

Fecha 03.02.2013	Sección Espectáculos / Falla de origen	Página 1
----------------------------	--	--------------------



CADA AÑO DECRECE 8% EL CONSUMO DE DISCOS COMPACTOS, PERO LA INDUSTRIA DUDA QUE SE ACABEN PRONTO Y SEGUIRÁ PRODUCIÉNDOLOS



Página 1 de 4
\$ 151060.00
Tam: 1820 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha 03.02.2013	Sección Espectáculos / Falla de origen	Página 1
---------------------	---	-------------

Martha Patricia García
martha.garcia@eluniversal.com.mx

Hace poco más de una década comenzó a hacerse latente una crisis en la industria discográfica. Se estima que las ventas caen 8% anualmente, lo que ha llevado a muchos expertos a cuestionarse sobre el tiempo de vida que le queda al disco compacto.

De acuerdo con Amprofon (Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas), la crisis en la industria discográfica mexicana comenzó en 2000 debido al incremento de la piratería, máxima distribuidora de material discográfico, teniendo en su poder entre el 68% y 70% de las ventas totales.

Algunos músicos, como el dueto Tango VIP, integrado por Javier Ortega (vocalista de Elefante) y el productor Ricky Requejo, han hablado de la posible extinción del disco. "Desapareció el vinil, el caset y (pasará) también con el disco compacto; además de las limitaciones que tiene, ya hay formatos de superior calidad, ya van a quedar para los coleccionistas", dijo Javier en 2011, año en el que el dúo puso fecha de caducidad de cuatro años al CD.

Expertos como el actual director de Cadena MVS Radio, Jessie Cervantes, consideran que aún faltan muchos años para que suceda.

"Yo creo que muchos pensamos que iba a desaparecer hace un par de años, creímos que con la llegada del 2010 se iba a apresurar la muerte del compacto pero ya no lo creo.

"El año pasado estuve en Japón y pensé de plano aquí el compacto ya no va a existir y fue lo contrario, realmente allá se mueve mucho el CD; estuve en un par de radios en Tokio

y siguen tocando música en compacto original, así que no creo que desaparezca en cinco años, el CD es protagonista todavía, tiene mucho que ver el ancho de banda y la parte

cultural de cómo va avanzando el país", dijo el director artístico.

Considera que será hasta que la gente compre sólo formato digital cuando artistas y compañías dejen de producir discos.

Huellas de la decadencia

Existen reconocimientos certificados por Amprofon que otorga cada compañía por la música más vendida en formatos físicos y digitales. De esta manera se premia a los artistas con discos de

Oro, Platino y Diamante, de acuerdo con las ventas logradas en cada álbum.

Sin embargo, el rango de ventas de discos para obtener los premios se ha reducido drásticamente a raíz de la crisis en la industria.

Los álbumes anteriores al año 2000 eran premiados con Disco de Oro por 100 mil unidades, con Platino por 250 mil unidades y con Diamante por un millón de unidades.

Para 2013 se ha reducido dramáticamente la cantidad de ventas requeridas para las distinciones, ya que otorgan Disco de Oro por 30 mil unidades, Platino por 60 mil unidades y Diamante por 300 mil unidades en formato físico y digital.

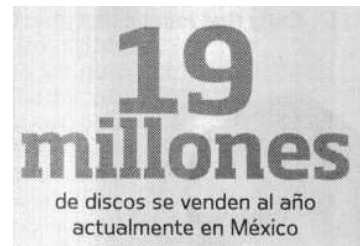
En dicho lapso apareció la certificación por descargas de *ringtones* que rápidamente desapareció, y en 2010 comenzó a aplicarse la certificación por descargas de álbumes en versión digital. La certificación por videos en cualquier formato se

mantiene en Oro por 10 mil unidades y Platino por 20 mil.

Amprofon señala que a mediados de los 90 la industria discográfica mexicana vendía 76 millones de unidades en discos, mientras que en la actualidad apenas se alcanzan los 19 millones de unidades, lo que representa una caída de 75.6%.

La Asociación reporta que en un lapso de dos años (de 2000 a 2012) se ha reducido la planta de trabaja-

dores directos e indirectos de la industria en un 80% debido al cierre de puntos de venta legal, distribuidores de discos físicos y los talleres de impresión.



LOS NÚMEROS DE LA CRISIS

PIRATERÍA. El incremento de material apócrifo en el año 2000 detonó el inicio de la crisis en la industria

CANTIDAD. Actualmente ocho de cada 10 discos que se venden son "piratas"

DÉCADA. De 2000 a 2013

se estima que la industria discográfica ha sufrido una pérdida de 76.5%

EMPLEO. De 2000 a 2013, la plantilla de trabajadores se redujo en 80%

PÉRDIDA. La industria tiene una caída de 8% anual

Continúa en siguiente hoja



Fecha 03.02.2013	Sección Espectáculos / Falla de origen	Página 1
---------------------	---	-------------

EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS, TRES IMPORTANTES TIENDAS DE DISCOS HAN TENIDO QUE BAJAR LA CORTINA. ANTE LA CRISIS, LA ESTRATEGIA HA SIDO BAJAR LOS PRECIOS

César Huerta

cesar.huerta@eluniversal.com.mx

El fenómeno de la **piratería** no siempre es el culpable principal de que desaparezcan las tiendas de discos y videos; a veces se trata de **rentas elevadas** en los inmuebles y el descenso de visitantes en una plaza comercial.

Apenas el jueves pasado, Tower Altavista, que estaba ubicada al sur de la ciudad y que contaba con un amplio surtido de libros y una de las mejores cabinas de audio, cerró sus puertas tras años de existencia.

Lucila Zetina, directora de promoción de Mixup, operadora de las tiendas del mismo nombre, Tower y Discolandia, que en total superan los 60 inmuebles, explica:

“Tenemos mucha retroalimentación con con el público, siempre hay un buzón de sugerencias y desgraciadamente la plaza dejó de tener afluencia; muchas tiendas comenzaron a cerrar y a la gente no se le hace padre eso.”

“Me parece que también una de las

quejas era que el estacionamiento era caro, a nosotros nos pedían que lo pagáramos, pero eso tampoco era viable; se trató de tener un acercamiento con la administración, pero a ellos tampoco les convino y al final esto termina afectando al cliente”.

La ejecutiva destaca que en los últimos dos años han cerrado tres tiendas, entre ellas el Mixup que se encontraba en 16 de septiembre, en el Centro Histórico, motivado por un bajo consumo y la renta del lugar.

Cuando se llega a tomar la decisión del cierre, detalla Zetina, es después de varios meses con bajas ventas.

“Sí tenemos casos de tiendas que han bajado por la **piratería**, pero en el centro un poco es la cuestión de que es cara la renta, porque son construcciones de patrimonio de la humanidad y las tiendas requieren de una inversión y, aunque se vea gente adentro (compradores), tal vez no es el vo-

lumen en venta que permita tenerla en operación”, destaca.

Por el momento la empresa cuenta con más de 50 tiendas Mixup, tres Tower y dos Discolandia, lo que da empleo a cerca de mil 800 personas.

El personal de Tower Altavista será canalizado, aseguró, a **Mixup Loreto**.

Lucha contra imagen

Zetina no cuenta con el porcentaje de descenso que han tenido las ventas físicas por la **piratería**, pero comenta que la cadena ha implementado medidas para contrarrestarla.

“Hemos tenido que mejorar precios, mucha gente se quedó con la idea de que los productos estaban caros y se ha buscado que, por ejemplo, haya discos que cuesten 90 pesos, mismo precio

que en digital.

“Lo que pasa es que hay una generación de personas (los jóvenes) que no están yendo a las tiendas, no tienen esa costumbre”, señala.

Pero aun así, asegura, México sigue siendo visto por las disqueras como un mercado que mueve al artista a sacar un producto físico. “Cada diciembre la gente sigue considerando un buen regalo un CD o un DVD, todavía quieren tener algo en sus manos”, expresa.



PASADO. En Tower Records Zona Rosa, ya desaparecido, tocó Bon Jovi en 2001



DECISIÓN. Ante la crisis, algunos artistas prefieren lanzar su música por internet



CIERRE. Mixup cerró su sucursal de Centro Histórico por que la renta era incosteable