

Herzio conecta con la música independiente

Tres veinteañeros españoles crean una red social que se sustenta en la venta de entradas y de 'merchandising'.

M.Prieto. Madrid

En la industria musical, sigue habiendo oportunidades de negocio. Un convencimiento que ha animado a tres veinteañeros españoles (Javier Fernández de Bobadilla, David Zafra y Carlos Sanz) a fundar Herzio, una red social musical que da una vuelta de tuerca a las propuestas actuales.

Herzio se dirige a los músicos independientes que quieren utilizar la Red no sólo para ponerse en contacto con sus seguidores, sino también para ampliar su base de fans y, además, rentabilizarla mediante la venta online de entradas a conciertos y artículos de *merchandising*. Herzio es, pues, una mezcla de red social, motor de recomendación y comercio electrónico.

"Hay un mercado oculto

enorme de pequeños grupos. Son millones de artistas en el mundo. Sólo en España hay unos 157.000. Por eso, se abre un potencial de negocio enorme", explica Javier Fernández de Bobadilla. Según Ticketmaster, este mercado mueve unos 13.000 millones de dólares (8.620 millones de euros) en el mundo en concepto de venta de entradas y alrededor de 2.100 millones de dólares en *merchandising*.

Herzio pone a disposición de estos artistas, que carecen de promotor, una herramienta para que vendan entradas digitales. Además, pueden diseñar un catálogo virtual de *merchandising* a la carta, de forma que no asumen riesgos de stock.

Los internautas reciben recomendaciones afines a sus

Plan de negocio

- Está apoyado por inversores privados como Jesús Banegas, Adeyemi Ajao, Richard Golding y Enrique Sanz.

- A principios de 2009, recibieron una inversión de 290.000 euros. Ahora, buscan nuevos inversores.

- El plan contempla alcanzar 4.000 artistas y 96.000 usuarios, con unos ingresos de 52.000 euros. En 2012, prevén alcanzar el punto de equilibrio.



Los fundadores de Herzio.

gustos, pueden escuchar gratuitamente novedades en *streaming*, saben qué escuchan sus amigos y a qué conciertos van, y siguen la actividad de sus grupos favoritos.

Herzio está apoyado por inversores privados como Jesús Banegas, presidente de Aetic; Adeyemi Ajao, fundador de Tuenti; Richard Golding, presidente de Parques Reunidos; y Enrique Sanz, socio director de Landwell. Además, participan una quincena de músicos, mediante un vehículo de inversión colectiva.

Después de recibir a principios de 2009 una inversión fi-

nanciera de 290.000 euros, que valora la compañía en un millón de euros, Herzio busca ahora nuevos socios financieros. "Es un momento complicado, pero no es un proyecto muy intensivo en capital. Una vez desarrollada la plataforma, se puede escalar sin disparar los costes", explica Carlos Sanz.

El plan de negocio contempla alcanzar el próximo año 4.000 artistas y 96.000 usuarios, con unos ingresos de 52.000 euros. Para 2012, prevén alcanzar el punto de equilibrio con una facturación de 3,5 millones de euros.