



## ROCKVOLUCION EMPRESARIAL

"LOS MÚSICOS HAN DEMOSTRADO SIEMPRE UNA MANERA DE PENSAR ÚNICA Y ORIGINAL, Y ESO ES ALGO DE LO QUE LAS EMPRESAS PUEDEN APRENDER MUCHO" SALVA LÓPEZ

Salva López es un personaje interesante. Su faceta de licenciado en económicas unido a su tardía vocación como músico, le ha llevado a publicar su ópera prima "Rockvolución Empresarial". Su libro está escrito en clave de rock. Sus ejemplos pueden parecer obvios tanto al público aficionado a la música en general, como a los practicantes semiprofesionales o a los músicos a tiempo completo, pero no pasa indiferente ante las figuras que deben estrujarse el meollo diariamente para mantener, sacar a flote o simplemente hacer destacar las empresas en las que trabajan. Sus mensajes hablan de innovación, liderazgo, trabajo en equipo, reinención... cualidades todas fundamentales para poder subsistir hoy día en el mundo de la empresa.

**Mis felicitaciones por un libro que ilustra de manera ejemplar las analogías entre la innovación en la historia de la música, con la visión empresarial.** Déjame aclarar que no es un libro de analogías ni paralelismos, sino un libro que dice que el mundo del rock es una fuente de conocimiento con mayúsculas, ya que los músicos han demostrado siempre una manera de pensar única y original, y eso es algo de lo que las empresas pueden aprender mucho.

**¿Buscas algún público en particular con este libro?** Hay un auténtico círculo oculto de hombres y mujeres de empresa que son fans del rock, pero que visten de ejecutivos. Este público empresarial disfruta cayendo en la cuenta de que Pink Floyd, Bruce Springsteen, Jethro Tull o Iron Maiden, por citar solo a unos pocos, habían estado siempre delante de sus ojos y nunca se habían parado a pensar en que podían ser auténticos maestros con ideas que ellos pueden utilizar para mejorar sus empresas. El trabajo en equipo de los Doors, la capacidad de liderazgo de Bruce Springsteen, la creatividad y la co-creación de Queen, la de adaptación al cambio de Genesis, la de reinención de Bob Dylan o David Bowie,...) o la rapidísima adopción de nuevas tecnologías de Pink Floyd... Yo sólo he señalado que esas habilidades tan valiosas aparecen de manera natural en el mundo de la música y, como yo también soy músico de rock además de hombre de empresa, me he encontrado haciendo la traducción simultánea entre los dos mundos.

**¿Cuál sería tu receta para los músicos contemporáneos que tanto necesitan de los empresarios o de su propia visión comercial para poder subsistir?** Mi receta tiene dos ingredientes básicos: el primero es la honestidad. La música que nace y se crea con honestidad tiene un valor y una potencia inigualables, y creo que eso

es una buena materia prima con la que construir algo. Y el segundo ingrediente es Internet. El negocio de los músicos ya no es vender discos. En realidad nunca lo fue. Ése es el negocio de las discográficas. El de los músicos es la música en directo. El que no esté de acuerdo conmigo que revise la historia de los Grateful Dead. Se dará cuenta de que ellos regalaban su música, pero vendían entradas. Habilitaban zonas especiales en sus conciertos para que aquellos que quisieran grabaran con gran calidad sus conciertos, sin pagar nada a cambio. Sabían que pasarían copias a sus amigos, y que cada vez vendría más gente a sus conciertos, y así fue. Y estoy hablando de hace más de 40 años. Los músicos deben adoptar las nuevas tecnologías y usarlas para conectar con su público. Debemos ser inteligentes y encontrar la manera de usar eso a nuestro favor.

**¿Era consciente la población de empresarios antes de tu "irrupción" de lo mucho que la música tiene de ejemplo para el mundo de los negocios?** En absoluto, aunque lo que digo es tan claro y evidente, una vez leído, que muchos me dicen que "algo intuían desde hace tiempo", y cosas por el estilo. Me basta con que comprendan el mensaje y les inspire para sus negocios. Pero no sólo los empresarios y hombres de negocio me dan esos mensajes.

**¿Qué requisitos crees que debe cumplir un grupo musical actual para llegar masivamente al público?**

Dominio de las nuevas tecnologías, del social media, del social commerce. Estamos en un mercado de "socialholics". Los que mejor sepan entender las potencialidades de todo esto abrirán nuevos caminos. Todo cambia día a día. Los músicos ágiles tendrán ventaja. Pero igual que digo esto también recuerdo lo que ya he dicho antes sobre la música honesta, que se abre camino por sí sola. Les pasó a los Arctic Monkeys. No tenían ni idea de nuevas tecnologías ni sabían qué era Myspace, pero sus fans sí lo sabían, y lo usaron para apoyarles.

**¿Veremos desaparecer en pocas décadas el rock de estadios cuando ya no estén Bruce Springsteen, AC/DC, Rolling Stones, U2?**

No lo creo porque las posibilidades técnicas son cada vez más increíbles. Lo ha demostrado la última gira de Roger Waters con 'The Wall'. Ahora tenemos a Muse y Rammstein creando nuevas experiencias para el público, y hasta Coldplay han dado clases de innovación en su actual gira.

**Oscar Plaza**