



**X-FEST**

**PERFIL DE LA EMPRESA**

# X-FEST

## PERFIL DE LA EMPRESA

### Descripción General

X-Fest es una de las empresas promotoras de conciertos más grandes de Latinoamérica. Es líder regional en número de eventos musicales organizados anualmente. Con una planilla superior a los 200 empleados repartidos en siete países, está presente en actividades como conciertos, festivales musicales y eventos de entretenimiento masivo para clientes corporativos y público en general.

## X-FEST

Teléfono:

(506) 8324-1684

Correo electrónico:

[info@x-fest.com](mailto:info@x-fest.com)

Sitio Web:

[www.x-fest.com](http://www.x-fest.com)

## Información General

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Nombre                    | X-FEST   |
| Teléfono                  | (506) 8324-1684  |
| Correo electrónico        | info@x-fest.com  |
| Sitio Web                 | www.x-fest.com   |
| Año de Fundación          | 1998   |
| Número de empleados       | 218  |
| Oficinas Centrales        | Cartago, Costa Rica  |
| Países con representación | Argentina<br>Chile<br>Costa Rica<br>Colombia<br>Brasil<br>México<br>Panamá<br>Canadá |
| Tipo Capital              | Privado  |
| Contactos Claves          | Daniel Madriz, CEO   |

### MISIÓN DE LA EMPRESA

*“Producir y promover eventos de entretenimiento que superen las expectativas de los clientes, generando valor para nuestros accionistas, posibilidades de promoción y de contacto con el público para los artistas y experiencias únicas e irrepetibles para el público”*

### VISIÓN DE LA EMPRESA

*“Ser la mejor promotora de eventos musicales de Latinoamérica, especializada en eventos masivo, teniendo como base el entendimiento de nuestro público, sus gustos y preferencias”*

### PRINCIPALES RETOS DE LA COMPAÑÍA

- Aumentar la presencia nuevos mercados: La compañía desea para el 2019 estar posicionada en 3 países más, llegando así a un total de 11 países en operación.
- Apoyar nuevos grupos musicales: La compañía desea mejorar su vínculo con las diferentes escenas musicales locales con el propósito de impulsar el talento regional y mejorar su exposición.

- La empresa tiene una meta de un 90% de fanáticos que quieran volver a sus eventos. Actualmente no se están alcanzando las métricas deseadas y el factor principal que según los fanáticos contribuye a que no todos quieran regresar, es la mezcla de grupos que se está seleccionando para los festivales.
- Mejorar la eficiencia operativa en el entendimiento de los gustos y preferencias del público: Actualmente la empresa invierte anualmente \$2.3 Millones en estudios de mercado con empresas especializadas para entender los grupos que los diferentes segmentos de público buscan. Se desea en un plazo de 3 años pasar a un canal más directo con el fanático musical y reducir este monto invertido en 50%.

### DATOS GENERALES DE LOS EVENTOS

La empresa realiza cerca de 15 a 20 festivales al año y una serie de conciertos individuales y eventos para terceros, por lo que tienen una agenda muy activa a lo largo de cada uno de los meses.

Actualmente las entradas a los conciertos se venden exclusivamente por medio del sitio Web de un tercero especializado en la venta de tiquetes (X-Ticketmaster.com) y por políticas de la empresa se colocan al público 60 días antes del evento.

#### Datos de asistencia de los eventos

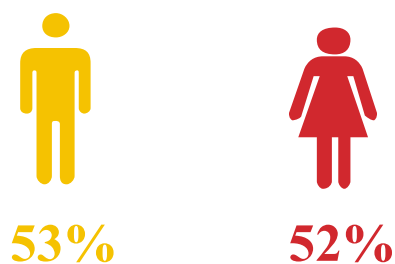
| Año  | Promedio Asistencia | Asistencia Mayor | Rango precios |
|------|---------------------|------------------|---------------|
| 2016 | 35 500              | 40 000           | \$75-\$200    |
| 2015 | 35 000              | 40 000           | \$75-\$170    |
| 2014 | 32 500              | 36 000           | \$55-\$150    |
| 2013 | 30 000              | 33 800           | \$55-\$150    |
| 2012 | 28 000              | 33 000           | \$50-\$150    |
| 2011 | 20 000              | 25 500           | \$50-\$130    |
| 2010 | 18 000              | 20 000           | \$50-\$125    |

## DATOS DE LOS USUARIOS

El perfil del asistente promedio que visita los eventos de entretenimiento de la compañía se encuentra en un rango de edad de 18-30 años, son universitarios y les gusta asistir a eventos masivos.

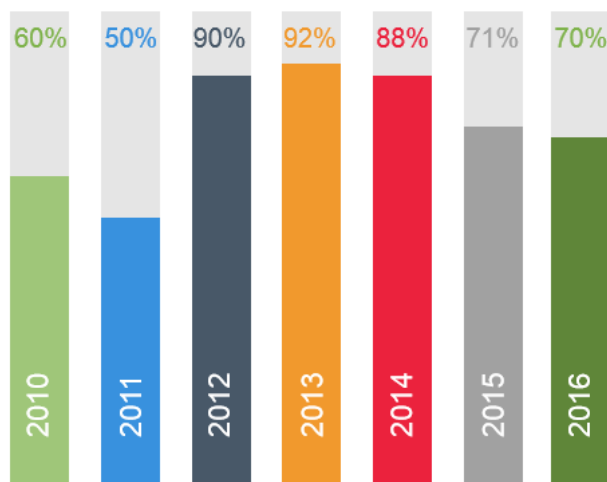
Debido a la calidad de los espectáculos es común que a los festivales asistan personas de múltiples ciudades e incluso de países vecinos.

### Distribución por género de los asistentes

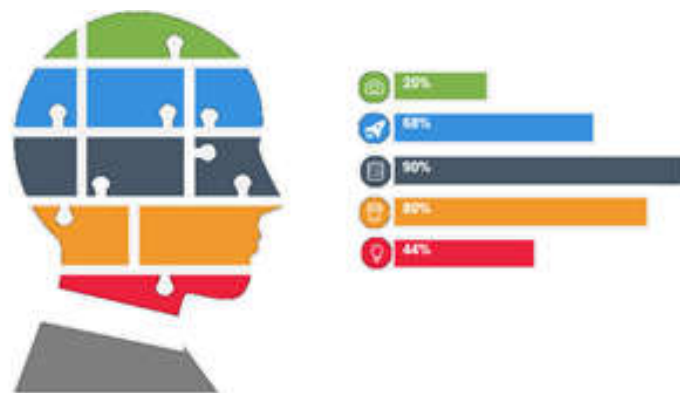


### Fanáticos que retornan

Como parte de los estudios realizados por X-Fest se ha determinado los siguientes datos de retorno, los cuales muestran el porcentaje de fanáticos que dicen que retornarían a un festival de la compañía.



### Elementos complementarios importantes para los fanáticos



Dejando de lado los artistas presentes en el festival, los cuales son el corazón del festival, los fanáticos han indicado que uno de los elementos de mayor contribución de la experiencia es la ubicación en donde más del 90% ha calificado este elemento como crítico. Seguidamente un 80% de los fanáticos han mencionado los servicios de comida como el segundo elemento crítico y el transporte en tercer lugar con un 68%.

Adicionalmente 44% de ellos han indicado que conocer nuevos artistas y tener acceso rápidamente a su información es otro factor crítico.

Finalmente un 25% ha identificado las fotos durante y después del concierto como otro factor crítico para mejorar su experiencia, colocándolo así en el quinto lugar.

ORGANIGRAMA

