

Warner Music México (Compañía Multinacional)

Compañía:	Warner Music México
Nombre del entrevistado:	Jose Luís Cornejo (Director de Marketing)
Factores Requeridos para la Comercialización:	<ul style="list-style-type: none"> • Artista talentoso • Canciones buenas • Mucha promoción • Un poquito de suerte
Actividades de Marketing:	<p><u>Promoción:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Radio (es la fuente principal de promoción). <ul style="list-style-type: none"> - Realmente la radio y salir a la calle con un artista sobretodo nuevo, es lo que más te da ganancia. • Televisión (programas de televisión donde se promueven artistas, y programas musicales). • Canales de música TV prepagada (Sky, Direct TV, Cable Vision, Mega Cable: <ul style="list-style-type: none"> - Están dirigidos hacia un público de mayor alcance económico. - Cada canal tiene una postura, está segmentado hacia un público en específico (mercado meta). - Video clips son una herramienta muy importante del marketing, porque: <ul style="list-style-type: none"> - Puedes casar la música con la imagen del propio artista. - La gente conoce más al artista. - Crea cultura alrededor de su artista. - No es lo mismo ver a tu artista en un festival, o una vez al mes en un programa de televisión, que verlos una vez al día en tu canal de videos favorito. Sin embargo, - Cada día tienen menos impacto, salvo artistas muy novedosos con video clips muy novedosos o artistas muy consolidados que siempre tienen un impacto fuerte.

	<p>- Han bajado su impacto en ventas, pero si han crecido su impacto en la creación de culturas, que al final moviliza mucha gente y compran discos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prensa (prensa especializada que nos ayuda a darle carácter y credibilidad a las bandas de rock) • Internet (promociones muy grandes y otro tipo de marketing) • Ring Tones (la melodía en sonidos) • Master Tones (es la canción original) <p><i>Marketing de relaciones con el consumidor (Ahora)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Festivales de Radio • Co-patrocinios con ciertas marcas (a través de sus productos damos a conocer a nuestros artistas, por ejemplo en un paquete de pan, en una caja de cereal, en un paquete de galletas, en una bolsa de papas fritas, en un cuaderno) • Internet • Ahora es muy difícil acercarse al público de forma física con el artista porque para la gente ha dejado de ser atractivo el ir no más a ver que un artista te firme un disco, a menos que se trate de un artista con un gran arraigo popular, o un artista que solo puedes ver una o dos veces al año. <p><i>(Antes)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Firma de autógrafos • Conciertos en los estacionamientos de centros comerciales (estando ahí, la gente los veía y compraba sus discos) <p><u>Precio:</u> (Precio al Público en Tiendas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discos de catálogo: \$60 pesos • Disco sencillo: \$180, \$200 pesos • Pack de discos (depende del número de discos): \$300, \$600 pesos • Colección de 200 discos, Cantatas de Bach: \$10,000 pesos • Promedio de novedades, artistas de
--	---

	<p>catálogo, e importantes: de \$120 a \$180 pesos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artistas consolidados: precio más caro • Artista nuevo: precio más barato • El precio depende del público al que le habla el artista (mercado meta). Si el público tiene mayor poder adquisitivo, el disco es más caro; si tiene menor poder adquisitivo, el disco más barato. <p>(Porcentaje de ganancia)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los clientes especializados en venta de discos (MixUp, Mr. CD): 45%, 40% • Canales de venta cuyo objetivo no es vender discos (Walmart): 25% <p><u>Plaza:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La compañía le vende directamente al distribuidor, no va a través de ningún intermediario. • MixUp • Walmart • Liverpool • Gigante • Comercial Mexicana • Mayoristas de discos (tienen clientes más pequeños) <ul style="list-style-type: none"> - Farmacias - Pequeñas tiendas de discos - Misceláneas
<p>Plan Promocional:</p>	<p><u>Antes</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lanzamiento del sencillo 2. Presentación a los medios importantes radio, prensa y televisión (a través de esto se buscaba que la gente conociera al artistas, se buscaban notas en prensa y revistas, programas destacados de televisión) 3. Punto culminante: fecha del lanzamiento del disco <p><u>Ahora</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pre-promoción (trabajar con el artista antes de que empieza a sonar el sencillo, desde que entra al estudio) <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con los medios • Crear una campaña de expectativa • Televisiones anticipadas • Punto culminante: periodo que hay

	<ul style="list-style-type: none"> - Miguel Bossé - Alejandro Sans - Alex Ubago • Artistas Internacionales de otros idiomas: <ul style="list-style-type: none"> - Laura Pausini • Artistas firmados en México: • Pop <ul style="list-style-type: none"> - Maná - La Ley • Rock <ul style="list-style-type: none"> - El Tri • Otro tipo de artistas <ul style="list-style-type: none"> - Francisco Céspedes - Edith Márquez • Chicos de la academia <ul style="list-style-type: none"> - Yahir - Nadia - Erica • Pieces y MCM: eran 2 compañías independientes: <ul style="list-style-type: none"> - Pieces: la disquera más antigua de Latinoamérica, se compró en 1995. - MCM: disquera muy exitosa de Monterrey, se compró en el 2000. • Estaban dedicadas únicamente a la música popular Mexicana: <ul style="list-style-type: none"> - Música Mariachi - Música Grupera - Música de Banda <p><u>Ahora</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La crisis nos ha obligado a reducir la estructura sobretodo del personal y también artística. • Ahora operamos como una sola compañía: Warner Music México en la que sólo hay 2 divisiones: <ul style="list-style-type: none"> - Artistas firmados en México: incluye Pop, Rock y ahora Grupero - Artistas Internacionales: inglés, español, y otros idiomas (igual que antes). • Somos una compañía muy equilibrada, tenemos artistas para todo tipo de público. • El único género que no manejamos
--	---

	<p>es Boy Band (grupos de niños con coreografías), la razón es que definitivamente no nos interesan.</p>
<p>Internet:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La filosofía de Warner no es más vender discos, sino vender música. • mp3 de manera legal = ingreso muy fuerte <p><u>Antes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Podías adquirir canciones de forma gratuita • Era un intercambio de canciones • Resultado: No había pago para nadie • No había un registro, no se sabía cuantas veces se bajaba una canción o cuantas versiones había de un tema. <p><u>Ahora</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de sitios legalizados • Cuentan con una auditoria muy clara de: <ul style="list-style-type: none"> - cuántas veces bajas una canción - cuántas versiones hay de un mismo tema - quienes son los autores de esa canción - qué compañía es el propietario de ese tema • Con las formalizaciones que ha ido tomando este medio de comercialización, viene a ser si no el futuro, por lo menos sí un paso adelante en cuanto a lo que se refiere a la venta de música. • Tiene muchas ventajas: <ul style="list-style-type: none"> - comodidad; no tienes que salir de tu casa - la gente tiene la posibilidad de armar sus propios discos de manera legal (cosa que impulsaba mucho a la piratería) - no hay restricciones - medio muy bondadoso para hacer promoción, - puedes hacer promociones muy grandes y otro tipo de marketing diferente al que estaba acostumbrado la

	<p>industria</p> <ul style="list-style-type: none"> - precios accesibles: 99 centavos de dólar por canción, es decir \$11, \$12 pesos <p><u>Futuro</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La gente se está moviendo hacia ese mercado (Internet). • La gente cada día tiene más reproductores de mp3, cada día hay más reproductores de mp3 en los coches. • Cambio de la industria muy fuerte que ha estado pasando ya hace unos años y que durará unos más. • Nueva forma de vender música. • Ya no van a ver disqueras, van a ver compañías de música que venderán música, ya se irán generando nuevas formas de vender la música. • Cambio total de formato de música.
<p>Crisis / Piratería</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La crisis está provocada por muchas cosas, pero la principal es por un delito muy grave que es la piratería. • Si compras un disco piratas eres un delincuente, están infringiendo la ley. • La crisis musical nace con la creación del disco compacto y la música digital porque te venden el master. • Ese master es duplicable, luego fácilmente duplicable, y luego en una forma muy económica. • La crisis de la industria refleja la crisis de la sociedad: la gente no tienen dinero. • Si la gente tienen la opción de comprar un disco de a 10 pesos contra uno de a 100 pesos, pues claro que la gente con menor poder económico va a comprar el de 10 pesos, contra eso no se puede hacer nada. <p><u>Antes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La industria vivió su época de oro en donde las ganancias eran muy fuertes y no se percató de lo que se estaba generando: <i>la piratería</i>.

	<ul style="list-style-type: none"> • Empieza con el cassette • El copiar el LP a un casstte, es una forma de piratería, igualmente ilegal. • Habían tianguis llenos de cassettes copiados de los compilados de Las Flans etc. • Ahí empezaba el mal, la industria nunca supo percatarse bien del fenómeno que se estaba dando. • Gran diferencia: <ul style="list-style-type: none"> - había una degradación del sonido - el cassette se terminaba rompiendo - la cinta se atoraba muy fácil • Sale el disco compacto <ul style="list-style-type: none"> - el sonido varía, pero es imperceptible - ya no hay degradación de calidad - a la gente ya no le importa si tienen etiqueta, o le librito con fotos • En la industria, no quisimos darle la cara a ese problema y cuando nos dimos cuenta ya era tan grande como nosotros. <p>Ahora</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Situación:</i> La capacidad de comercialización de un disco pirata es mayor, se venden 6 o 7 discos piratas por un original. • <i>Causa:</i> En México y en todo el mundo, desde hace 10 o 15 años los grandes artistas son los mismos. • No se han hecho nuevos artistas que replacen a los viejos. • La industria no puede vivir de los mismos artistas. • <i>Efecto:</i> Hay mucha gente que pierde su trabajo por la piratería, es una cadena enorme: <ul style="list-style-type: none"> - artistas - autores - compositores - gente que trabaja en las fábricas - gente que vende discos
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - gente que diseña - gente que produce • <i>Acciones inmediatas para combatir piratería:</i> (Warner combate no la piratería de discos, si no la piratería de la música) con la generación de artistas nuevos. • Para que un chico compre un disco original, tiene que tener 10 hits, porque si no, compra el pirata. • La venta de discos de piratas está en: <ul style="list-style-type: none"> - el catálogo de canciones muy exitosas - la novedad de los grandes artistas; nuevo disco de Maná, de Luis Miguel etc. • El pirata no está esperando las cosas de los artistas nuevos. • Estamos poniendo más propuestas en la calle de artistas nuevos, de música de calidad, con artistas “de verdad”, de canta-autores que tocan, que saben lo que quieren, que tienen un camino bien definido. • Lo más inmediato que tiene una compañía es poner en la calle música nueva, artistas nuevos, crear talento nuevo, y dejar que el mercado dependa de los 10 artistas que conocemos. • En la cuestión legal, la industria ha tratado de legalizar o castigar de forma adecuada. • La ley dice que puedes encarcelar a la gente que fabrica discos piratas, y que puedes quitarle su mercancía al que vende. • Lo menos que podría pasar es que los castiguen conforme a la ley. • Cada propuesta o idea que venga de la industria en general a favor de combatir la piratería, la apoyamos siempre y cuando no vaya en detrimento de nuestros propios artistas. • <i>Acciones a largo plazo para combatir la piratería:</i> • Legalizar la piratería, o ayudar a los
--	--

	<p>piratas a que tengan puestos.</p> <ul style="list-style-type: none">• En lugar de que vendan discos piratas, que vendan discos originales con ciertas ventajas de crédito, o facilidades de pago.• Cuestión que lleva mucho tiempo y que toda la industria está involucrada, es muy lento.
--	--