

## **EMI Music (compañía multinacional)**

**1) ¿Cuál es tu nombre?**

Camilo Lara

**2) ¿Cuál es el nombre de la compañía disquera en que trabajas y cuál es tu puesto?**

Yo soy vicepresidente de EMI Music México.

**3) Cuales son los factores requeridos para lograr una buena comercialización de la música popular aquí en México?**

Los factores requeridos... yo creo que primero buena música, eh que lo que vendas, lo que promuevas tenga calidad y enganche con la gente y después pues.. apoyar las cosas que son de verdad que tienen carreras padres, que tienen carreras no, futuro a largo plazo.

**4) ¿Cuales son las actividades de marketing que realizan para que un artista pegue?**

Las actividades de marketing? Pues hay de todo, mira, como los discos de Bebo y Sigála que se vuelve un disco de boca a boca, y que la gente va descubriendo y por los conciertos, luego más gente lo conoce y así. Hay otros que por los medios masivos como la televisión, MTV, Telehit, estos canales o como la radio. La radio siempre ha sido como mayor vehículo para dar a conocer la música popular, eh.. pero ahora bueno, hay tantas cosas que, ya están tan dividido los medios de comunicación, o los medios con conexión con la gente, que hay artistas que son estrellas en Internet, hay otros que son estrellas en MTV, hay otros que son estrellas de radio, estamos viviendo como un momento de muchos factores que al final te pueden llevar al mismo camino no? Rumbo al éxito no.

**Osea que hay muchos lugares de promoción..**

Úes si, el entretenimiento ha ido cambiando su forma de comunicación, hace 10, 15 años era por medio de un video, eh.. por la radio, por los conciertos. Ahorita el entretenimiento te llega desde tu celular, hasta tu mail, a las páginas web, a los conciertos, las firmas de autógrafos, a los periódicos, es una.. como una gran gama de herramientas no.

**5) Cómo se lleva a cabo el plan promocional y el plan de medios de un artista? Osea, cuales son los pasos desde que sacan el disco?**

Primero ves a donde quieres, por esto lo que te explicaba, a donde quieres llevar a tu artista no, cuál es la necesidad que tiene, si es un artista que su mayor fuerza es un sencillo, lo trabajas en radio, lo haces un éxito, eh haces toda esta labor para que lo apoyen y funcione, eh y bueno y otros que necesitan otras cosas no. Pero en general, el plan de medios es.. tienes que cubrir en un período, en 2 , 3 hasta 4 meses que es cuando lo discos tienen una vida de venta he importante, la radio, la televisión, la prensa, el Internet, y bueno no hay un orden en especial y no hay, no hay.. depende del tipo de música es la importancia que le das a cada cosa.

**6) Considera la empresa importante el implementar marketing de relaciones con el público?**

Si claro, bueno es para, para nosotros es como el futuro de la industria. Es raro porque ahora, hoy en día tus clientes son, pues tal vez 100, no 100 o 200 clientes, pero como se están pasando las cosas y hay gente en el sureste asiático que las cosas ya han cambiado, tus clientes son 10, 20 o 30 millones, entonces la filosofía teóricamente de venderle a los clientes y que los clientes le vendían al público, ahora tienes que hacerlo muy, tienes que tener un contacto directo con el cliente entonces no puedes comercializar lo mismo, ni de la misma manera, tienes que, tal vez tu herramienta tiene que ser muy directa y más fácil para la gente que compra porque eh, en la medida en que te especializas y que llegas tal vez más directo a tu público, pues tienes como que saber a qué público llegar y cómo llegar, si no, entonces te pierdes ahí en la cantidad de gente que hay.

**7) Aproximadamente, ¿Cuál es el precio mínimo de un cd manufacturado por esta empresa y cuál es el máximo, a la venta al público? En tiendas?**

Híjole en tiendas, hay discos de 100 pesos, o un poquito más baratos 80.. y hay discos de lo que quieras, carísimos, carísimos, carísimos. Pero un disco de línea normal, o tal vez el disco más caro en la EMI es la colección de Los Beatles, costarán mas o menos como \$260 pesos cada disco.

**8) Qué porcentaje le corresponde a la tienda, hay intermediario aquí, o ustedes le venden directamente a las tiendas o tienen intermediarios?**

Hay de las dos, pero generalmente se le vende directamente a las tiendas y las tiendas le venden directamente al público.

**Y qué porcentaje le corresponde a la tienda, a ustedes y al artista del precio de venta al público?**

He.. la tienda se lleva como un 42% sobre el precio, mas o menos, esa sería la que más, que son las tiendas especializadas, y ahí ya entras en tu precio real, sobre ese precio real, es donde los artistas, donde las he.. todos nosotros ganamos. Osea lo otro es la ganancia de..

**La tienda.**

Sí, sobre ese precio real, eh pues es mas o menos fácil la división. Un artista se lleva entre el 5% y el 15%, mas o menos, más una regalía que es la regalía autoral, que es por Ley se tiene que llevar el 7.3%, ahí van 21..

**El artista?**

Si, el compositor. Ese es para el compositor de las canciones.

**Cómo se llama?**

La regalía Autoral.

Esa es para el compositor. Luego em.. mas o menos la distribución de un disco cuesta 10%, ahí van 32, el marketing es un llega a ser como el 20%, tengo 52, em que mas.. Bueno el costo de manufactura y ese es como un 5%, ya perdí la cuenta pero por hay, y el costo de grabación. A la compañía en un buen negocio, gana como un 15%. 15, o un 20%.

**Osea que de lo que venden sacan para promocionar al artista?**

No no, la ganancia ya es ganancia, ahí está destinado un 20% para marketing que es donde.. de donde sale para promocionar al artista, lo que pasa es que las compañías grandes, vilmente una de las fuentes de ingreso fuertes es del catálogo, que discos que ya se promocionaron, que ya son famosos y que la gente ya busca sin necesidad, de que.. sin que les inviertas. Entonces regularmente, es muy difícil ganar con artistas nuevos pero el catálogo te ayuda mucho a tener ese dinero para poderlo hacer.

**9) ¿Porqué hay diferencia de precio entre un artista y otro?**

Bueno en realidad, he.. buena pregunta porque no debería de haberla. En algún momento de la historia, las compañías, la industria empezó a ponerle valor a los discos no, y por fama o por que un artista se volvía famoso, se empezó a vender más caro. He.. bueno así es. También todo esto, igual hizo que a los artistas nuevos para que la gente los compre, igual como no son tan conocidos, les tienes que dar un precio barato para que la gente se anime a ir a la tienda y comprarlo, en cambio que con un artista que tiene fans, que está establecido, puedes gastar como fan más, sin que te duela no. Pero en realidad las canciones deberían costar lo mismo, bueno es.. es raro no?

**10) ¿Qué puntos de venta se consideran importantes para vender el cd? Es decir, dónde lo distribuyen mas o menos?**

He.. MixUp es una de las cadenas más importantes, y las tiendas especializadas no, porque hay varias no, como Tower Records, o Mr.Cd, o Sajares, o...

**Y venden a supermercados?**

Hay tres tipos de clientes, son los especializados que son esos, los mayoristas que son los que tienen almacenes para a su vez vendérselos a tiendas chiquitas y los departamentales que son las tiendas, los supers, los todo eso. Entonces estos tres clientes, pero el más importante es el especializado.

**11) Ve usted la posibilidad que las compañías disqueras consideren la venta de música digital como otra alternativa de venta?**

Si, ya nosotros estamos encima. Viene, es el futuro evidentemente, y ya ni siquiera es el futuro, estamos a cinco años de estar como está el sureste asiático. Y en el sureste asiático la venta digital representa el 70% del mercado, y el 30% el cd. Entonces estamos a 5 años, Europa estará a 3 o 4, en Estados Unidos estará igual a 5 años, entonces yo creo que ya eso es inminente. Y lo que es más interesante es que la venta digital ni siquiera es por computadora, es por teléfono.. todo no?

**Entonces ya no van a ser compañías disqueras?**

Es que ya no se llaman compañías disqueras, sino compañías de música. Y esa es como toda la filosofía de... es impresionante o sea, la tecnología esta ya de, ya estamos a nada he?

**Y cómo le van a hacer los artistas? Si van a ser compañías de música?**

Es que el término de discos, se refería a formatos. Cuando el formato desaparece hay dos opciones o desaparecen las compañías, o cambian no? Es como todos los demás géneros de cuestiones relacionadas a cosas artísticas, así pasó. La fotografía también, pues Kodak tuvo que cambiar también de ser físico a ser digital, em..

**A pues si no?**

Si no, entonces todo, todo cambia no. Y los artistas pues yo creo que vienen muy buenos tiempos para ellos porque vuelves al mundo de las canciones, no de los discos, tal vez va a ver más especialización en lo que la gente consume, entonces eventualmente cuando esto sea más grande, se van a tener que firmar muchos géneros de mucha música por menos periodos, más cortitos, tal vez por canciones.. es muy emocionante pues quién sabe que va a pasar.

**12) Qué opinas al respecto del crecimiento de los canales de música en la televisión? Ya ves que antes no existían tantos canales, cada vez aparecen más MTV, VH1, Telehit, VideoRola, o sea cada vez la televisión tiene más canales de música, como le beneficia a la industria?**

Pues es lo que te digo, es, cuando mis papás fueron jóvenes, el entretenimiento era, si lo ves como un pastel de estadística, pues el entretenimiento era cine, radio y televisión. He.. novia.. Osea he periódicos, libros, y ahorita no sólo es eso, la televisión por cable tiene 10,000 y si no tienes televisión por cable tienes dvds., y si no tienes dvd tienes video juegos y dentro de los video juegos tienes 14 consolas distintas. Esto de los canales es como el reflejo de todo lo que está pasando en todos lados no. El Internet también no creo que nadie sepa que hay millones de páginas que se pueden visitar o las opciones de todo, de todo en general es muy impresionante. Por eso yo creo que ya no existe un artista, es bueno, muy bueno, pero así cuando mis papás eran jóvenes, podía haber artistas globales que a todo el mundo le gustaran porque habían muy pocas opciones. Estaba tal vez, Elvis Presley y todo el mundo bailaba Elvis Presley, pero hoy en día con tantas opciones no puede haber estos artistas, no puede haber así los Michael Jacksons, que a todo el mundo le gustaban hay demasiada diversificación.

**13) Considerando la oferta de la disquera, es decir su portafolio de artistas, ¿cuales son los aspectos básicos que toman en cuenta para que un artista forme parte de su catálogo?**

He.. yo creo que buena música, buena música en el género que sea sin discriminar. Cuando hay buenas canciones y buenos artistas, lo demás sale solo.

**14) Que opinas acerca de las alianzas estratégicas o fusiones entre las compañías?**

Horribles. Me parecen horribles. Yo no creo en ellas porque no creo en las fusiones por cuestiones monetarias no, son cuestiones que se deciden en la bolsa y que sirven para fines económicos, pasa porque estamos viviendo en un medio de muy pocas compañías y cada vez menos. No sólo en la música en todo. Pero lo único es.. tiene un lado muy malo y un lado muy bueno. El lado malo es que hay menos opciones para los artistas, y el lado bueno es que obliga a los artistas a crearse sus propias opciones. Entonces hay menos compañías pero hay más gente que va hacer nuevas compañías, y estas compañías grandes cuando quedan tres..ahora van a quedar tres..

**¿Cuales? ¿Cómo están ahorita las fusiones?**

Está Sony con BMG,

**Ya se fusionaron?**

Ya.

**Osea ya no hay BMG y Sony?**

No

**Si te firman en BMG estás en las dos?**

Aja, es Warner, son cuatro, es Warner, EMI y Universal.

**Warner se iba a fusionar con alguna no?**

Con EMI, pero no pasó.

**Bendito sea Dios**

La compró el que compró Sigram, otro grupo.. osea cada vez las compañías se vuelven más grandes, tienen menos posibilidad de firmar artistas, hay menos espacios, no sé tiene dos lecturas muy interesantes pero en general yo preferiría que no pasara y que hubiera diez opciones..

**15) Bueno, y ya para terminar, centrándonos en la crisis de la industria discográfica, ¿qué está haciendo la compañía EMI para combatir la crisis?**

Hem... muy buena pregunta.. en realidad eh.. tenemos acciones con Amprofón, que es la cámara de la industria, y tenemos acciones a nivel policíaco, si del INTERPOL, y la PGR para combatir la piratería, ha bajado notablemente pero sigue siendo muy muy

muy alta. Entonces cuando bajas mucho y el problema es muy grande, no se nota. Pero, bueno esa es una, y esas son acciones de verdad. La otra em, pues ofrecer mejor música, yo creo que eso puede ser la mejor solución, ofrecer discos que no sean de una sola canción, y que la gente la llames por sus empaques, porque el disco tiene valores agregados y la última puede ser... Ser tal vez un poco más agresivos con los precios y tratar de sacar discos que no sean tan caros en los puntos de venta. Y además bueno pues este año, todas estas cosas hicieron que el mercado subiera, entonces este año no va a ser tan malo como el anterior.

Entonces está funcionando?

No sé, pero por lo menos este año vendió mejor, capaz de que la economía está repuntando un poco y la gente está.. Pero la piratería bajó, y ese porcentaje que bajó lo subimos en ventas legales.