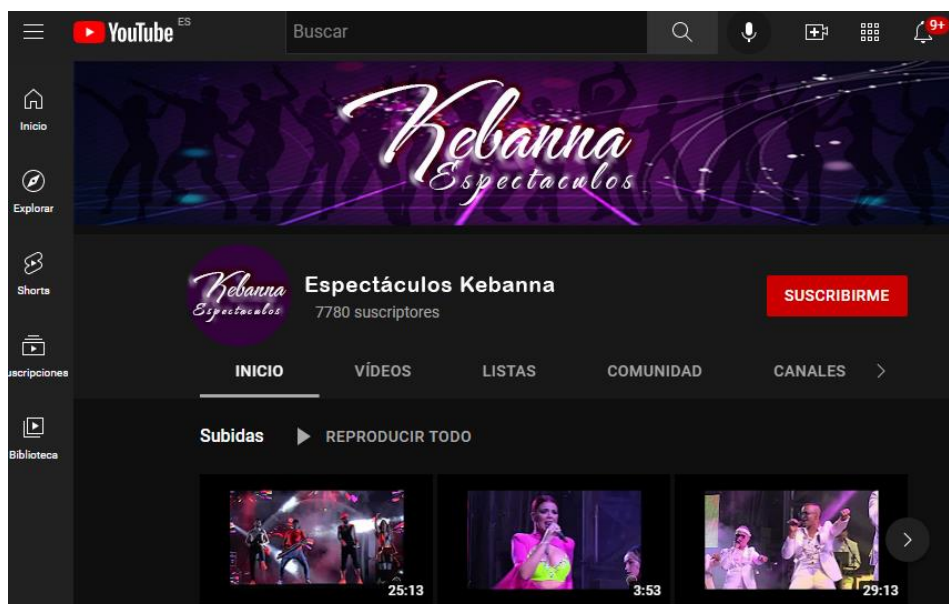
coreografías etc. Seremos la primera empresa de espectáculos en la provincia que tuviera esta red social.

- Canal de YouTube

Con esta herramienta se podrán subir vídeos de las discomóviles y espectáculos más espectaculares que se hallan llevado a cabo. Al crear un canal de YouTube se está entrando en un mundo de posibilidades para mostrar, de manera gráfica a los posibles clientes, 'cómo trabajamos.' Se utilizarán diferentes técnicas de grabación como por ejemplo la cámara rápida para ver es un montaje.

En cada descripción de los videos que se suba pondremos todas nuestras redes sociales y la página web de la empresa, con una breve descripción de la misma.

Cuadro 7.4: Canal del YouTube ficticia espectáculos Kebanna



- E-mailing y Marketing directo

Marketing directo dirigido mayoritariamente a los ayuntamientos de las localidades de la provincia de Valladolid:

Se empleará, básicamente, una acción de e-mailing ya que es el mejor modo de hacer llegar las cartas de presentación. En ellas también se incluirá información adicional de contacto para que los interesados en la empresa puedan ponerse en contacto de diversas formas como teléfono, dirección y sitio web, así como los perfiles en redes sociales que se vayan creando para que esos clientes potenciales tengan una visión más real de lo que es la empresa.

La principal ventaja de la utilización del marketing directo para ponerse en contacto con los diferentes ayuntamientos es lo barato que resulta y la rapidez con la que se puede llevar a cabo a través del e-mailing, pero su principal desventaja es que, por norma general, tiene un bajo nivel de respuesta.

El presupuesto económico que implica esta estrategia de marketing directo a través de una acción de e-mailing es nulo por la gratuidad de trabajar online, por lo que la captación de un solo cliente supone obtener un retorno de la inversión positivo.

Respecto a la duración y el control de la acción cabe decir que:

- Toda la campaña de marketing directo enfocada a la captación de los ayuntamientos tendrá una duración de 2 meses entre noviembre y diciembre principalmente que es cuando comienzan hacer contratos para las celebraciones del año siguiente.

- Se utilizará como KPI el número total de respuestas conseguidas después de realizar los envíos de los e-mails en las que se solicite información a mayores o en las que se indique el interés.

- Las tarjetas de visita

Son una buena forma de llegar a los clientes de manera directa, ya que tras haber entablado una conversación con ellos en persona se produce la solicitud de la tarjeta. En ellas, se prima la sencillez y practicidad, con la información más relevante de la empresa, para que en un futuro se consigan nuevos clientes o se recomienden a otras personas nuestros servicios. En este caso, se ha propuesto un ejemplo de tarjeta con el nombre de Cristian Recio Pérez, actual gerente de la empresa.

El precio de esta herramienta depende del número de tarjetas que se quiere tener impresas, y si en el caso que se soliciten de forma online en Inkrea.com, el coste rondaría los 42 euros por 500 tarjetas (a color, una cara).

Cuadro 7.5: Tarjeta espectáculos Kebanna



- Rotular vehículo y serigrafiar ropa

En cuanto al merchandising de la empresa, será interesante Rotular vehículo y la ropa de los trabajadores, porque de esta manera se revitalizará la imagen de marca de la empresa.

La rotulación tanto en vehículo como en la ropa, consigue una imagen positiva hacia la empresa. Cualquier empresa que quiera promocionarse, la rotulación es una de las grandes alternativas y básicas, y así conseguir un reconocimiento de la empresa. Se apuesta de manera contundente por este tipo de solución ya que ofrece una serie de ventajas:

- Permite tener una campaña publicitaria permanente en movimiento. Allá donde vaya el coche de la empresa, allá que estará dando a conocer la misma. Un mecanismo de promoción permanente.
- Es una de las alternativas de publicidad más económicas que existe rápida y sencilla.
- Permite conseguir que la empresa cuente con una imagen corporativa que sea reconocida por todos los ciudadanos.

Para ello contamos con la ayuda de la empresa Ayser, que nos facilita también, el pre-diseño del vehículo a rotular:

Cuadro 7.6: La furgoneta serigrafiada con los logos espectáculos Kebanna



El presupuesto de la rotulación del vehículo es de 340,44€ (IVA y montaje incluidos).

Para la serigrafía de ropa se cuenta con la ayuda de Spreadshirt, que nos facilita también el pre- diseño de la ropa de trabajo.

Cuadro 7.7: Camisetas serigrafiadas de Espectáculos Kebanna



El presupuesto de la ropa de trabajo Serigrafada: será un total de 20 camisetas, para aprovechar un descuento por cantidad del 15%, independientemente la talla a elegir. Sale por 13€ la camiseta, lo que el presupuesto total es 260€ (descuento e IVA incluido), añadiendo los gastos de envío que son de 6.99€

## 7.2 Asignación del Presupuesto de marketing e indicadores de control del plan.

Con todo lo visto anteriormente, se podrá realizar una estimación bastante realista del montante económico que podrán suponer todas las acciones de marketing que se han propuesto a lo largo del informe, para que de esta manera obtener en cuánto tiempo la empresa habrá recuperado dicha inversión. Aun así, hay que apuntar que los resultados numéricos son orientativos y pueden ser objeto de cambios en el futuro por diversos motivos.

Cuadro 7.8 Presupuesto estimado del plan de acción de marketing e indicadores del control del plan.

Acción	Proveedor/canal	Precio	Herramientas KPI
Furgoneta grande	Compraventa vehiculos	4000 €	
Reparación de escenario	Taller reparacion Grupo odl	2000 €	
Diseño web: Página Web SEO Ubicación en Google Web (leads, presupuestos)	Plataforma Wix Analitics Google Google Pagina web de la empresa, Wix	12 €/año 0 € 0 € 0 €	- Pagina web con Analítica de Google (número de visitas a la página, cuantos han solicitado presupuesto.), La tasa de rebote cuanto porcentaje se marchan de nuestra web sin interactuar. - SEO, un KPI eficaz será el Click Through Ratio, ratio de clics que consiguen nuestras publicaciones en todas las impresiones recibidas en la búsqueda de Google. Conocer también las Keywords que mejor rendimiento nos están aportando y el promedio de trafico de esas palabras clave. - La ubicación de Google, nos da información de cuánta gente ha buscado la ubicación y cuantos han interactuado buscando información, como el contacto o página web. - web (leads presupuestos), podremos saber cuántos clientes nos han pedido presupuesto, cuantos nos lo han concedido y cuantos han sido rechazados.

Perfil en Redes Sociales	Facebook	0 €	Se tiene en cuenta el número de comentarios, los “me gustas” de las publicaciones y cuantas veces se han compartido...
	Instagram	0 €	
	Tik Tok	0 €	
Canal de YouTube	Youtube	0 €	Al igual que las redes sociales, se tiene en cuenta el número de comentarios, así como los “me gustas” de cada video publicado.
E-mailing	Online (Gmail, Outlook)	0 €	El número total de respuestas conseguidas después de realizar los envíos de los e-mails en la que se solicite mayor información e interés.
Tarjetas	Ikrea	42 € (500 tarjetas) 340,44 €	El KPI de las tarjetas y la rotulación de camisetas y vehículos, se calculará en el número de veces que se han contactado con la empresa en un periodo de tiempo, justo en el mismo periodo que se han repartido las tarjetas. No sería un número muy exacto, pero se tendría una estimación.
Rotular vehículo Serigrafiar Camiseta	Ayser Spreadshirt	340.44 € 260 €	
<b>TOTAL</b>		<b>6654,44 €</b>	

Por último, un KPI importante, el ROI, el retorno a la inversión, el beneficio menos la inversión y todo ello dividido por la inversión. Un dato fundamental para la evaluación del proyecto. Si el ROI sale positivo significa que es rentable, en caso contrario, si el resultado es negativo la inversión no es rentable y perdemos dinero. Según lo estimado y analizado, después de realizar la expansión los beneficios para el primer año 2023 sería de (BDII= 20.900 €), dato sacado de los ingresos que sacaríamos el primer año comentado anteriormente, con un incremento del 27% de los servicios que supondría, unos 34.000 € menos los costes de la empresa. El resultado sería el siguiente:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio} - \text{inversión realizada}}{\text{inversión realizada}} = \frac{20.900 - 6654.44}{6654.44} = 2,14.$$

### 7.3 Calendario de trabajo

A continuación, se representa de manera gráfica el plan de acción a lo largo del tiempo, con las diversas actividades de marketing propuestas y con las actividades funcionales de necesita la empresa para la expansión. En este gráfico se ordenan las acciones o tareas a lo largo del tiempo, según el tiempo

de trabajo que está dividido en semanas. En este caso se ha considerado que la duración del plan de marketing sea de 4 meses (16 semanas), desde septiembre hasta diciembre, ya que para el mes de enero de 2023 se pretende estar operando al 100% con la ejecución del plan.

Cuadro 7.9 Ejecución del plan marcadas por semanas

	Septiembre		Octubre				Noviembre				Diciembre					
	Tiempo de trabajo por semanas															
Tareas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Revisar los datos del trabajo	█															
Analizar lo mas importante de manera esquematica	█	█														
Reunion de los socio y empleados			█													
Crear pagina web			█													
Estrategias seo			█	█												
Ubicación google y generacion de leads				█	█											
Registro en directorio locales					█	█										
Redes sociales y canal de YouTube							█	█	█							
Tarjeta de visitas										█						
Rotulacion y ropa										█						
email marketing											█	█	█	█		
evaluacion del plan, KPI													█	█	█	█

Respecto a las redes sociales, el Canal de YouTube, y la pagina web, cabe destacar que en la ejecucion del plan marcamos el desarrollo de las mismas la creacion y los cambios comentados anteriormente, y partir de ahí, hay que llevar un continuo desarrollo y ser activos en dichas plataformas.

## 8. CONCLUSIONES

La elaboración de un plan de marketing como he llevado a cabo para la empresa de Espectáculos Kebanna supone un trabajo complejo y extenso de análisis y toma de decisiones. Además, en este caso, el reto que se propuso es un reto que realmente se tiene en la empresa.

A lo largo del análisis del entorno, se vieron importantes oportunidades que favorecían la expansión de esta empresa como por ejemplo la recuperación del sector. A ello habría que añadir las fortalezas, como es el buen trato personal con el cliente.

El reto de expansión está basado en una estrategia de penetración y en este sentido, desde el equipo de trabajo, quedó bastante claro que los objetivos específicos que había que proponer eran principalmente los de generar notoriedad y captar clientes del mercado.

El plan de acción será bastante ambicioso, tendría un coste relativamente asumible haciendo todo lo previsto; la compra del vehículo, la reforma del escenario, todo el diseño web (página web con su SEO, ubicación de Google, y leads de contactos), las redes sociales y el canal de YouTube, que son vitales para obtener buenos resultados, el e-mail marketing y por último vías de comunicación tradicionales (las tarjetas de visita y la rotulación de vehículo y camisetas). Con una buena planificación como la expuesta en este plan aumentan las posibilidades del éxito. Si que es factible la posibilidad de expansión a la provincia de Valladolid, que Espectáculos Kebanna tiene los recursos y capacidades suficientes para poner en marcha esta estrategia.

## 9. REFERENCIA BILIOGRÁFICAS

Ana Nieto. 2022. Posicionamiento SEO local. [online] ABC. Disponible en: < <https://www.webempresa20.com/blog/posicionamiento-seo-local.html> > [consultado 15 de junio del 2022].

BlogNordic. 2022. Los 10 principales directorios web en España. [online] disponible en: < <https://nordicwebsites.com/los-10-principales-directorios-en-espana/> > [consultado 15 de junio del 2022].

CEOE. 2022. Sector del ocio y espectáculos. [online] disponible en: < <https://www.ceoe.es/es/ceoe-news/economia/el-sector-del-ocio-nocturno-representa-el-18-del-pib-nacional-y-genera-200000>>. [consultado 20 de mayo del 2022].

Decreto 44/2014, 25 de marzo, regulación de los seguros de responsabilidad civil para la celebración de espectáculos Públicos. Boletín del Estado, 272, 10 a 11. Recuperado de <<https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-19732-consolidado.pdf>> [consultado 12 de mayo del 2022].



Decreto-ley 32/2021, 28 de diciembre, medidas urgente para la reforma laboral. *Boletín del Estado*, sección 1, página 166882. [Consultado 12 de mayo del 2022] < <https://www.boe.es/boe/dias/2021/12/30/pdfs/BOE-A-2021-21788.pdf> > [consultado 12 de mayo del 2022].

El Economista. 2022. Banco de España duplica la previsión de inflación. [Online] disponible en: <<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11703892/04/22/El-Banco-de-Espana-dispara-la-prevision-de-inflacion-y-rebaja-casi-un-punto-el-crecimiento-para-2022.html>> [consultado 10 Mayo 2022].

El PAIS. 2022. Subida del IPC provoca un crecimiento mas lento. [Online] disponible en: < <https://elpais.com/economia/2022-06-29/la-inflacion-se-desboca-al-102-en-junio-el-mayor-nivel-en-37-anos.html>> [ consultado 10 Mayo 2022].

Einforma. 2022. Directorio de empresas de España clasificadas según su actividad. [online] disponible en: <<https://www.einforma.com/empresas/CNAE.html>>. [consultado 3 de junio del 2022].

Espectáculos Miguel. 2022. Página web de espectáculos miguel. [online] disponible en: < <https://www.espectaculosmiguel.es/>> [consultado 5 de junio del 2022].

Espectáculos Monge. 2022. Página web de espectáculos Monge. [online] disponible en: < <https://espectaculosmonge.com/> > [consultado 5 de junio del 2022].

Espectáculo Open. 2022. Página web de espectáculos Open. [online] disponible en: < <https://www.espectaculosopen.es/> > [consultado 5 de junio del 2022].

Expansión. 2022. Empresas de servicios para el entretenimiento. [online] disponible en: <<https://www.expansion.com/empresas-de/servicios-para-el-entretenimiento-y-ocio/valladolid/2.html>> [consultado 3 junio del 2022].

FACE.2022. Herramientas y validación de trámites para las administraciones públicas. [Online] disponible en: < <https://face.gob.es/es>> [consultado 12 mayo del 2022].

INE. 2022. Cifras de población en la provincia de Valladolid. [Online] disponible en: < <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2904&L=0>> [consultado 12 Mayo del 2022].

INE. 2022. Serie anual PIB 2022, con previsión del 2023. [Online] Disponible en: <[https://www.ine.es/prensa/pib\\_prensa.htm](https://www.ine.es/prensa/pib_prensa.htm)> [Consultado 9 mayo 2022].

Inkrea. Precio impresión de las tarjetas de visita. [online] disponible en : < <http://www.inkcrea.com/impresion-digital/> > [consultado 16 de junio del 2022].

Jon Oleaga. 2022. Los 10 Mejores sitios para crear una web gratis. [online] ABC. Disponible en: < <https://www.abc.es/tecnologia/redes/20130219/abci-alojamiento-gratis-201302181850.html> > [consultado 15 de junio del 2022].

Ley 21/2014, 4 de noviembre, Ley de propiedad Intelectual, *Boletín del Estado*, 268, 90404 a 90439. Recuperado de <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2014-11404>> [consultado 12 mayo].

Ministerio de sanidad. 2022. Recomendaciones eventos masivos COVID19. [Online] Disponible en: <[https://www.sanidad.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/COVID19\\_Recomendaciones\\_eventos\\_masivos.pdf](https://www.sanidad.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/COVID19_Recomendaciones_eventos_masivos.pdf)> [Consultado 9 Mayo 2022].

Oblicua. 2022. Tarifas de publicidad El día de Valladolid. [online] disponible en: <<https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-en-onda-cero-valladolid-en-valladolid.html>> [consultado 15 junio del 2022].

Padron.com.es. 2022. Provincia Valladolid habitantes por comarca. [Online] disponible en: < <https://padron.com.es/valladolid/>> [consultado 12 Mayo del 2022].

Saxoprint. 2022. Precio de impresión flyers. [online] disponible en: < <https://www.saxoprint.es/>> [consultado 16 de Junio del 2022].

## ANEXOS

### Anexo 1

Grupo competitivo de Espectáculos Kebanna (Empresas con volumen de negocio de 0 a 500.000 € de Valladolid):

Empresa	Localidad
Abuelo Jones SL	Valladolid
Acampalia ocio SL	Valladolid
Activoplay SL	Santovenia de Pisuerga
Agrocalico SL	Medina del Campo
Alacran SL	Cisterniga
ALBA & ZEUS servicios y espectáculos SL	Tamariz de Campos
Alejop ocio SL	Valladolid
Restauración valdema SL	Fuente el Sol
Alojamientos naturales de saucelle SL	Valladolid
Animación cultural Zeus SL	Valladolid
Arqueoturismo SL	Valladolid
Arrendamientos del noroeste SL	Valladolid
Asenjo del Val SL	Valladolid
Astauro festejos populares SL	La Parrilla
Atl Lecanar SL	Valladolid
Atracciones el Sella SL	Valladolid
Aldebaran eventos SL	Valladolid
Aznatam zaratán SL	Valladolid
Band Sweet SL	Valladolid
Barranco Producciones SL	Valladolid
Billares a 3 Bandas SL	Valladolid
Bunker Ocio y entretenimiento SL	Valladolid
Cabezón y Pachón SL	Valladolid
La Morada SL	Cisterniga

Campamento rural de puras SL	Bocigas
Campo y lumbre SL	Benefarces
Carchi dos SL	Valladolid
Carkanpe SL	Medina de Rioseco
Cartujarural SL	Villalar de los comuneros
Casa de adriego SL	Casasola de Arion
Rurales del Duero SL	Valladolid
Verdes de Saucelles SL	Valladolid
Castil caza SL	Valladolid
Castilla taurina SL	Valladolid
Castilla y Leon Taurina SL	Valladolid
Casting de Actores SL	Valladolid
La cañada Real SL	Carpio
Chiquivall Ocio SL	Valladolid
Chispum kids SL	Valladolid
Ciencia y ocio SL	Valladolid
Cien fuegos discos SL	Tordesillas
Cisterngame SL	Cisterniga
Come on Baby SL	Valladolid
Comp. Vallisoletana Hostelera SA	Valladolid
Consult.Vacceos SL	Valladolid
Contagiarte producciones SL	Valladolid
Cosmos 98 SL	Simancas
Cuatro Disk SL	Fuensaldaña
Demedioamedio Imagen SL	Arroyo de la encomienda
Disco Show Fame Valladolid SL	Valladolid
Emporio Blazquez Martin SL	Valladolid
Diverfiesta ArroyoSL	Arroyo de la encomienda
Due Music SL	Tordehumos
Duonet 2019 SL	Fuensaldaña

El Cuarto Técnico SL	Arroyo de la encomienda
Espectáculos Miguel SL	Valladolid
Espectáculos Monje SL	Santovenia De Pisuerga
Espectáculos Duero SL	Tordehumos
Espectáculo Open SL	Medina del Campo
Esperanza Taurina SL	Valladolid
Estancias temáticas SL	San Román de Hornija
Esto se mueve SL	Valladolid
Exclusivas Roalju SL	Alaejos
Factoria ideas creativas SL	Arroyo de la encomienda
FestiWork SL	Valladolid
FK1 Villaverde SL	Villaverde de medina
Folkolid del valle SL	Valladolid
Funny Games Valladolid XXI SL	Zaratán
Futuros genios SL	Renedo de Esgueva
Geko aventuras SL	Valladolid
Gespertia aventuras SL	Valladolid
Personal tiempo libre y Ocio SL	Santovenia de Pisuerga
Difusion Publicidad SL	Valladolid
Hinchables ludoteca Helena SL	Olivares del Duero
Isagar SL	Cabazon de pisuerga
Hydroflora SL	Valladolid
In nubibuss entertainment Valladolid SL	Valladolid
Iniciativas Rurales SL	Valladolid
Isaldare SL	Laguna de Duero
Jade Musical SL	Valladolid
Japeserlucar SL	Valladolid
Japonica SL	Valladolid
Kerala showmusic SL	Valladolid

Editorial Urueña SL	Ureña
La matanza castellana SL	Alcazaren
La pianola Valladolid SL	Valladolid
Laserpro Valladolid SL	Boecillo
Lemarvi SL	Villafranca de Duero
Línea FBCYL SL	Valladolid
Liv Producciones SL	Valladolid
Ludoteca Pizpiretas	Valladolid
Lys Dance SL	Renedo de Esgueva
Macrodisco Tony SL	Valladolid
Miguel Noe SL	Valladolid
Montealegre SL	Montealegre de Campos
Monzon Mayo SL	Valladolid
Muevete SL	Arroyo de la encomienda
Musa Tamayo SL	Valladolid
Music Event Creative SL	Tudela de Duero
Muy fácil eventos culturales SL	Valladolid
Nadir circuitos culturales SL	Valladolid
Ninorre SL	Valladolid
Nous Lives SL	Medina del Campo
Nueva pradera SL	Valladolid
Nuevos aires taurinos SL	Zaratan
Ocean juegos infantiles SL	Valladolid
Ocio paideia sport SL	Valladolid
Ociores SL	Arroyo de la encomienda
Ole eventos producciones SL	Valladolid
Ortega diez y Sanz iglesia SL	Valladolid
Padelex Events SL	Valladolid
Parchis events SL	Pedrajas de portillo

Pasaje 1991 SL	Valladolid
Pasion eventos management SL	Valladolid
Peke laguna park SL	Laguna de Duero
Peñato SL	Valladolid
Pisino SL	Valladolid
Plataform Producciones SL	Tudela de Duero
Playamora 47 SL	Valladolid
Play 360 Urbanos SL	Zaratan
Productores de emociones SL	Valladolid
Promociones taurinas rivera de Duero	Boecillo
Promociones y espectaculos Cantalapiedra SL	Valladolid
Proyectos Hoyales 12 SL	Valladolid
Ramal del Canal SL	Valladolid
Recreativos Don Sancho SL	Valladolid
Recreativos mam SL	Valladolid
Recreativos Pisuerga SL	Valladolid
Remuild SL	Valladolid
Robinis y Torosus	Valladolid
Roy Laguna SL	Laguna de Duero
Ruedos castilla 2000 SL	Valladolid
Sala new garden SL	Castroña
Sala Tudela Star SL	Tudela de Duero
Salvacua.va SL	Valladolid
Scafo eventos SL	Arroyo de la encomienda
Servicios integrales de CYL SL	Valladolid
Servicios taurinos segovianos SL	Valladolid
Shor Fame Palencia SL	Valladolid
Sociedad Taurina de Valladolid SA	Valladolid
Sof-sport Recreativos SL	Valladolid



Sonido y acústica avanzada SL	Renedo de Esgueva
Soto ocio SL	Valladolid
Super Jackpot Castilla SL	Boecillo
Tauroburladero SL	Valladolid
Taurocas SL	Valladolid
Taurocons CyL SL	Tudela de Duero
Taurohispania de CyL SL	Valaldolid
Ticket SL	Valladolid
Tierras del torio Event SL	Zaratán
Toros de CyL SL	Tudela de Duero
Toros de Duero	Tudela de Duero
Toros Montemar SL	Valaldolid
Toros Olid SL	Alaejos
Torosvil SL	Villanubla
Torrecilla discoteca SL	Valladolid
Trapio de CyL SL	Carpio
Tucan Brass SL	Valladolid
Valdemovida SL	Valladolid
Valladolid Esarte SL	Viana de Cega
Valladolid Producciones 2008 SL	Valladolid
Vital Sport SL	Valladolid
Vega alegre SLL	Valladolid
Veintyress DYO SL	Villalon de Campos
Velamora Rural SL	Medina del Campo
Versus sport 2004 SL	Laguna de Duero
Vignoble batiments SL	Valladolid
Vincing SL	Valladolid
Visaudio SL	Valladolid
Yaloves Producciones SL	Valladolid

## Anexo 2

Cuadro Análisis de la competencia directa de Espectáculos Kebanna.

	Espectáculos Miguel	Espectáculos Open	Espectáculos Monge	Espectáculos Duero	Espectáculos Kebanna
Servicios que ofrece	-Orquestas -Discomóviles -Teatros -Parques infantiles	-Discomóvil -Macro disco -Parques infantiles	-Orquestas -Tributos -Macro disco -Alquileres de locales ensayo -Discomóviles	-Macro disco -Orquesta	-Discomóviles -Macro disco -Alquiler de sonido e iluminación
N.º de trabajadores	15 trabajadores	9 trabajadores	24 trabajadores aprox.	8 trabajadores aprox.	4 trabajadores
Calidad del servicio	Bajo	Alta	Alta	Bajo	Medio
Precio del producto	Bajo	Alto	Alto	Medio	Bajo
Página web	SI	SI	SI	NO	NO
Interacción en Redes Sociales	Poco activos	activa	activa	no activos	Pocos activos
Fortaleza	Gran variedad de productos	Buena logística	Pocos seguidores RR.SS	Trabajadores cualificados	Trato con los clientes
Debilidad	Servicios subcontratados	Desmotivación de empleados	Material de calidad	Plan de comunicación	Plan de comunicación

