

COMO EN CUALQUIER EMPRENDIMIENTO, EN LA MÚSICA HAY QUE TENER UN MODELO DE

Cómo emprender en el mundo

No sólo se obtienen ganancias por presentaciones, también por venta de mercancía o de *singles* por *streaming*

Elizabeth Meza Rodríguez
EL EMPRESARIO

TAL VEZ en alguna etapa de la vida tuviste el sueño de formar un grupo musical y ser reconocido a nivel mundial, pero quienes estaban a tu alrededor te decían que dejaras ese sueño porque “vivir de la música era algo prácticamente imposible”. Lo cierto es que al igual que cualquier emprendimiento se necesita dedicación, esfuerzo y pasión.

Vivir de la musical es posible, así lo dice Yorch Coqueto, bajista de la banda mexicana Los Lujos, originaria de Ecatepec, y aclara que “un error común es pensar

Al dedicarse a la música se debe tener un modelo de negocio y conocer cuánto cuesta un show.

que sólo se puede vivir directamente de *shows*, porque también se puede hacer de regalías, formatos de venta digital (*streaming*), comercialización de mercancía o renta de equipo de luces y sonido”.

Hay quienes tienen talento para tocar un instrumento musical o cantar y otros que no, pero que aman la música, ellos pueden dedicarse a emprender en torno a esta industria, ya sea que se conviertan en productores musicales, creadores de contenidos para bandas musicales, venta de mercancía o que gestionen eventos musicales.

Emmanuel Zunz, CEO y fundador de ONErpm, plataforma de distribución de música y videos, dice que si tienes un plan b y puedes imaginarte haciendo otra cosa que música, entonces tu proyecto no va tener éxito, pero puedes dedicarte a algo que gire en torno a ella, “por ello decidí dedicarme a la distribución musical”.

De acuerdo con datos del “Global Music Report”, publicado por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), la industria musical creció 8.1% en el 2017 por tercer año consecutivo y tan sólo en México tuvo ingresos totales por 137 millones de dólares



FUENTE: INFORMATION IS BEAUTIFUL, GLOBAL MUSIC REPORT DE IFPI, ENTREVISTAS

con un crecimiento de 7.9%, respecto al 2016.

MERCANCÍA

Como en cualquier emprendimiento, al dedicarse a la música se debe tener un modelo de negocio y conocer cuánto es lo que cuesta un *show*: traslados, ensayos, tiempo invertido, sistema de audio, entre otros. No es posible querer cobrar sin conocer cuáles son los gastos.

Para crear ingresos puede iniciarse por vender mercancía, para ello se requiere conocer cuál es el público y dónde se ubica geográficamente, por que son ellos los que van a adquirir los productos.

Se requiere crear un imagen gráfica y un nombre que permanezca en la mente de las personas, incluso, si se tiene una buena ilustración, la gente que acuda a un concierto de varios grupos puede comprar tu playera sólo porque le

atrajo la imagen, menciona Yorch.

“Vivir a través de la música es un proyecto de vida y es una empresa. Como tal tienes que crear una marca, ser diferente a todos los demás, más allá del sonido de la música”, explica el músico.

Lo mismo piensa Andrés Canalla, músico que decidió dedicarse por completo a esta industria. “La mercancía es importante para los músicos independientes, si no se genera el dinero necesario (tocan-

do) es posible hacer mercancía o administrar tiendas en línea, ello puede generar los ingresos necesarios para que te puedas dedicar a la música”.

CÓMO COMERCIALIZAR LA MÚSICA

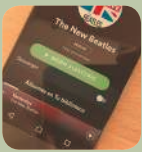
Si se decide continuar por el camino de crear una banda musical o ser solista, es necesario conocer cómo comercializarla.

La comercialización ha evolucionado y no es como hace una

musical



Principales plataformas



Streaming:

Spotify, Deezer, 8Tracks, Apple Music, YouTube Music Key



De venta:

iTunes Store, Amazon MP3, Shazam, eMusic, Tradebit, Google Play Store, Groove Music



De distribución:

CD Baby, The Orchard, EMU Bands, Record Union, Tunecore, La Cúpula, ONErpm

Recomendaciones

- 1 **Crea** un equipo que agregue valor a tu negocio.
- 2 **Genera** contenido de constante y crea *engagement*.
- 3 **Se único**, no copies y crea tu propio estilo.
- 4 **Cree** en ti, tu misión y valor, forja metas y cúmplelas.
- 5 **Si no te ves** haciendo música, puedes dedicarte a algo que gire en torno a ello.

GRÁFICO EE: ALMA BLANCAS

década: por medio de disqueras y discos físicos; ahora se realiza vía *streaming*, es decir, en plataformas como Spotify, iTunes o YouTube.

Los artistas dicen que, en la actualidad, crear un disco y sacarlo al público el mismo día es condenar la producción al fracaso, porque en el momento que sale ya es historia, se requieren lanzar *singles*, canciones que enamoren al público y lo enganche hasta espe-

rar a que salga el siguiente sencillo.

Durante el 2017, los ingresos por *streaming* aumentaron 633.2%, de acuerdo con el estudio de la IFPI y los principales actores son Spotify y Apple.

Sin embargo, acudir a cada una de las plataformas es algo imposible, porque requiere de gran inversión de tiempo y contratos, pero estas mismas ya no lo permiten, se necesita una plataforma que funja como intermediario.

Existen diversas distribuidoras como: CD Baby, The Orchard, Emu Bands, Record Union, Tunecore, ONErpm, entre otras que, además de distribuir el contenido, unifican la información e imagen del artista, apoyan en cuestiones legales y administrativas, *marketing* e incluso facilitan la creación de videos musicales.

Yorch dice que la elección debe ser acorde a las necesidades del grupo. Existen plataformas como CD Baby que tiene un costo de distribución por canción de 9.95 dólares y por cada álbum 49 dólares, pero hay otras como Ditto que tienen un costo de distribución anual de 93 dólares por distribuir música ilimitada.

Si se quiere estar en la música pero no cantando o tocando, se puede optar por comercializarla

“Cuando se tienen más reproducciones y ganancias es preferible cambiar a una plataforma que cobra de forma anual por subir toda la música que se quiera”, destaca.

RECOMENDACIONES

A partir de su experiencia y trato constante con músicos, Emmanuel Zunz, CEO de ONErpm, recomienda que para emprender en el mundo musical es necesario tener un buen equipo y acercarse a personas que agreguen valor al negocio.

También indica que ser constante en la creación de contenidos es fundamental y no se requiere lanzar sencillo cada semana, sino una versión acústica o un especial que mantenga al público en el radar.

Sobre todo, hay que creer en uno mismo y ser único. “No hagas lo que los demás hacen, lo peor que se puede hacer es copiar a un artista. Sigue tu misión y visión”.