

Tercer Piso Records (compañía independiente)

1) ¿Cuál es tu nombre?

Yo soy Pepe. Pepe Vergara.

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

Tercer Piso y la dirijo, soy socio principalmente eso.

3) ¿Cómo es la estructura de una compañía independiente? Bueno, de su compañía.

Bueno hay una gran diferencia la verdad. La verdad es de que bueno, una compañía disquera de las tradicionales conocidas, pues es una industria que tienen una estructura de personal muy grande muy saturada, con A&Rs y con directores y promotores etcétera, y bueno una compañía independiente como la nuestra he.. realmente es pequeña, la estructura, sin embargo la trascendencia que se puede tener es grande. Nosotros lo que tenemos propende con instalaciones es un estudio de grabación, eh.. las oficinas principales corporativas donde operamos, y prácticamente es el ingeniero de sonido con su asistente en el estudio de grabación, y tenemos también bueno he.. un par de personas que nos ayudan a la relación con los músicos como A&R, y al mismo tiempo para la atención de todo el seguimiento de sus proyectos. Entonces prácticamente yo dirijo y tengo a mi cargo estas he.. 2, 4 personas además de una persona que nos da servicios de asistencia administrativa como secretaria. Cinco personas.

4) ¿Tienen departamentos que se encargan de manufacturación, distribución etc.?

Ok. Bueno nosotros la producción del disco, la hacemos con nuestro propio estudio, eh.. mezclamos también y masterizamos en los ángeles, o en algún otro sitio, porque bueno pues todavía aunque existen los equipos, todavía la especialidad que tienen en otros lugares, todavía nos lleva camino. Así que lo que queremos es muy buena calidad, y este no nos queremos exponer y la masterización la hacemos externa. La distribución la hacemos en diferentes formas, una, y funciona muy bien, es a través de las mismas bandas. Lo que sí promovemos nosotros, es hacemos una muy buena labor de booking, de programar conciertos para la banda y pues la idea es que ahí en los conciertos se haga una muy buena cantidad de ventas de discos. Por otro lado también colocamos en algunos casos con alguna distribuidora también, no disquera precisamente, o si es disquera solamente contratamos con ellos la distribución, pero existen compañías distribuidoras no disqueras y ellos son los que nos colocan generalmente en las tiendas de discos. Pero ahorita estamos iniciando un programa que es venta persona a persona, y es un equipo de gente que le lleva la música, le lleva el disco al cliente directamente a su casa o a su oficina, con el catálogo de nosotros y además que bueno, oyen la música a través de los audífonos eh.. y bueno creemos que esto va a funcionar muy bien. Persona a persona es un sistema muy inteligente porque no se necesita publicidad, radio, ningún tipo de promoción dado que la persona es la que lleva toda la información y además es la que le pone en los oídos las canciones a los clientes. Y bueno esto es además, una oportunidad muy grande para la gente que lo hace porque en lugar de que las ganancias se queden en el intermediarismo que existe, donde primero es una distribuidora, luego es una tienda de discos, toda la ganancia se

le queda directa a gente pues que necesita un extra, una ayuda, y pues creemos que esto va a funcionar muy bien.

5) ¿Y ha que clientes les venden? Llegan a casas o llegan a dueños de tiendas?

Generalmente no es, la labor no es de llegar a tocar puerta por puerta no. La labor es pues con los contactos y relaciones que todos tenemos, que todos estamos rodeados todos de gente, y que toda la gente oye música, la única diferencia es el estilo de música, eh.. le enseñamos el catálogo y dependiendo del cliente, del estilo de música que le guste es la recomendación que le hacemos. Pero aquí la ventaja es que este distribuidor, esta persona que atiende directamente al cliente es el equivalente a ese personaje que estamos buscando nosotros en las tiendas de discos y que no encontramos. Que queremos que nos diga una buena recomendación, que antes de comprar el disco, lo podamos escuchar, que nos diga un poco de la historia de la banda, que nos diga principalmente qué nos conviene, que nos de más opciones, eh.. cuando vamos a las tiendas de discos ya por una canción o por un grupo específico, necesitamos así como pedirlo. Pero creo que todos vemos ahorita en las tiendas de discos, miles de discos y queremos saber más que hay. Y a veces terminamos comprando por experimentar cosas que no funcionan, así me ha pasado muchas veces. Llego a una tienda de discos de ese otro país, quiero música de ese otro país, ni lo que me recomiendan, ni lo que yo supongo que puede ser bueno, a veces es lo que me gusta, y terminas así como frustradón, mucho de lo que compré no es lo que yo quiero. Entonces aquí no va a ser así, en este caso la persona lleva un demo, en ese demo lleva pedazos de canciones, así que puede ir oye, escuchando y bueno siempre es medio atractivo para el cliente estar comprando algo medio underground, o sea que no tan fácil lo encuentra en todos lados.

6) ¿Cuál es la ventaja que tienen las compañías disqueras independientes contra las compañías disqueras internacionales?

Bueno muchas, la primera es la sensibilidad. Yo creo que muchas compañía oficiales de las grandes, han perdido la sensibilidad humana, por los músicos. Ya es, uno más, este no se ponen a sentirlo, no se emocionan a veces con ellos, con su música. Sencillamente están tratando de cuadrar un tipo de canción que le guste a cierto tipo de mercado. Pero muchas veces ya no existe ni la emoción, ni el gusto, no se apasionan, no se casan con el proyecto, eh.. esa es una. Dos, otra gran ventaja que tenemos de ser independientes es que el costo es pero por mucho más bajo. Los costos administrativos, la infraestructura que se tienen, pues podemos operar igual o con más eficiencia con muchos menos costos.

¿Y en las tiendas es más bajo el precio?

Si. Nosotros podemos tener obviamente a menos costos, le podemos ofrecer una mejor regalía a los músicos, a los productores y a los autores. Y además de que podemos dar el disco en un precio menor. Que esa es una de las ventajas que también podemos lograr cuando hacemos la venta directa. Porque cuando es venta directa, el producto, el disco, pues desde nuestra productora pasa directamente al distribuidor y de ahí al cliente, nada más hay un intermediario. Mientras que en un sistema tradicional, la compañía disquera lo pasa a un, muchas veces cuando no tienen distribuidor, lo pasa a un distribuidor y el distribuidor a la tienda de discos, además las ganancias que se quieren embolsar cada uno son enormes. Encima de los costos que hay que recuperar, entonces le quedan migajas de dinero a los músicos, entonces por eso, una de las cosas que nosotros tenemos es que en los contratos no hay mañas. No hay mañas de que les

vamos a pagar un porcentaje, pero sobre el 90%, menos el costo del empaque, menos un montón de deducciones que hacen aquí, está muy limpio, está muy claro.

Y.. ¿Donde hacen los discos? ¿Donde los manufacturan? Así la caja, y la bolsita? Ahí en la propia oficina?

No.. bueno, hay industrias maquiladoras que se encargan de reproducir los discos y tenemos ahorita una contactada muy buena, y nos da muy buena calidad, muy buen precio. Y el arte lo van haciendo, eh bueno, diferentes personas no, de repente hay artistas o hay músicos que ya llegan con una idea de arte. Hay unos músicos que incluso al paralelo de ser músicos les gusta la onda del arte, pero si bueno, buscamos que sea algo a fin y además, somos una empresa que hacemos los proyecto en conjunto con los músicos. En equipo con ellos, no los dejamos fuera.

7) Bueno, 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?

Los aspectos básicos.. eh bueno, que nos guste la música, a nosotros eh.. que sepamos, eh.. puede tener también una penetración comercial aunque no estamos buscando siempre la penetración comercial super masiva no? Porque de repente hay música intelectual, vamos a decirlo así no, por ejemplo free jazz que es muy actual no? Muy moderno pero que sabemos que no lo van a comprar las masas de los que compran la música grupera no? De hecho, la música grupera no la movemos aunque sepamos que podemos vender tal vez muchísimo, 10, 100 veces más, pero no porqué? Porque también nosotros lo que queremos es tener una dignidad como empresa. O sea nosotros defendemos, más que defendemos, estamos aportándole cultura, música a la sociedad. Yo creo que es algo de que se han olvidado las disqueras, o sea qué le están aportando a la sociedad. Y la verdad es de que están pues poniendo en los oídos de la gente, pues música, con todo respeto no, música que tiene muy poco valor musical, música que tienen letras de rencores, de odios, de apasionamientos, de dolores, que bueno.. todo es expresión y todo se vale, pero pareciera de que ya que le hayan a la gente ese punto débil, por ahí le dan y no buscan aportar, no se arriesgan a experimentar. De repente músicos que tienen propuestas musicales extraordinarias, las dejan fuera porque ya tienen a la gente echada a perder con un oído bastante deteriorado. De querer oír pura música demasiado comercial. Pues nosotros buscamos, sin estar peleados con lo comercial, no estamos peleados con lo comercial, tenemos pop no, muy buen pop. Pero si le damos lugar también y espacio a la música que no es precisamente comercial.

Qué géneros manejan?

Bueno, géneros manejamos todo lo que sea contemporáneo, es decir, nosotros no estamos ahorita produciendo grupos que tengan música muy tradicional porque de lo muy tradicional ya hay mucho. No la descalificamos digo, digo son cosas muy buenas pero ya hay muchísimo, no estamos innovando. Contemporáneo me refiero por ejemplo, puede ser desde una música muy étnica pero, fusionada con toques de música o raggae, o rock, o electrónico o cosas del tipo no? He.. todos los géneros, estamos abiertos, pop, rock, todos los idiomas, particularmente aquí de lo que más tenemos es español e inglés. Eh.. la otra pregunta cuál era perdón?

¿Cuáles son los artistas?

Bueno en esta empresa que empieza ahorita, como artistas tenemos Iguana Rose, Rocamadre, “la banda de Rocamadre”. Como estudio de grabación, grabamos a Azúl Violeta, ellos se promovieron a través de otra compañía disquera pero nosotros los grabamos he.. estamos también ahorita terminando de grabar y también asociados para producir y lanzar todos los grupos del concurso O Music, que van a ser bastantes pero

de entrada son Cabulla, Guayubé, Naipú, son de Bogotá, y bueno ahorita tenemos en puerta 15 proyectos de todo esta lista de grupos que surgieron del concurso O Music, y bueno tenemos ya sabes todas las propuestas del mundo, y mucha gente que quiere una oportunidad y que en verdad todas las escuchamos, bueno a mí me ha tocado ir a compañías disqueras y tienen un altero de discos que no oyen. Nosotros todas las escuchamos.

8) ¿Cuáles son los factores que se necesitan para lograr una buena comercialización de la música popular?

Primero que el producto sea muy bueno, y que la banda sea muy buena. Segundo lugar, que esta música se va a promover tenga una base sólida, un simiento sólido. Simiento sólido es tener un primer grupo importante de gente que le guste esta música. Que realmente ya esté, siguiendo a la banda, consiguiendo sus discos, metiéndose a su páginas de Internet, se van haciendo fans. De repente queremos una banda por buena que sea que de la nada surja a vender miles de millones de discos no, nosotros creemos que cuando se construyen así, es porque pues les meten todo el dinero en la televisión, todo el dinero en la radio, y de alguna manera forjan el éxito pero que de alguna manera sueltan esa publicidad y todo ese dinero que le meten y la banda se desploma así como estaba antes. Nosotros creemos que para una banda tenga un crecimiento y un simiento sólido, no nada más una llamarada de petates, tenemos que trabajar mucho con ella en concierto. Por eso nosotros además también otra empresa, filial de Tercer Piso, que es Tercer Piso Live, y que es una empresa que dedica al audio y la iluminación y hacemos también las veces de empresarios en conciertos en donde involucramos grupos externos fuera de las producciones de Tercer Piso y las de Tercer Piso. La primera base es, ponerlo en los oídos de la gente en vivo sobre todo, es algo que nosotros dependemos mucho y buscamos. Hace rato que me preguntabas cual es una de las características de selección, una de ellas es que en vivo, suenan igual o mejor que en el disco. Ahorita hay tantos trucos en el estudio de grabación que tu puedes hacer que una banda que generalmente no se oye bien en vivo, pues entre parches, y que tantas cosas que hay en el sistema digital, pues lo puedes arreglar, puedes hacerla sonar muy bien en el disco, pero en vivo suenan mal. Entonces es eso sobre todo. Esa es la primera base que nosotros buscamos. Y de ahí en adelante, lo que hacemos es que ya una banda que vendió cuando menos 5 mil discos, entonces ya pensamos en hacerle un video. No antes. Hasta que primero tenga una venta de 5 mil discos, pensamos en hacerle un video, pensamos ya en ir y negociar con la radio a nivel de, negociar no significa pagar payola, osea aquí nosotros somos enemigos de la payola porque eso es una corrupción, eso es pues hacer llegar música sin ningún valor a veces, sólo por el hecho de pagar, nosotros no estamos de acuerdo con eso, pero vamos con las radio difusoras y les presentamos nuestro material, y a algunos les interesa y lo quieren poner, y les gusta y se casan con la idea, y es algo que también sirve de apoyo.

Entonces nunca pagan payola?

Nunca pagamos payola, ni pagaremos.

Pues que bien que algunos si pongan la música.

9) ¿Cuáles son las actividades de marketing que realizan con un artista? He, la compañía de ustedes?

Bueno, he.. entrevistas, afortunadamente nosotros como Tercer Piso, también estamos muy ligados con la empresa Omnilife. Esta empresa Omnilife tiene un grupo editorial con más de 6 revistas, entonces muchos de sus artículos, algunos de sus artículos también son de las bandas, de nosotros. Hacemos entrevistas de televisión con ellos,

he.. los llevamos a giras de conciertos, estamos en constantes entrevistas de radio, con ellos, ese es el programa de marketing que tenemos. Obviamente, cuando ya se lo merecen, el video, buscamos que aparezca en estos programas donde lanzan bien los videos en la televisión.

10) Aproximadamente, ¿Cuál es el precio mínimo por un CD manufacturado por esta empresa en las tiendas?

Esa es una de las cosas con las que estamos siempre peleando no, que las tiendas de discos no le pongan el precio tan caro a los discos. Nosotros le damos un precio a la tienda de discos, y ellos le ponen el precio que quieran. O sea a la hora de que, nosotros no tenemos el control del precio final al público. Este precio lo deciden las tiendas de discos. Pero nosotros siempre le damos un precio bastante razonable para que el disco pues, no pase en el caso de ellos, de \$110, \$120 pesos. Pero cuando nosotros lo vendemos directo, persona a persona, entonces este disco, no pasa de valer 90 pesos.

Osea el precio máximo es noventa pesos.

Precio máximo persona a persona \$ 90 pesos. Precio máximo en las tiendas \$110, \$120 pesos. Pero ellos pueden decidir de repente subirlo más. Ellos son los que lo suben si..

11) ¿Qué porcentaje le corresponde a la tienda, a la compañía, y al artista?

Bueno, he.. la tienda de repente se hecha a la bolsa lo que quiere no. Como te digo, nosotros les damos un precio, y ellos le ponen el precio que quieran. Para que tu tengas una idea, del precio que nosotros damos, la distribuidora se lleva casi un 80%, sobre ese precio, todavía la tienda de discos se lleva otro 80%, y termina costando el disco con respecto al precio que nosotros damos, tres veces más. Eso es comúnmente lo que pasa en las tiendas de discos. No en el sistema de persona a persona. Ahí es mucho menos la proporción de ganancias.

¿Y los artistas cuanto más o menos de regalías, cuánto están ganando?

Bueno, normalmente lo que hacemos es, por ejemplo, hay artistas que nosotros grabamos todos, y como regalía artística les damos el 10%, como regalía de productor le damos el 3% y como regalía de autor le damos el 8%. Sin embargo de repente hay grabaciones que ya traen algunos artistas, que si nosotros certificamos que es muy buena, entonces le damos puntos extras no, puede llegar en lugar del 10 hasta el 15%, a llegar a ganar un artista. Pero además, estas regalías, estos porcentajes son calculados sobre los precios reales de los discos. O sea no hay mañas de que les quitamos el 10% y el empaque y que esto y que lo otro.

12) ¿Por qué crees que hay diferencia en el precio de venta de un disco entre un artista y otro?

Oferta y demanda no? Ellos lo que hacen es, me están pidiendo mucho este disco, súbele de precio no? Casi no me lo están pidiendo, bájalo de precio. Yo supongo que yo supongo que es poe ahí.

Ustedes a todos los artistas le ponen el mismo precio?

Mismo precio. Nosotros si damos el mismo precio en todos los artistas. La tienda de discos bueno, lo cambia.

13) ¿Qué puntos de venta consideran importantes para vender el cd? Aparte de persona a persona? Osea en las tiendas.

Bueno en cuanto a los nombres de las tiendas? Bueno pues aquí en México hay tiendas importantes, de cómo para el tipo de música que nosotros tenemos como MixUp, como

Mr.Cd, como Sanbourns. Pero ahorita también estamos tratando de canalizar eh.. discos en pequeños supermercados, cadenas de supermercados pequeñas, que tienen de repente en una sola ciudad 400 tiendas, a veces 80 tiendas, 50 tiendas. Si me entiendes? En una sola ciudad.

¿Como Walmart?

No. Esas tiendas son muy grandes. No. Más bien tiendas pequeñas como 7 Eleven, Sanbourns, Oxxos. Estamos apenas empezando a platicar con ellos, todavía no es algo que esté bien.

14) Ve usted la posibilidad de que las compañías disqueras consideren la venta de música digital como otra alternativa de venta? Digital me refiero a Internet, música bajada..

Si claro, este es un canal de ventas que estamos ya iniciando a investigar y lo vamos a hacer también. O sea vamos a hacer venta por Internet. Y además no queremos hacer nada más, venta del disco, sino venta de canciones. Porque la gente puede armar su cd, bajando canciones de diferentes grupos. Ya existen esos sistemas. Nada mas es, nosotros sumarnos.

¿Cuándo empezó Tercer Piso Records?

Realmente Tercer Piso Records tiene un año, un año aproximadamente. Si bueno, fue evolucionando. Primero fueron ensayos, nosotros Rocamadre ensayábamos. De ahí empezamos a tener un equipo de grabación, tocar en estudio. Después del estudio de grabación se empezaron a acercar muchas bandas con nosotros a pedirnos que les grabáramos, nos dábamos cuenta que después de la grabación se quedaban sin nada no, sin ningún camino a seguir, o su único camino era ir con la disquera y sufrían mucho para trascender, entonces de ahí viene la idea de hacer Tercer Piso. Ya es una, ahora si es una empresa bien formada.

15) ¿Qué opinas respecto al crecimiento de los canales de música en la televisión? ¿En que manera beneficia ala industria? Ya ves que antes no existían tantos canales dedicados a los videos, ahora está MTV, Videorola, VH1, Telehit, o sea cada vez aparecen más y más y más. ¿Qué opinas respecto a eso?

Pues yo opino que es maravilloso, y que qué bueno y ojala sigan abriendo y abriendo más canales de este tipo. Si ayuda, si aporta. Aunque todavía por las estadísticas que nos comentan, tiene más fuerza la radio que la televisión. Pero por supuesto es una buena aportación y sí sirve.

16) ¿Qué opina usted respecto a las alianzas estratégicas o fusiones? Entre las compañías?

Bueno yo pienso que ahorita son como las patadas de ahogados que están haciendo muchas empresas. Que se tienen que fusionar porque ya solas no pueden y me parece una buena estrategia. Más allá de la fusión, lo que tienen que cambiar es número 1: la sensibilidad hacia los músicos. Número 2: disminuir sus costos para poder darle a los músicos una mejor regalía. Número 3: ser más honestos con los músicos en el sentido de no poner en los contratos tantas interpretaciones que terminan siendo cosas diferentes a lo que se creía, he... y bueno que realmente sea una... he yo pienso que si todas las disqueras se unieran, no tendrían porqué pagar payola en la radio. Porqué? Por que la música es de las disqueras. Y resulta que la misma música de ellos que toca la radio, ellos van y les pagan payola. Para que toquen su producto, su música! Al revés, es decir la radio debería de pagarles. Pero bueno, a veces así pasa. Yo digo que

si se unen y protestan contra eso, yo creo que pueden conseguir algo muy importante, algo muy valioso.

Muy buen punto porque es la música de ellos, si no, qué van a tocar? La radio? Nada!

Claro, yo quisiera algún día saber qué hace la radio cuando toda la industria disquera les diga “no pueden tocar ni una canción de nosotros, ni una”. Bueno, no se porqué medio se irían, pero yo creo que si, se sigue oyendo la música en la radio. O sea la gente quiere oír música en la radio, y yo creo que ahí cambiaría.

17) Concentrándonos en la crisis de la industria disquera, ¿Qué está haciendo la compañía para combatir la crisis? Bueno, ustedes son nuevos.

Para combatir la crisis?

Bueno les ha pegado? Primero que todo?

No... a nosotros no. La crisis de la industria disquera hasta donde yo sé es porque aparece la piratería pues obviamente como una reacción, un filón, una puerta que dejaron abierta, la industria disquera. Y cual es? Pues un precio razonable. Se han ido a un precio incluso muy bajo y obviamente la gente va y lo compra. Entonces yo creo que eso los ha afectado mucho y creo que también un poquito de mano dura también, asociarse, aliarse bien con ellos. Yo creo que si la industria disquera los tomara a ellos como también sus promotores. Así como le venden discos a la tienda de discos, que le vendieran también los discos a ellos, en originales, tener el arte original, la grabación original y disminuir el precio y disminuir las ganancias. El problema es ese, que nop quieren disminuir las ganancias y obviamente un precio de 150 pesos en las tiendas de discos contra 15 pesos que vale, pues es 10 veces más en la tienda de discos. Entonces yo creo que si se ponen de acuerdo, venden originales en, con los piratas, que ya dejaran de ser piratas, con un precio razonable de 15 pesos, pero si todos se amarran digamos que en 80 pesos, yo creo que esto podría cambiar no?

18) Y cómo ves la piratería en cuanto a tu industria, a tu compañía? Te beneficia o te..

Mira yo no estoy de acuerdo con la piratería, pero si se están vendiendo los discos que nosotros hacemos en forma pirata, es fantástico!! Porqué? Porque realmente a nosotros lo que nos importa, mas que hacer negocio, es impulsar a los músicos. Y además, sabemos que entre más gente escuche la música, ese grupo va a tener más éxito. Y si ese grupo tiene más éxito, nosotros como compañía disquera vamos a tener más éxito.

19) El negocio de ustedes, bueno como compañía disquera, sacan el dinero, bueno sus ganancias, mas que todo de los discos? O ganan de..

De los discos y también cuando de común acuerdo con las bandas de música. Hacemos conciertos empresa, bueno pues ahí también hay negocio. Pero no es una imposición, nosotros no somos por contrato los representantes de sus conciertos no, de ellos no. Pero en ocasiones como en plan de promoción, pues ahí se venden discos y como empresa también hacemos negocio cuando se puede. Y yo por lo mismo pienso que los discos no siempre tendrán que ser el negocio no?

Y más ahora que está cambiando..

Así es.