

Emi Music (Compañía Multinacional)

Compañía:	EMI Music México
Nombre del entrevistado:	Camilo Lara
Factores Requeridos para la Comercialización:	<ul style="list-style-type: none"> • Buena música • Lo que vendas o lo que promuevas tenga calidad • Que tenga enganche con la gente • Apoyar las cosas que son de verdad • Apoyar carreras que tienen futuro a largo plazo
Actividades de Marketing:	<p><u>Promoción:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Disco de boca a boca (la gente va descubriendo boca a boca y por los conciertos) • Discos de medios masivos: <ul style="list-style-type: none"> - Televisión - MTV - Telehit - Radio • Internet • Celular • Conciertos • Firmas de Autógrafos <p><i>Marketing de relaciones</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el futuro de la industria. • Ahora tus clientes son 100 o 200 clientes pero como se están pasando las cosas, resultan ser 10, 20 o 30 millones. • Antes la filosofía era, “uno le vendía a los clientes y los clientes le vendían al público”. • Ahora hay que tener un contacto directo con el público, entonces no puedes comercializar igual, ni de la misma manera. • Tu herramienta tiene que ser muy directa y más fácil para la gente que compra. <p><u>Precio:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Un disco de línea normal cuesta entre 80 y 100 pesos. • El más caro de EMI es la colección de Los Beatles, que cuestan más o

	<p>menos \$260 pesos cada disco.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hay intermediario, pero generalmente se le vende a las tiendas y las tiendas directamente al público. • Del precio real, las tiendas le aumentan un 42% que son sus ganancias. • Del precio real es de donde los artistas y las compañías ganan. • Sobre ese precio real, el artista se lleva entre el 5 y el 15%, más una regalía autoral (para el compositor) que es por Ley y es de 7.3%. • Sobre ese precio real se saca para: <ul style="list-style-type: none"> - la distribución que cuesta 10% - el marketing que es un 20% - el costo de manufactura que es 5% - el costo de grabación • En un buen negocio, la compañía gana entre un 15 y un 20%. • Una de las fuentes de ingresos fuertes es el catálogo de artistas, éste te ayuda mucho para invertir en artistas nuevos. • El catálogo de artistas son discos que: <ul style="list-style-type: none"> - Ya se promocionaron - Ya son famosos - La gente busca sin necesidad de que le inviertas • No debería de haber diferencia de precio entre un artista y otro, todas las canciones deberían costar lo mismo. • Existe una diferencia de precio porque en la historia, las compañías disqueras empezaron a vender más caros los discos de los artistas que se volvían famosos. • Hoy en día es igual, hay que vender más barato a los artistas nuevos para que la gente se anime a ir a la tienda y comprarlos. • Con un artista establecido, los fans del artista gastan más sin que les
--	---

	<p>duela.</p> <p>Plaza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existen tres tipos de clientes: <ul style="list-style-type: none"> - Especializados - Mayoristas - Departamentales • Los Especializados sólo se dedican a vender discos por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> - MixUp - Tower Records - Mr.Cd - Sajares • Los Mayoristas tienen almacenes para a su vez vendérselos a tiendas más chicas. • Los Departamentales son los que venden discos entre otras muchas cosas, por ejemplo los super mercados.
<p>Plan Promocional:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Saber a dónde quieres llevar a tu artista • Cuál es la necesidad que tiene • Si es un artista que su mayor fuerza es un sencillo: <ul style="list-style-type: none"> - lo trabajas en radio - lo haces un éxito - haces toda la labor para que lo apoyen y funcione • El plan de medios es: <ul style="list-style-type: none"> - Cubrir en un periodo de 2 a 4 meses que es cuando los discos tienen una vida de venta importante, los medios de comunicación: <ul style="list-style-type: none"> - La radio - La televisión - La prensa - El Internet • Depende del tipo de música, es la importancia que le das a cada cosa.
<p>Catálogo de Artistas / Producto:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buena música en el género que sea sin discriminar. • Cuando hay buenas canciones y buenos artistas lo demás sale solo.
<p>Internet:</p>	<p>Contexto:</p> <p><i>Antes</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • El entretenimiento era: <ul style="list-style-type: none"> - Cine - Radio

	<ul style="list-style-type: none">- Televisión- Novia- Periódicos- Libros <ul style="list-style-type: none">• Los artistas eran globales porque habían muy pocas opciones.<ul style="list-style-type: none">- Elvis Presley- Michael Jackson <p><i>Ahora</i></p> <ul style="list-style-type: none">• La televisión por cable tiene 10,000 canales.• DVDs• Video Juegos (tienes 14 consolas distintas).• Internet tiene millones de páginas que se pueden visitar.• Las opciones de todo en general es muy impresionante.• El reflejo de los canales de televisión es lo que está pasando en todos lados.• No pueden haber los artistas que a todo el mundo le gustaban porque hay demasiada diversificación. <p><u>Internet:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Es el futuro• Ya estamos tratando de vender música digital• Estamos a 5 años de estar como está el sureste Asiático, Europa estará a 3 años..• En el Sureste Asiático, la venta digital representa el 70% del mercado, y el cd el 30%.• Lo más interesante es que la venta digital ni siquiera es por computadora, es por teléfono.. <p><u>Cambio:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Ya no van a ser compañías disqueras sino compañías de música.• El término de discos se refería al formato.• Cuando el formato desaparece, hay dos opciones: desaparecen las compañías o cambian.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Es como todo los demás géneros de cuestiones artísticas: <ul style="list-style-type: none"> - Kodak tuvo que cambiar de ser físico a ser digital. <p><u>Futuro:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Creo que vienen muy buenos tiempos para los artistas porque volvemos al mundo de las canciones, no de los discos. • Tal vez va a ver más especialización en lo que la gente consume. • Se van a tener que firmar muchos géneros de mucha música por periodos más cortos, tal vez por canciones.
Crisis / Piratería	<p><u>Acciones para combatir:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenemos acciones con AMPROFÓN que es la cámara de la industria. • Tenemos acciones a nivel policíaco con el INTERPOL y la PGR. • Ofrecer mejor música. • Ofrecer discos que no sean de una sola canción. • Que la gente la llames por sus empaques y valores agregados. • Ser más agresivos con los precios en los puntos de venta. <p><u>Resultados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La piratería ha bajado notablemente pero sigue siendo muy grande el problema. • Este año, todas estas acciones hicieron que el mercado subiera. • La piratería bajó, y ese porcentaje que bajó, lo subimos en ventas legales.
Alianzas Estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> • Me parecen horribles. • No creo en las fusiones por cuestiones monetarias. • Son cuestiones que se deciden en la bolsa y sirven para fines económicos. • Estamos viviendo en un medio de muy pocas compañías, y cada vez

	<p>menos (no solo en la música, en todo).</p> <ul style="list-style-type: none">• Tiene un lado bueno y uno malo:• Lo malo es que hay menos opciones para los artistas.• Lo bueno es que obliga a los artistas a crearse sus propias opciones.• Hay menos compañías grandes, pero hay más gente que va a hacer más compañías pequeñas.• Cada vez las compañías se vuelven más grandes.• Tienen menos posibilidad de firmar artistas.• Hay menos espacios.• Yo preferiría que no pasara y que hubieran diez opciones. <p><i>Fusiones</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Sony y BMG <p><i>Compañías</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Warner Music México• EMI Music México• Universal Music• Sony y BMG
--	---