

Iván González (Consultor)

Actividad en el Medio:	<ul style="list-style-type: none"> • Artista: Maná, Azul Violeta y Carmín • Productor: Monitor y Camila
Nombre del entrevistado:	Iván González
Factores Requeridos para la Comercialización:	<ul style="list-style-type: none"> • Que las cosas se hagan en tiempo y forma, quiere decir que salga al mismo tiempo: <ul style="list-style-type: none"> - El sencillo en la radio - El video del sencillo en los canales de televisión - Que se haga prensa • Hacer un trabajo en equipo, trabajando management, la compañía y el artista.
<p>Aspectos básicos para realizar una estrategia de marketing:</p> <p>Actividades de Marketing:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Que vaya dirigido a su público (mercado meta) • Que sea congruente con la imagen y con su rollo musical <p><u>Promoción</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Radio (que el sencillo esté sonando mucho) • Televisión • Canales de Música <ul style="list-style-type: none"> - Que metan el video del sencillo en los más canales de televisión posible. - Que el video tenga una rotación alta (hay diferentes tipos de rotaciones y generalmente la rotación alta se la dan a las prioridades de la compañía). - Cada vez han tomado más fuerza - Ahora es vital que la gente te vea en los canales de música, no nada más en la radio. - A través de los videos, ven la imagen del artista - Ven la propuesta - Ven el rollo del artista - La tendencia que trae el artista - El público se queda con el 100% de lo que el artista

<p>Punto de vista de artista:</p>	<p>tiene para ofrecer.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resulta atractivo para el público ver al artista. - Pueden ver que es bueno - Que tiene calidad - Que puede ser una persona atractiva - Que puede tener un buen show - Que pueden ser buenos intérpretes - Que pueden ser buenos músicos - Todo esto es palpable en un video. <ul style="list-style-type: none"> • Antes era apabullante el porcentaje de inherencia que tenía la radio contra el video, todavía sigue siendo más importante pero el video ya debe estar muy cerca de la importancia que tenía la radio. • Medios Escritos <ul style="list-style-type: none"> - periódicos - revistas - portadas de revistas • Tours de radio (vas a todos los programas de radio que estén dirigidos a tu público, a tu mercado meta) • Tours de televisión (vas a todos los programas de televisión que estén dirigidos a tu público) • Campañas de expectativa • Interacción con el público <ul style="list-style-type: none"> - Ruedas de prensa - Firmas de autógrafos - Conciertos - Festivales de radio • Ser muy creativo • Tener sponsors (ligan la imagen del artista con un producto, hacen promoción de un artista a través de sus productos) • En una entrevista debes pensar en decir lo que quieres que la gente se quede, no andarse riendo y bromeando como lo hacen muchos artistas porque dos o tres personas lo van a leer. <p><u>Marketing de relaciones con el consumidor:</u></p>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Firmas de autógrafos • Festivales de Radio • Tocar en vivo (lo más importante) <ul style="list-style-type: none"> - contacto real con la gente - si un artista que no tienen buen show y no canta bien en vivo = poca vida artística - si eres bueno en el escenario, y cantas bien y tienes un buen show, y seas profesional = es más probable que tengas éxito <p><u>Precio</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Como artista de Warner y EMI, no pudimos influir en el precio del disco (tampoco lo buscamos, eran tiempos muy buenos). • Del precio de venta de la compañía disquera, en el primer disco que firmó Maná con Warner nos tocó el 5%, después iba aumentando a medida que se demostraban ventas. • Hay contratos que a medida que vas demostrando ventas te van subiendo el porcentaje por ejemplo; del disco 1 al 100 mil el 8%, de disco 101 mil al 200 mil, el 9% etc. • Generalmente para un grupo o para un primer solista que empieza está entre el 5% y el 10%. • Artista consolidado: precio más caro <ul style="list-style-type: none"> - se le invierte más presupuesto en: <ul style="list-style-type: none"> - el estudio - la mezcla - las fotos (las hace un fotógrafo de Nueva Cork) - la producción del video (lo hacen en Los Ángeles) • Artista nuevo: más barato <ul style="list-style-type: none"> - se le invierte menos presupuesto • El costo varía dependiendo a tu presupuesto y lo que te gastas en; <ul style="list-style-type: none"> - la producción - el marketing - los videos - y todos los gastos que pueda tener la compañía.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando son artistas populares que venden muchísimos discos como Los temerarios, el Booky, o Juan Gabriel, el precio baja porque venden mucho.
<p>Plan Promocional:</p> <p>Catálogo de Artistas / Producto</p>	<p><u>Rock</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lo más importante es la música • Ofrecer calidad ofrecer un gran show, un buen espectáculo • Tener contacto con la gente, hacer clic con la gente • Ofrecer una buena producción, buenos equipos, buena iluminación • Dar siempre el alma al 100% en cada una de las presentaciones • Hacer siempre bien tu trabajo, en un escenario y en un estudio de grabación. <p><u>Pop</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Igual todo lo anterior sin embargo hay que cuidar también: <ul style="list-style-type: none"> - tener siempre una buena imagen de acuerdo a lo que estás tocando - tienes que verte bien - estar siempre bien - vestirse bien - ser una persona integra, que no se drogue, que no tome - tienes que proteger tu cuerpo y tu inversión, tus manos, tu voz, pues es tu instrumento de trabajo
<p>Aspectos que el artista le tiene que ofrecer a la disquera:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición, actitud, y calidad • Buenas canciones (tienen gancho, buenas melodías, están ligeras para la gente) • Una super actitud, ganas de hacer las cosas bien, y dar la vida y el alma por esto, por hacer un disco y darle la promoción que la compañía disquera te pida.
<p>El Disco:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El disco es un concepto • Que todas las rolas tengan coherencia • Que todas las canciones tengan que

	<p>ver la una con la otra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eso tiene que ver con el arte del disco • Tiene que ver con las fotos • Tienen que ver con el video <p>Antes</p> <ul style="list-style-type: none"> • El LP era un formato donde venía el arte dentro del LP y podías ver el rollo artístico. <p>Ahora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se han ido reduciendo los formatos. • Cada vez tienes menos la posibilidad de ofrecer un trabajo visual dentro del mismo disco
Internet:	<ul style="list-style-type: none"> • Ya las compañías están vendiendo música a través de Internet • Ya puedes comprar en tiendas un sencillo para tu Ipod. • Las generaciones nuevas no están interesadas en comprar discos de 10 y 12 temas como antes, prefieren tener la canción que les gusta. • La música tiende a hacerse casi casi música gratuita.
Crisis / Piratería	<p>Antes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las ventas eran muy altas • Se vendían millones de discos • Las compañías disqueras firmaban 10 proyectos al año. <ul style="list-style-type: none"> - los que tenían calidad se quedaban, y los demás no. <p>Ahora</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Situación:</i> casi imposible que un artista venda millones de discos. • Los más afectados somos los artistas junto con las compañías disqueras. • Para que ahora te firmen un nuevo proyecto, es difícilísimo. • Las compañías disqueras no tienen dinero. • Están haciendo recorte de personal. • Es muy difícil que arriesguen el poco dinero que tienen en proyectos nuevos a los cuales tienen que apostar a ver si les va bien o no. • Ya no existe la oportunidad de que firmen a los artistas. • La piratería está tentando con mucha gente, porque son muchas las

	<p>familias que viven de esto contra ingenieros, diseñadores, impresores..</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Corrupción:</i> La piratería es un problema muy grande donde las autoridades se tapan los ojos. • Es muy fácil saber donde se están vendiendo cantidades masivas de piratería. • En Guadalajara, mi ciudad, hay establecimientos del tamaño de un Oxxo o de un 7 Eleven de pura piratería y el gobierno lo sabe. • Yo creo que el gobierno debería hacer algo, porque uno como artista puede decir muchas cosas “no comprenden piratería”, “están acabando con la industria” pero hasta que el gobierno no tome una medida drástica y vea esto realmente como un crimen, no va a pasar realmente nada. • La industria, las compañías disqueras, los músicos pueden cambiar de formato y encontrar otro tipo de soluciones pero la piratería va a seguir, porque aquí en México la corrupción llega hasta la política y a los policías. • La payola tanto en radio como en televisión es otra manera de corrupción, y puede ser igual de nociva que la piratería en cierta forma. <ul style="list-style-type: none"> - El video se está empezando a prostituir porque están empezando a pedir payola. - La radio ya está muy prostituida por medio de la payola pues cobran cantidades muy gordas por sonar la canción. • La corrupción se debería acabar en pro de la música. • <i>Causa:</i> El trabajo que antes hacían 4 ahora lo hace una sola persona, es pesadísimo, y por ende no hay una buena atención al artista. • No hay un trabajo individual para cada proyecto, no hay un trabajo
--	---

	<p>personalizado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahora todo es más lento y sin calidad. • Hay que vigilar mucho las áreas porque para que la música funcione, son muchos los detalles y hay que estar apretando tuercas. • <i>Acciones para combatir la piratería:</i> bajar los costos <ul style="list-style-type: none"> - las disqueras dicen que es muy difícil bajar el precio porque los costos siguen altos - Yo creo que si se podría - Antes grabar un disco era mucho más caro, te costaba desde \$40 mil a \$120 mil, hasta \$200 mil dólares. - Ahora grabas un disco de muy buena calidad con \$20 mil dólares. - Antes para hacer un video tenías que hacerlo en cine, en 35 ml o en 16 ml, y las rentas de las cámaras eran altísimas. - Ahora han salido formatos nuevos de video digital que son muy económicos y te dan muy buena calidad. - Creo que lo están haciendo algunas compañías independientes, pero no lo pueden bajar del todo porque como tienen contratos con compañías distribuidoras, el precio final se vuelve a elevar. • <i>Actividades para superar la crisis:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Ser mucho más creativo - Hay que pensar en nuevas formas de llegarle a la gente - Tener soluciones diferentes - Ofrecerle más a la gente, darle un plus, darle un extra - Tratar de innovar en todos los aspectos - No darse nunca por vencido.
Alianzas Estratégicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Son acciones desesperadas por seguir vivos y tratar de seguir

	<p>trabajando.</p> <ul style="list-style-type: none">• Si no estuviéramos hundidos en esta crisis tan profunda, no habrían estas alianzas.• Lo único positivo es que siguen habiendo compañías disqueras, muy pocas, que siguen aguantando.
--	--