EJEMPLAR DE SUSCRIPTOR

PASE ESTA REVISTA A SUS EMPLEADOS

FERIAS Sound.check Xpo prepara su edición 2015 PÁG. 70

WWW.MUSICAYMERCADO.ORG | MARZO Y ABRIL DE 2015 | Nº 57 | AÑO 10 | ¡100% PARA MINORISTAS! 21 PAÍSES

música&mercado®

INFORMACIÓN DE [illegible]ERCADO DE AUDIO, ILUMINACIÓN E INSTRUMENTOS MUSICALES

Cordelia von Gymnich de Messe Frankfurt

MUNDO DIGITAL

Aprende cómo evitar 5 fallas comunes en el envío de e-mails PÁG. 24

MARTIN GUITAR

Foco en América Latina, nuevos productos y rebranding de cuerdas. Conoce más en este artículo PÁG. 26

NAMM 2015: ¡IMPERDIBLE!

Todas las novedades presentadas en la expo internacional PÁG. 64

El futuro del mercado

¿Cómo se comportará el mercado de la música? ¿Cuáles serán las tendencias en audio e iluminación? ¿Qué pasará con los minoristas? ¿Y los países emergentes? ¿Seguirá siendo China un fuerte proveedor? Con un amplio conocimiento del mercado, Cordelia von Gymnich, directora del área de negocios Entertainment, Media & Creation de Messe Frankfurt, habla sobre todo esto y mucho más en una interesante entrevista. PÁG.40

Y ADEMÁS Equipos de Muse, Biema, Elation, Rock and Trade, Productos e Innovación PÁGS. 22, 30, 52, 56, 74 Y 80

SPOT BEAM XTREME!

¡Lleva Tu Imaginación al Extremo!

ELATION PROFESSIONAL

PUSH YOUR VISION TO THE LEADING EDGE

Una verdadera luminaria híbrida con salida extrema tanto en Spot como en modo Beam

PLATINUM SBX
. Con un diseño en proceso de patentado esta luminaria híbrida cumple con función Beam, Spot y Wash
. Salida lumínica comparable con luminarias 700 watts (Foco de Descarga)
. Corrección de Color CTO, CTB
. Ángulo de Enfoque Beam 3º-18º, Spot 5º-30º en función Zoom
. Efecto Prisma 8 faces
. Foco Phillips Platinum 17RA 350 Watts 6,900K, 85CRI 1500 horas de vida útil

PLATINUM BX
. Luminaria Potente de 3º en efecto Beam
. Salida Extrema con Velocidad alta
. Corrección de Color CTO, CTB
. Efecto Prisma 8 faces
. Compatible con señal Artnet

POWERED BY PHILIPS

PLATINUM BX

PLATINUM SBX

WORLD HEADQUARTERS (USA)
www.elationlighting.com
info@elationlighting.com
+1.323.582.3322

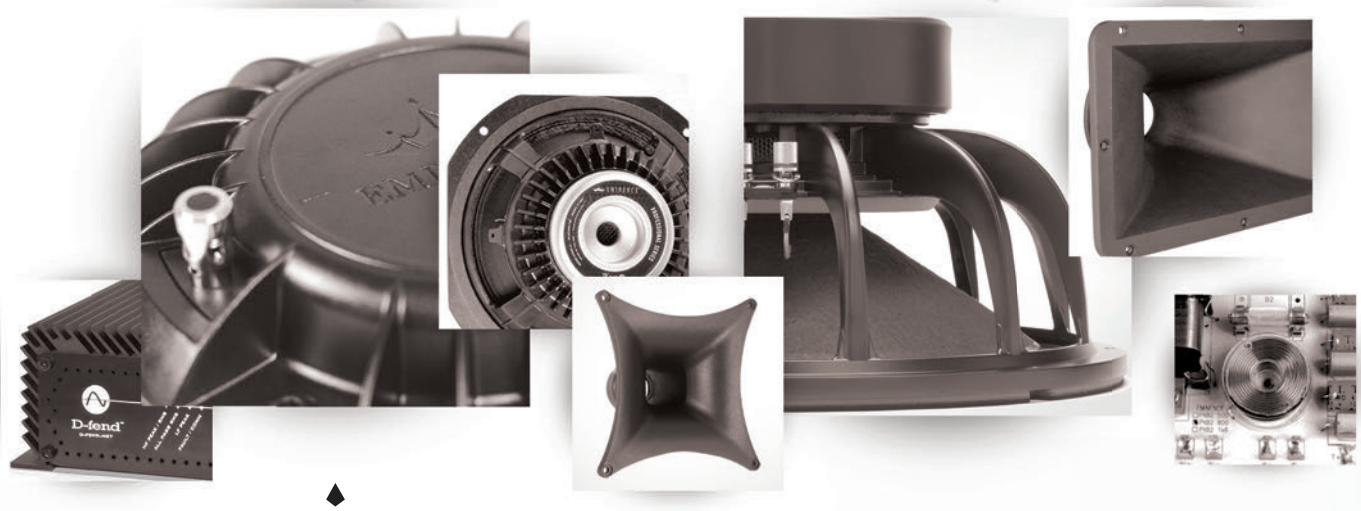
ELATION PROFESSIONAL EUROPE
info@elationlighting.eu
+31 45 546 85 66

STAY CONNECTED

Aprovecha y Experimenta el APOYO TOTAL ELATION

EN VIVO O EN EL ESTUDIO

*Cada producto está diseñado para cumplir con las normas más importantes que conocemos – **LAS TUYAS.***



EMINENCE®

EMINENCE.COM

Los productos de EMINENCE son diseñados y hechos en Estados Unidos.

Central de Parlantes
www.centraldeparlantes.com

Cotzul S.A.
www.telerepuestos.com

CV Audio
www.cvaudio.com.br

Distribuidora Gonher S.A.
www.distribuidoragonher.com

Intermark Industries
www.intermarkindustries.net

L.O. Electronics
www.loelectronics.com

Oidos
www.oidos.net

Prind–Co
www.prind-co.com

Para encontrar un distribuidor cerca de ti, por favor visita www.eminence.com/dealer-locator/

LOUDSPEAKERS | COMPRESSION DRIVERS | CROSSOVERS | HORN FLARES | ENCLOSURE DESIGN SOFTWARE | LOUDSPEAKER PROTECTION

Go Dark

For the ultimate in sonic contrast and versatility.
The new HHX Omni. Designed by Jojo Mayer.

SABIAN

sabianomni.com

Arquitectura Subsónica

Baja Frecuencia de Celestion

Combinando una gran ingeniería estructural con una serie de innovaciones pioneras del diseño, la serie de woofers CF de Celestion, establece nuevos estándares para el manejo de potencia, baja distorsión y excursión lineal. Descubra más sobre los altavoces profesionales y drivers de compresión de Celestion en celestion.com.

Serie de woofers CF de Celestion

Find out more

celestion.com

CELESTION

SUMARIO

música&mercado

SECCIONES

8 **EDITORIAL**

10 **UPDATE**

12 **ÚLTIMAS**

18 **ENCUESTA**
Comenzando un nuevo año

20 **VENDIENDO SU MIX**

22 **SET UP** Muse

58 **ESPAÑA** Musisol

60 **EEUU** Allegro Music Center

62 **ECUADOR** Casa Musical KB

74 **PRODUCTOS**

80 **INNOVACIÓN** Gittler Guitar

81 **CONTACTOS**

82 **CINCO PREGUNTAS**
Tienda física y online

COLUMNISTAS

28 **Miedo de errar: ¡el peor enemigo del emprendedor y de la innovación!**
por Miguel de Laet

32 **Cliente bueno es el cliente pesado**
por Carlos Cruz

36 **La hora de la renovación**
por Joey Gross Brown

50 **¿Sueles crear una demanda por la música y los negocios a su alrededor?**
por Luiz Carlos Uhliz

40 **TAPA**
CORDELIA VON GYMNICH
Dirigiendo el área de negocios Entertainment, Media & Creation de los organizadores de ferias Messe Frankfurt, Cordelia da un panorama general sobre el mercado

24 **MUNDO DIGITAL** Evita 5 fallas comunes en el envío de emails

26 **INTERNACIONAL** Nuevas guitarras y rebranding de cuerdas para Martin Guitar

30 **EMPRESA** Biema positiva en la industria del audio

34 **VISIÓN DE PROFESIONAL** La guitarra de 18 cuerdas de Pablo Malek

52 **ILUMINACIÓN** Elation se centra en el mercado y en los iluminadores

54 **VENTAS** 3 consejos para venderle al cerebro del prospecto

56 **DISTRIBUCIÓN** Joven Rock and Trade apunta al progreso

64 **FERIA** NAMM: mucho más que una expo

68 **FERIA** Empresas brasileñas con gran éxito en NAMM

69 **FERIA** Pabellón de Argentina se destacó en NAMM

70 **FERIA** Sound.check 2015

72 **FERIA** PALM 2015

JTS PROFESSIONAL CO., LTD.

UF-20 Series
All You Want On Stage

With latest wireless technology and sophisticated components UF-20 wideband wireless system represents the very best in engineering and technology of JTS Professional.

The UF-20 provides all features and performance you may think on stage.

2nd Generation REMOSET

* The **REMOSET** is now not only sends the frequency data but also transmitter's RF power , sensitivity , low cut , key lock and user's name.

Interchangeable Capsule Module

* JTS newly developed SAM-8WLN capsule assures outstanding acoustic performance while minimizes touching noise.
* Interchangeable capsule design for various choices including some classic capsule modules.

To enjoy the completely new wireless experience please call now.

NO. 148, 9th INDUSTRY ROAD,TA-LI INDUSTRIAL PARK, TA-LI CITY,41280, TAIWAN R.O.C.
TEL: 886-4-24938803 | FAX: 886-4-24914890 | WEB: www.jts.com.tw | E-mail: jts@jts.com.tw

música&mercado

STAFF

CEO & Publisher
Daniel A. Neves

Directora de Redacción
Ana Carolina Coutinho

Redactora Jefe
Paola Abregú

Director de Arte
Dawis Roos

Gerente de ventas internacionales
inter2@musicaymercado.com

Administración y finanzas
Rosângela Ferreira

Suscripción
Beatriz Mendes Ferreira
assinaturas@musicaemercado.com.br

Colaboradores
Ann Lévizon, Carlos Cruz, Dionisio Melo, Joey Gross Brown, Marcio Eugênio, Miguel de Laet, Luiz Carlos Rigo y Vívian Rio Stella

Impresión
Pancrom Editora Gráfica

Música & Mercado®
Tel.: +55 (11) 3567-3022
P. O. Box: 79.766
CP (Zip code): 04601-970
San Pablo/SP – Brasil

MusicTube LLC
2315 NW 107th avenue
Warehouse 1A19 ▪ BOX 133
Zip code 33172 ▪ Doral, FL, US

Todos los derechos reservados.
Autorizada su reproducción citando la fuente: Música & Mercado, edición y autor.
Música & Mercado no se responsabiliza por el contenido ni por los servicios ofrecidos en los anuncios publicados.

Publicidad
Anuncie en Música & Mercado
inter2@musicaymercado.com

www.musicaymercado.org
Síganos: twitter.com/musicaemercado

Socios Estratégicos/Strategic Partners

NAMM · secartys · musikmesse · music CHINA · palm EXPO China · CMIA

FOTO: MARCOS TACHIKAWA

DANIEL A. NEVES
CEO & PUBLISHER

"Todos quieren cambiar el mundo, pero nadie piensa en cambiarse a sí mismo".

— LEÓN TOLSTÓI*

¿Qué pensamos del comercio?

Las tendencias sobre comercio mundial convergen hacia el mundo plano. Cada vez más simples para comprar y vender.

Las ferias mundiales no reflejan, necesariamente, la única solución para las compras. Pero, es importante decir que incluso con toda la tecnología colaborando para tener un contacto directo entre distribuidores y proveedores, la presencia y el cara a cara, marcan una diferencia a la hora de cerrar un buen negocio.

En este aspecto, Cordelia von Gymnich, vice presidente de Messe Frankfurt, una de las mayores compañías de ferias del planeta, y responsable de las exposiciones Musikmesse y Prolight+Sound, conversa con *Música & Mercado* para delinear el pensamiento sobre el comercio mundial en nuestro segmento.

Una entrevista pertinente que servirá como base de pensamiento y acción para todos los empresarios del sector.

Lean, comenten y participen.

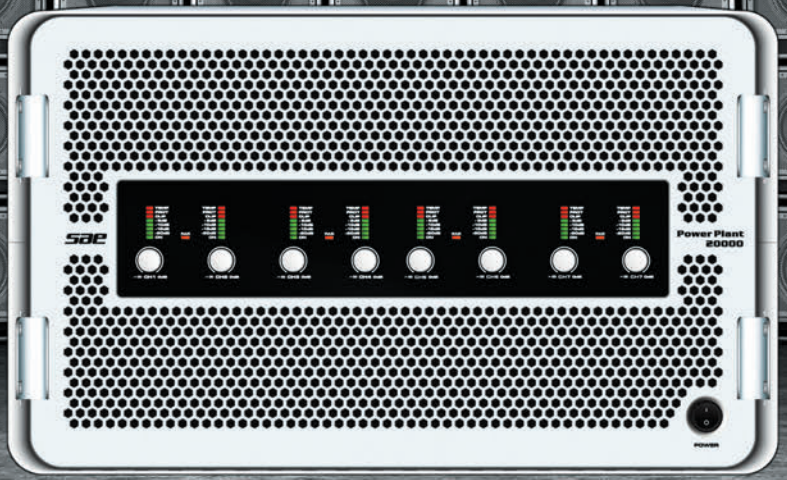
DANIEL NEVES
CEO & PUBLISHER DE MÚSICA & MERCADO
TWITTER/DANIEL_NEVES

BAJA NUESTRA APP EN: WWW.MUSICAYMERCADO.ORG/IPAD-IOS-ANDROID/

*León Tolstói (1828-1910) novelista ruso muy influyente en la literatura y política de su país.

FSC
www.fsc.org
MISTO
Papel produzido a partir de fontes responsáveis
FSC® C044008

Thirsty for speakers.



sae
saeaudio.com

Cover Story **Musician & businesswoman: Cordelia von Gymnich gives her insight about the industry**

She made her first steps in the industry as a musician and today she manages famous Musikmesse and Prolight + Sound trade shows. Would you like to know her point of view on the current lighting and sound market, emerging regions, Latin America's participation and more? Having a deep knowledge on the market, Cordelia delights us with this interesting interview. PAGE 40

Learn Now: **Who's afraid of changes?**

Find out how the challenge to get out of the comfort zone and reinvent yourself and your business can make you stay creative and succeed. PAGE 28

International: **Martin Guitar launches new guitars and strings rebranding**

AT NAMM, CF Martin & Co. Inc. — aka Martin Guitar — presented several products and were visited by a large quantity of Latin American partners. The new regional manager, Jerry Lawlor, tells us about the latest news from the company and the local sector. PAGE 26

Lighting: **Elation shines a light on the market and LDs**

Having services and product lines for five different sectors, the American company reports continuous growth and launches new devices to satisfy every user's needs. See what Ernie Velázquez, sales manager for Latin America, has to say. PAGE 52

Company: **A positive Biema in the audio industry**

With American establishment and Chinese manufacturing, this audio products and accessories company has OEM partners and distributors in many countries, but still bets on expansion into new territories. Let's meet them on PAGE 30

Digital World: **Avoid 5 usual mistakes when sending emails**

Are you handling your communication with clients, providers distributors and employees in the right way? Would you like to know what not to do? Find here five tips that will help you to find it out! PAGE 24

Professional's Vision: **Pablo Malek and his 18 strings guitar**

Argentinian musician, professor and luthier Pablo Malek shares with us the secrets behind his creation: the 18 strings guitar. See how he made it on PAGE 34

Trade Show: **NAMM 2015**

This edition set new records regarding quantity of visitors and exhibitors. 99,342 registered visitors, 1,621 exhibiting companies including 331 new ones, 100 countries are some of the numbers. We offer you here a short summary on the show and the new products!

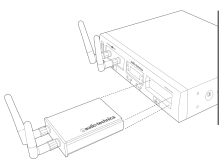
Brazil and Argentina at NAMM

This year companies from Brazil and Argentina were grouped in special pavilions showing products and technologies developed in each country. This was possible thanks to the help of local associations — ANAFIMA and CAFIM respectively — and each local government. PAGE 64

TECNOLOGÍA INALÁMBRICA EN CUALQUIER LUGAR

SYSTEM 10 PRO | Sistema inalámbrico de alta fidelidad digital de 2,4 GHz

Por fin hay un sistema inalámbrico de alta fidelidad digital que sencillamente funciona en cualquier lugar, en cualquier situación, para todo el mundo. Gracias a innovadoras unidades receptoras de montaje remoto y a la capacidad de operar en cualquier lugar del mundo sin ningún tipo de interferencia de TV, el sistema inalámbrico digital System 10 PRO ofrece flexibilidad, fiabilidad y funcionamiento "plug and play" que le permite ajustarse a cualquier aplicación. El sistema System 10 PRO puede montarse en rack (cuatro canales en un espacio de rack) y permite el uso simultáneo de hasta 10 canales con selección y coordinación automática de frecuencias. Ofrece realmente tecnología inalámbrica en cualquier lugar. **audio-technica.com**



Incluye
unidades receptoras
de montaje remoto

audio-technica
siempre escuchando

ÚLTIMAS

Las más recientes noticias del mercado de audio, iluminación e instrumentos musicales

NEWS

GLOBAL

FMIC vende las marcas de KMC Music

Fender Musical Instruments Corporation anunció que su subsidiaria KMC Music, Inc. ha vendido sus marcas de percusión, incluyendo Gretsch Drums, Latin Percussion, Toca Percussion, KAT Percussion y Gibraltar Hardware, así como la marca de guitarras Ovation y los derechos de distribución exclusivos en Estados Unidos de Sabian Cymbals a Drum Workshop, Inc., el fabricante de las baterías, hardware y accesorios DW. Por su parte, Drum Workshop ya anunció que su socio europeo Gewa GmbH se hará cargo de la distribución para ese continente. Luego de estos anuncios, Fender realizó otro cambio: vendió el negocio de distribución mayorista en Estados Unidos de KMC Music - incluyendo las marcas B & J Music y ciertas marcas propietarias - para JAM Industries, Ltd.

EEUU

KHS America compra Hohner Inc. USA

¡Hohner USA vendida!

KHS adquirió Hohner USA, proveedor norteamericano exclusivo de las armónicas, acordiones, melódicas y guitarras de marca Hohner, además de las marcas Sonor Drums, Orff, ukuleles Lanikai y Kohala, guitarras H. Jimenez, Hohner Airboard, Hohner Kids y los instrumentos para niños Greentones. Ahora KHS sumará estas líneas a su portfolio para ofrecer a los clientes y minoristas americanos.

CHILE

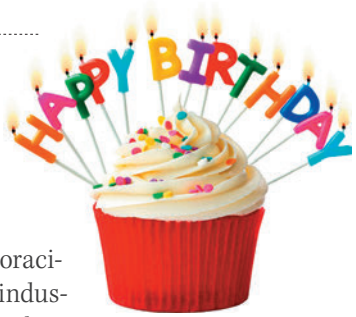
Croma recibe premio de Presonus

Ricardo de Croma (izq.) recibiendo el premio

Durante NAMM, Presonus entregó el premio al Dealer del Año a la empresa Croma Ltda., su distribuidor desde la ciudad de Santiago. Presente estuvo Ricardo Henriquez, su CEO, para recibir el galardón.

GLOBAL

Año de aniversario para varias empresas



2015 marca un año de conmemoración para varias compañías en la industria. Algunas de ellas son Neutrik que cumple 40 años fabricando conectores, las guitarras Daisy Rock con sus 15 años, PRS llegando a sus tres décadas de vida, Dunlop está cumpliendo 50 años y también Yamaha celebrará 40 años en la fabricación de sintetizadores. ¡Estén atentos para los eventos especiales a lo largo del año!

GLOBAL

Avid vuelve a operar en Nasdaq

Después de diez meses impedida de negociar acciones en Nasdaq, la bolsa de valores de empresas de tecnología de EEUU, Avid fue autorizada a retornar sus operaciones. En este tiempo la empresa reorganizó los datos sobre sus finanzas para adecuarse a las exigencias de los órganos que reglamentan a Nasdaq y ya está operando nuevamente, eliminando rumores de una crisis definitiva.

PERÚ

Proel cuenta con nuevo distribuidor en Perú

Proel anunció a Corporación Sonotec SAC como su distribuidor exclusivo para el mercado peruano de los productos de Proel y Axiom. Luego de su nombramiento, Sonotec organizó un seminario sobre sistemas de audio profesional Axiom en el país.

MÉXICO

Penn Elcom abre nueva fábrica y sede de distribución

La apertura de la nueva fábrica en Tijuana forma parte del plan de expansión de la compañía. La estratégica locación en México beneficiará tanto al mercado latinoamericano como al estadounidense, con una eficiencia aún mayor a la hora de realizar envíos y presentar opciones de productos. Penn Elcom México estará encabezada por el MD Javier Haro, con Frank McCourt liderando los esfuerzos de ventas; con un equipo inicial de 20 trabajadores especializados. Penn Elcom México también trabajará de cerca con el centro de servicio y distribución de Penn Elcom en la costa oeste de Estados Unidos.

GLOBAL

Christie adquiere coolux

Christie ha hecho pública su adquisición de coolux GmbH, una empresa desarrolladora y proveedora de sistemas de composición y rendering de imágenes en 3D, conocida por su línea de producto Pandoras Box. Ahora coolux, que mantiene su sede en la ciudad alemana de Colonia, pasa a formar parte del equipo Global Market Solutions de Christie.

ESPAÑA

EES es Super Dealer de Doughty

La empresa de distribución española ha sido nombrada distribuidora exclusiva de Doughty en el país. Con este nuevo acuerdo, Entertainment Equipment Supplies (EES) puede completar su catálogo para ofrecerle al público aún más soluciones de rigging.

ARGENTINA

DiscoBaires recibió premio por parte de Proel

Hugo de DiscoBaires y Gabriella de Proel

Proel otorgó un premio especial a Hugo Martellotta, dueño y fundador de DiscoBaires — distribuidor en el país — por "AXIOM outstanding performances in 2014". En el mercado local, Proel está comenzando a consolidarse, por lo que DiscoBaires está actualmente trabajando para posicionar AXIOM y PROEL en los riders de los artistas internacionales que visitan Argentina.

GLOBAL

Chauvet recibe premio en NAMM

NAMM dio um premio a la trayectoria a la empresa de iluminación Chauvet Lighting por sus 25 años de servicio en la industria de la música y productos para el entretenimiento. El premio reconoce a minoristas y fabricantes que han tenido éxito a través de los años con las mejores prácticas y fuerte apoyo a la comunidad que llegan a un aniversario importante.

EVENTOS

VENEZUELA

Estructura Prolyte para PROmontaje

Escenario preparado para usar en Venezuela

La empresa proveedora de recursos técnicos tiene su propio sitio para eventos en las afueras de Caracas y necesitaban una estructura que pudiera soportar un montaje completo. Para ello, a través de Audio Concept - distribuidor de Prolyte en la región - la marca construyó un sistema de techo XXL basada en 13 torres CT, más trusses B100RV, B52SV y adaptadores Layher para garantizar integración entre las torres y el escenario. Además, montacargas ProLyft Aetos ayudan a colocar la estructura de 17 toneladas en su lugar.

ARGENTINA/COSTA RICA

Meinl entrega premio y suma artista

Representantes de CARME y Meinl juntos

El distribuidor argentino de Meinl Percussion, Carme SRL, recibió durante NAMM el premio al "Distribuidor del Año" contando con la presencia de representantes de ambas empresas en el piso de exposición. Además, recientemente Meinl incorporó al baterista y percusionista Carlomagno Araya de Costa Rica a su lista de endorsers.

MÉXICO

Proyectos de ADIMSA con Elation

ADIMSA — su socio mexicano — suministró luminarias de Elation a varios clubes importantes del país, incluyendo República--DF en Ciudad de México y Press Club en Monterrey. En el club República, ADIMSA suministró e instaló una pared de blinders Cuepix Panels, móviles Rayzor Beam 2R LED, varas Elation Event y estrobos Proton LED. En Press Club, los modelos elegidos fueron móviles Rayzor Q7 LED, estrobos Proton LED y móviles E Spot LED II.

República en DF

Iluminación en Press Club

COSTA RICA

Clínicas de Mike Guerrero y Aroma Music

Mike en NAMM demostrando los pedales

El reconocido guitarrista Mike Guerrero - The Tapping Ninja - realizó varias clínicas por Costa Rica con su Ninja Attack Tour tocando canciones de su CD/DVD y mostrando diferentes técnicas de interpretación como tapping y efectos diversos usando el Aroma Pedalboard con Holy War, Tube Pusher, Tuner Echo y Harmonizer. Mike es ex-guitarrista de Hirax y estudió con guitarristas como Michael Angelo, Paul Gilberth y George Lynch.

NEWS

EEUU

¡Venta directa de Sabian en EEUU!

La tendencia continúa. Durante su conferencia de prensa en NAMM, la empresa canadiense de platillos anunció la venta directa a los minoristas dentro de Estados Unidos. La decisión fue tomada luego de que Drum Workshop comprara varias marcas de la subsidiaria KMC de Fender, que incluía también la adquisición de los derechos de distribución exclusivos de Sabian en Estados Unidos. La resolución de Sabian fue inmediata después del anuncio y ya comenzó a vender directamente para los minoristas, pero continuará trabajando través de la red de mayoristas y distribuidores en los otros países del mundo.

ESPAÑA

DAS Audio en los Premios 40 Principales 2014

El sonido para la gala ha sido proporcionado por la compañía Fluge, y como en la edición anterior, los técnicos de Fluge contaron con sistemas DAS, usando un total de 32 Aero 50, 24 sistemas auto amplificados line array Aero 40A ALAS, 32 subwoofers de LX-218CA, 8 unidades auto amplificadas Aero 20A, 6 sistemas Convert 15A y los monitores de escenario auto amplificados Road 12A y Road 15A.

GUATEMALA

Casa Instrumental realiza seminario

Asistentes viendo las novedades

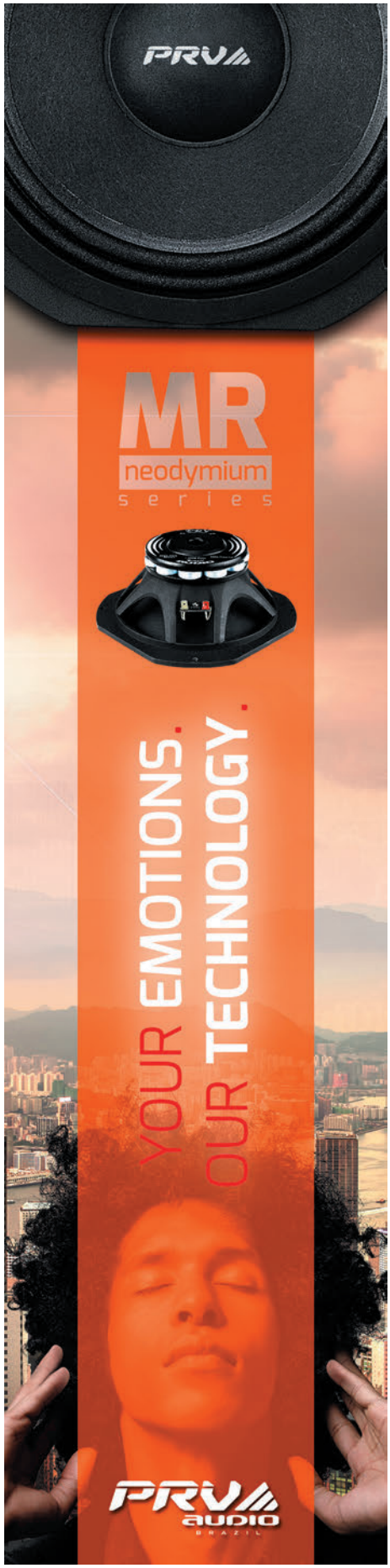
La empresa organizó en su propio auditorio localizado en Quetzaltenango un seminario de audio profesional en vivo con productos de DAS Audio, db Technologies y Allen & Heath además de presentar los nuevos controladores de Pioneer DJ, contando con los expositores Marvin de León (ingeniero en audio) y Alex Bozar (productor y DJ profesional).

MÉXICO

Mr. CD organiza demo Behringer

DJ en Sonicos con Mr. CD

La tienda realizó una jornada de demostración libre de los controladores para DJ y producción musical de Behringer en las instalaciones al aire libre de Sonicos Audio Educación (Universidad de Audio y Producción Musical) localizada en Guadalajara. Durante la misma, se contó con expertos dando consejos sobre cómo armar un home studio o cómo iniciarse como DJ Profesional, además de la actuación de DJ The Dude de Cancún, quien usó productos de la marca.



CAMBIOS E INCORPORACIONES

GLOBAL

HARMAN tiene nuevo equipo para AKG

Uniéndose a Bryan Bradley, manager general de la unidad de negocios de altavoces de HARMAN Professional, la compañía nombró a Karam Kaul como director de marketing y a Eric Boyer como vicepresidente de ventas mundiales. Eric Boyer y Karam Kaul estarán basados en la sede de HARMAN Professional Division en Northridge, California para trabajar de cerca con el equipo de AKG en Viena, Austria.

SUDAMÉRICA

Ben Díaz representará a SGM en la región

Ben Díaz, uno de los diseñadores de iluminación más prominentes de España, toma la posición de manager del área de ventas, en un rol que también incluye entrenamiento de producto en el continente. "Ben ya tiene conocimiento práctico con nuestras luminarias", dijo Peter Johansen. "Él tiene las credenciales perfectas para representarnos en esta parte del mundo estratégicamente importante y de rápido desarrollo".

LATINOAMÉRICA

Audio-Technica incorpora a Juan Tamayo

Juan Tamayo es el nuevo ingeniero de ventas para instalaciones de sonido de Audio-Technica en Latinoamérica. La labor de Juan consistirá en proporcionar recursos técnicos y formativos para el canal de ventas de la empresa en Latinoamérica, en los mercados de audio profesional y de contratistas de instalaciones de sonido. Dependerá directamente de Mary Eisaman, directora de ventas y marketing para la región.

EEUU

Focusrite Novation anunció nuevos cargos

Focusrite Novation Inc., anunció que Michael Prager se ha unido como manager de ventas nacionales en Focusrite, y Nick De Friez ha sido nombrado manager de ventas de Novation. A Michael y Nick se les une Jeremy Lumsden, quien llega a la posición de director de marketing en Estados unidos para las marcas Focusrite y Novation.

EEUU

Nuevo presidente de Roland Corp. US

Jay Wanamaker es el nuevo presidente y CEO de Roland Corp. US, mientras que Kim Nunney — quien ocupaba esa posición — pasó a ser vicepresidente ejecutivo de desarrollo de negocios globales para AV profesional de Roland Corp.

NEWS

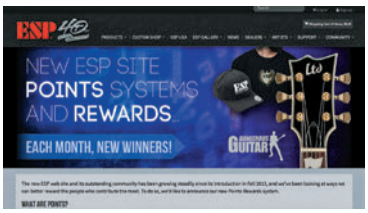
PUERTO RICO

Guitars Boutique renovada

Showroom con nuevo visual

La tienda localizada en Guaynabo amplió su showroom por cuarta vez en los últimos cinco años para ofrecer la más amplia selección de guitarras y bajos en Puerto Rico. Con esta expansión ahora cuentan con más espacio para mostrar cómodamente su selección de eléctricas, acústicas, bajos y amplificadores.

ONLINE



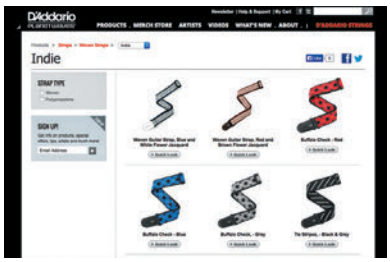
GLOBAL

ESP Guitars premia a su comunidad online

Además de participar en diversas redes sociales, la empresa tiene su propia comunidad online dentro de si sitio web, el cual incluye un programa de incentivo especial. Asociarse es gratis y en ella los usuarios pueden interactuar en foros, ver contenido de video y fotos especial y todas las noticias de la empresa. Además, este año ESP está cumpliendo su 40º aniversario. Si quieres ser parte, visita www.espguitars.com

GLOBAL

D'addario consulta redes sociales para nuevos productos



La división Planet Waves lanzó nuevas correas para guitarras luego de recibir feedback no sólo de sus dealers de todo el mundo sino también de realizar encuestas a través de las redes sociales para investigar sobre los diversos simbolismo y culturas musicales. Así nacieron modelos de correas Rock, Indie, Americana, World, Core y Signature. Mira el resultado en www.planetwaves.com

EXPO

GLOBAL

Se acerca Prolight + Sound Guangzhou 2015

Con 1300 proveedores de iluminación y audio profesional ya confirmados, la feria se realizará del 5 al 8 de abril en las Áreas A y B del China Import and Export Fair Complex, en Guangzhou, China. Además de los lanzamientos de productos y tecnologías, habrá un programa de seminarios, conferencias y presentaciones cubriendo una amplia variedad de temas sobre tendencias de desarrollo e inteligencia de mercado. También habrá salas para demostración de audio, espacio al aire libre para sistemas line array y otras actividades organizadas por los propios expositores. ¡No se lo pierda!

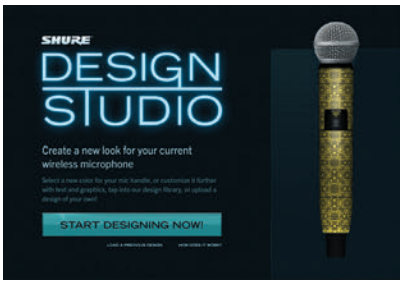
GLOBAL

Sitio web de Vandoren con nuevo look

La página web de la empresa cuenta ahora con una imagen visual que parece una caja de las cañas Traditional, con diagramación más simple para acceder a los diferentes productos más fácilmente. En cada página de producto se puede encontrar también las planillas con todos los datos para comparar modelos, además de fotos y descripciones. www.vandoren.com

GLOBAL

Personalice su micro Shure online



En la nueva plataforma online los usuarios de los sistemas inalámbricos BLX y GLX-D pueden personalizar sus micrófonos de mano - a bajo precio adicional -, eligiendo entre seis opciones de color estándar o incluso subiendo imágenes y texto para obtener su propio diseño único. Si quieres tener una creación custom, ve a http://designstudio.shure.com

ENDORSERS

Leonel "Cachu" Hernández

Omar "Kimba" Muralles

GUATEMALA

Dos nuevos endorsers de Dixon

Gracias al apoyo del distribuidor local exclusivo MusicPro y de su CEO Josué Villaseñor, los bateristas guatemaltecos Omar "Kimba" Muralles y Leonel "Cachu" Hernández se sumaron a la lista de endorsers de Dixon. Los músicos ya recibieron sus kits y comenzarán a usarlos tanto en estudio como en vivo.

Comenzando un nuevo año

Tres tiendas de diferentes países y con distintas realidades nos cuentan cómo cerraron 2014 y qué se traen entre manos para este nuevo año

En un año en el que sucedieron innumerables hechos tanto políticos como económicos, cada país sufrió cambios, leves o profundos, que los hicieron adaptarse a los nuevos escenarios burocráticos y comerciales, sin olvidarse de la importancia del cliente en la ecuación y la preocupación de siempre darles mejores productos a buenos precios. La estrategia comercial y de marketing juega, lógicamente, un rol importante y es allí donde las empresas pueden enfocarse para mejorar y salir a flote en los tiempos adversos, destacando no sólo su oferta de equipos e instrumentos sino también sus precios, eventos especiales y servicios adicionales que dan un valor agregado al nombre de su compañía y de su personal activo.

Otro item que se volvió un gran aliado para las tiendas es el uso de las redes sociales. Los perfiles y las fanpages de Facebook, por ejemplo, se convirtieron en un recurso al alcance de todos. Sólo basta con generar buenos posts, mensajes e imágenes atractivas para llamar la atención de los clientes, con sus Likes y el cada vez más famoso Compartir.

Sólo nos queda ver qué pasará en este año con los mercados fluctuantes, las economías dificultosas y las ganas de vender y salir adelante. ¿Qué países estarán en destaque? ¿Quién dará la sorpresa de crecimiento de 2015? ¿Seguirán siendo Bolivia y Chile? ¿Qué pasará con Argentina, Brasil y Ecuador? ¿La producción local seguirá en aumento? ¿Y la economía en España y Estados Unidos? Muchas preguntas para muchas incertidumbres. Veamos qué dicen tres de los protagonistas. ■

CASA MUSICAL J BLANCO

casamusicaljblanco.com

JULIÁN BLANCO RODRÍGUEZ
Gerente
Bogotá, Colombia

PREGUNTAS

1. Haciendo un balance rápido, ¿cómo fue el final del año para tu empresa y para las ventas?

El año para la empresa ha sido cada vez mejor gracias a que cada vez captamos más clientes dentro de nuestro renglón comercial. Las ventas por año tienen un crecimiento porcentual frente al año anterior de un 10% a 15% aproximadamente.

2. ¿Cómo se prepara tu tienda para este 2015? ¿Qué planes tienen para comercializar nuevos productos?

Continuaremos con la misma esencia con la que hemos venido trabajando, ofreciendo más servicios y valores agregados que busquen atraer a nuestro consumidor final. Uno de nuestros principales proyectos es empezar a mirar qué se puede importar sin afectar a nuestros proveedores nacionales, tanto importadores como fabricantes. En nuestra página web y en Facebook informamos cuándo llega un nuevo producto y se maneja mucho el voz a voz con nuestra clientela.

3. ¿Qué estrategias seguirán para crecer en las ventas? ¿Y en el marketing?

Continuaremos con los patrocinios en los festivales y concursos de bandas marciales lo cual nos ha ayudado al reconocimiento de nuestro nombre en el mercado musical. Además, se incrementará la participación en contratación estatal y en los colegios ofreciendo precios competitivos frente a nuestra competencia.

4. ¿Qué crees que sucederá en 2015 dada la situación general en tu país?

Las expectativas son positivas. No acostumbro a hablar del tema político pero confío en que nuestra empresa seguirá en proceso de crecimiento y reconocimiento dentro de nuestro ámbito comercial musical.

DAVE'S GUITAR SHOP

davesguitar.com

DAVID ROGERS
Fundador / Propietario
La Crosse, Wisconsin, EEUU

Haciendo un balance general sobre el año que cerramos, puedo decirte que las ventas fueron buenas. De hecho, subieron entre 5 y 7 por ciento con respecto al año 2013.

Por ahora no tenemos ningún plan nuevo especial para este 2015. Continuaremos siguiendo la misma estrategia básica que hemos usado durante los últimos 32 años: Ofrecer excelentes equipos a precios razonables.

Traemos nuevos lanzamientos a medida que van saliendo al mercado siempre y cuando los encontremos interesantes. Para esto no visitamos ninguna expo internacional, ni pensamos contratar más empleados o abrir nuevas sucursales.

Creo que en nuestro país los negocios fuertes reconocidos se harán aún más fuertes, y las tiendas menores menos establecidas pasarán por tiempos duros con esta economía actual.

ROLL OVER

rollover.com.br

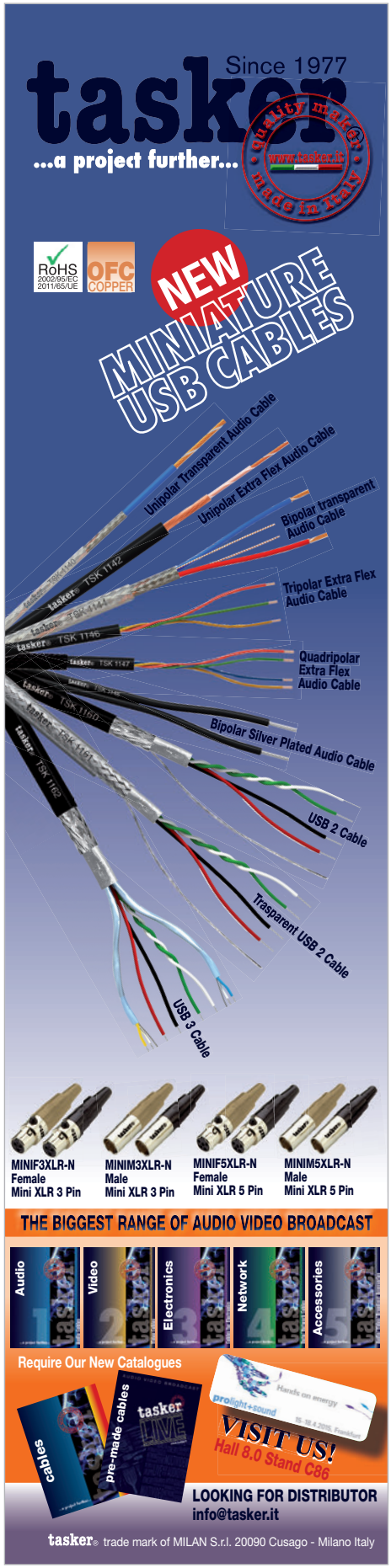
NEWTON ARBOIT
Propietario
Osorio, Rio Grande do Sul, Brasil

Por más que pueda parecer cada vez más difícil, pues tenemos esa manía, las ventas fueron mejores. Es necesario que cada uno revea su inicio y cómo está hoy. Una cosa es ser pasado, otra es ser actual, y otra a la vanguardia. Hay que formar parte del futuro.

Parece redundante, pero el plan es creer en nuestra propia preparación. Es siempre posible rever dónde erramos y mejorar lo que acertamos. Comenzamos desde cero hace 15 años y hoy tenemos una tienda con 30 m de extensión donde creo que estamos siempre preparados.

Saber administrar. Comprar en menor cantidad y con más frecuencia si fuera necesario. Comprar al contado para tener más descuento. Negociar con las administradoras de tarjetas los plazos y los costos. Venda con tarjeta o dinero, es preferible perder la venta pero no el producto. Por otro lado, ya tenemos algunos workshops agendados también.

Exención de IPI para instrumentos musicales. En Brasil, cultura no es inversión, sino gasto. En la década de '60, Inglaterra tenía un gran número de jóvenes y riesgo de desempleo. Una de las inversiones fue en la música en las escuelas y hoy es una de las mayores fuentes de exportación y recaudación. ¿Quiere seguir adelante? Pague sus impuestos para estar tranquilo pues no somos más que un número.



Vendiendo su mix

Hemos seleccionado algunos artículos para que usted pueda proponerlos acompañando la venta de otros productos

Con el símbolo $ indicamos en qué gama de precios se encuentra cada uno de los productos (económico, normal o elevado dentro de su gama). Recuerde que éstas son sólo algunas sugerencias para ayudarle a pensar en posibles combinaciones que pueden hacer que venda más y mejor. Inspírese con los productos que ya tiene en su stock y ¡a vender!

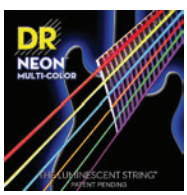
Bajo

Tagima
Amp Uranio Bass 200
$$

Washburn
Taurus T25
$$

Hartke
Pedal VXL
Bass Attack
$$

Levy's
Correa MSS90 de
cuero con espuma
$$



DR Strings
Cuerdas multicolor
Neon
$$

Planet Waves
Afinador headstock
NS Micro
$

Violín

Dominante
4/4 completo
$$

D'Addario
Resina Natural
Rosin Light VR200
$

Gelrest
Mentonera
$$

JTS
Micrófono CX-500
$

Gator Cases
Case GC Violín 4/4
$$

Giannini
Metrónomo, afinador
y diapasón GTU-2
$

Sólo Rock

ESP
Guitarra LTD James
Hetfield Signature
Iron Cross
$$$

Marshall
Amp SL5 Slash
Signature
$$$

Zoom
Pedalera
G2.1KL Kiko
Loureiro
Signature
$$

Fender
Púas 451
Shape Heavey
$

Dunlop
Cuerdas Icon
Series 0.10 Wylde
$

TC Eletronic
Dreamscape
Pedal John
Petrucci
Signature
$$

AROMA®
www.aromamusic.cn
tom'sline ENGINEERING
Musikmesse
3.1H45
ALL
about Guitar
All Kinds of Guitar Tuners
Guitar Hanger
All Kinds of Guitar Capos
Finger Exciser
AROMA
AHF-03
All Kinds of Guitar Foldable Stands
All Kinds of Guitar Effect Pedals
Types of Guitar Amps
Tube Pusher
HARMONIZER
PURE ECHO
GREENIZER
HOLYWAR
GT EQ
AC STAGE
Email: info@aromamusic.cn Phone: +86 755 29770450

La música de Muse y sus instrumentos

En esta edición presentaremos los instrumentos y equipos utilizados por Muse, la banda británica de rock alternativo compuesta por Matthew Bellamy, Dominic Howard y Christopher Wolstenholme, que este año lanzan su séptimo álbum de estudio: Drones

Matthew Bellamy

Los tres músicos británicos que componen Muse

Voz, piano y guitarra: Para la voz, Matt emplea el micrófono KMS 105 de Neumann, el preamplificador de micrófono VT-737sp de Avalon, incluido en las giras Black Holes y Revelations, y el receptor inalámbrico UR4D de Shure.

Guitarras: Bellamy es dueño de varias guitarras Manson, las cuales fueron construidas por Hugh Manson a excepción de la Mirror, Kaoss, Doubleneck, Keytar y la Matt Black II, que fueron realizadas por Tim Stark. Todas las guitarras construidas para Matt, dejando a un lado la E Guitar de 7 cuerdas, poseen una forma que él diseñó con Hugh Manson hace un par de años, apodada Mattocaster. La forma Mattocaster es el resultado del deseo de Bellamy por una guitarra con el cuerpo de una Fender Telecaster y el sonido de una Gibson Les Paul.

Dentro de la colección de guitarras Manson destacan: DL-1 Signature, MB-1 Signature "Glitterati", Bomber, Silver Bomber, New Delorean, Seattle, Black, entre otras. Por parte de Gibson, están la SG Standard, la Les Paul DC Lite, de Ibanez la Destroyer y la Iceman. De Fender tenemos la Standard Stratocaster Sunburst y la Aloha Stratocaster, una Yamaha Pacifica 120S, la custom Rhoads de Jackson Randy, la JT-Res de Jay Turses y una guitarra electroacústica 712ce de Taylor. Recientemente, Cort presentó la Matthew Bellamy Signature MBC-1.

Pedales y Efectos: Fuzz Factory y Wah Probe de ZVex, el Stereo Chorus de TC Electronic, Whammy Pitch-Shifting de DigiTech, de Boss destacan el OC-2 Octave, TU-3 Chromatic Pedal, FV-500-L Stereo y el FS-5U Nonlatching, el DL4 Delay de Line 6, el Micro Synth de Electro-Harmonix, el M-109 6Band Graphic EQ y el M-107 Phase 100 de MXR, además de los Fuzz Head y Compressor 2-Knob de Keeley.

Amplificadores: VH4 100W Tube de Diezel, 1959HW Handwired Plexi Amp Head y JCM 2000 DSL 100 de Marshall, AC30 Custom Classic de Vox, 2x12 MK2 de Dickinson y el preamplificador modular M4 de Egnater, entre otros.

Christopher Wolstenholme

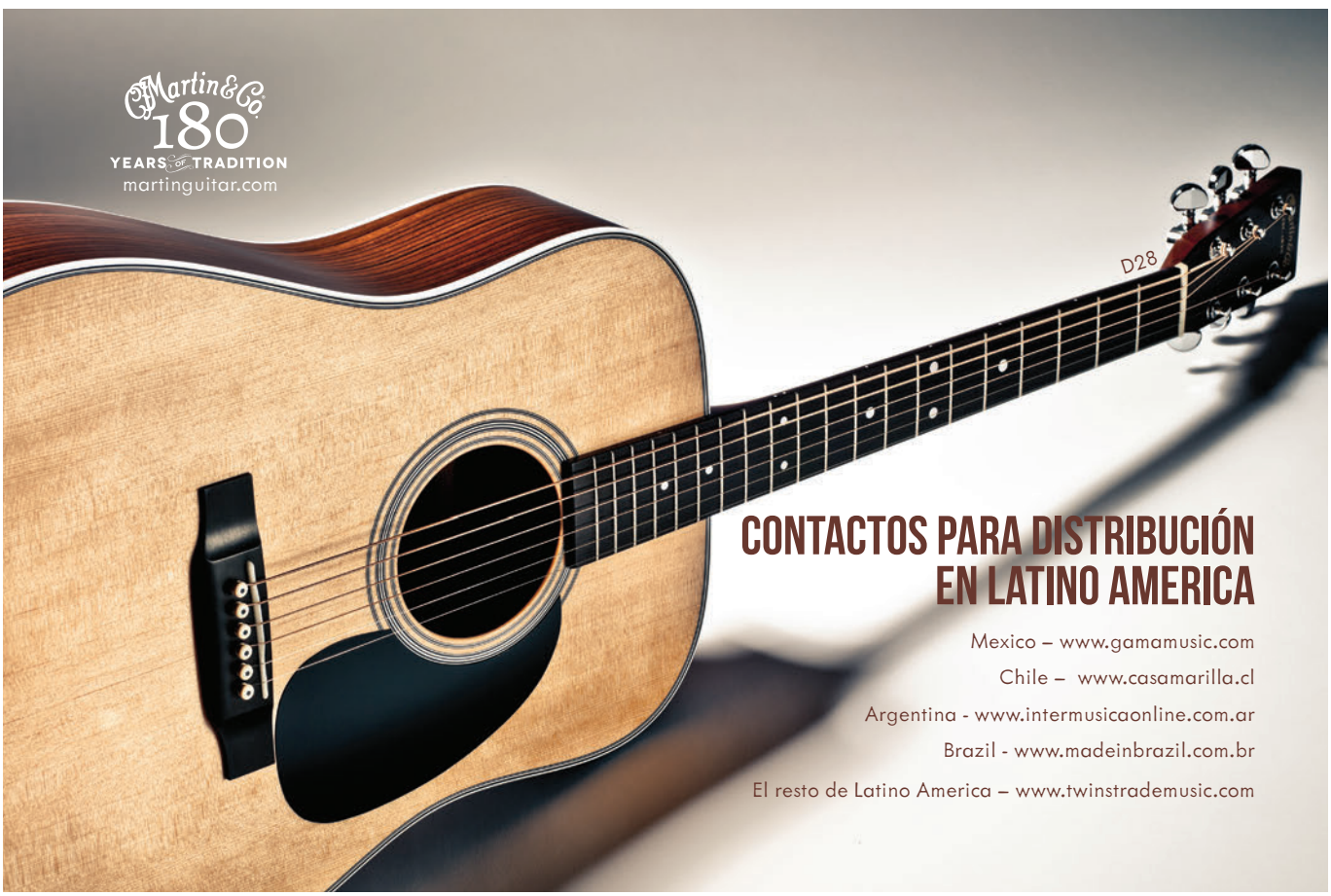
Bajo: Desde sus inicios en Muse, Chris ha usado diferentes bajos. En 2012, lanzó su modelo Chris Wolstenholme Signature de Status, de la cual para 2014 ya poseía tres con monturas LED color azul, blanco y rojo en el diapasón. En 2012, Chris reemplazó sus bajos Jazz de Fender por sus bajos Status S-2, manteniendo únicamente un Jazz Bass para Panic Station. Para The 2nd Law, Chris comenzó a usar un bajo custom con doble mástil. La parte superior del bajo es una Misa Kitara y la parte inferior es un bajo custom sin cabezal S2-Classic de Status, el cual se le ha visto usando en sus presentaciones en Jools Holland, Saturday Night Live y The Jonathan Ross Show.

Pedales: Woolly Mammoth Fuzz Bass pintado a mano de ZVex, Deep Impact de Akai, Black Russian Big Muff Pi de Electro-Harmonix y el DTR2000 de Korg.

Dominic Howard

Batería: Howard, conocido por ser artista de DW Drums, emplea un kit de batería de la marca, cuyos sets son para zurdos (el baterista es zurdo). En cuanto a los platillos, Howard usa una selección de Zildjian, la cual ha cambiado en el transcurso del tiempo. En presentaciones más recientes se le ha visto usando un Escalade Rim de 20" como platillo suspendido sobre sus hi-hats, un A Splash de 9" y un K Custom Ride de 22" para presentaciones en vivo y grabaciones. Para las grabaciones también usa los crashes K Custom Fast y Dark de Zildjian.

Como parches usa Remo, en especial ha usado Emperor y Controlled Sound batter heads. Su Ayotte kick tiene un batter Powerstroke 3 y su Starclassic snare tiene ya sea una cubierta Emperor o una CS dot head.



Por Prof. Dra. Vívian Rio Stella
Profesora e investigadora, socio-fundadora de VRS Cursos, Palestras e Coaching. www.vrscursos.com

Evita 5 fallas comunes en el envío de e-mails

¿Te estás comunicando del modo correcto con tus clientes, proveedores, distribuidores y empleados? Mira aquí cinco consejos que te ayudarán a descubrirlo

Vívian Rio Stella, doctora y pos-doctora en Lingüística de la Unicamp y profesora de cursos de Comunicación y Liderazgo en VRS Cursos, presenta cinco fallas comunes en el envío de e-mails que los profesionales deben evitar en su cotidiano.

1. Ser excesivamente informal

El grado de formalidad en los e-mails es muy variado, pues está directamente relacionado a la cultura de la empresa, al tema tratado en el mensaje (más o menos delicado, más o menos polémico), al relacionamiento entre los interlocutores y a la imagen que el emisor pretende pasar a sus lectores (más o menos serio, más o menos empático). Pero lo que se percibe es que muchas fallas de comunicación son decurrentes del exceso de informalidad de los mensajes, que, sin ser raro, comprometen la credibilidad de quien escribe o la seriedad del asunto. Por eso, procura adecuar el lenguaje usado considerando los aspectos listados anteriormente y no asumas que siempre se debe ser informal o siempre formal. Adecuar es necesario, por más desafiante que sea.

2. Escribir e-mails con rabia

Expresar rabia o indignación personalmente ya puede comprometer las relaciones interpersonales en el ambiente organizativo, cuanto más si eso ocurre por e-mail, en el que la lectura es hecha en otro contexto de la producción del mensaje, sin entonación, miradas, expresiones faciales de quien emite el mensaje. Por ese motivo, es recomendable esperar a que la rabia pase (ejemplo: toma un café, deja para responder en el día siguiente) para, entonces, redactar el mensaje, de forma menos pasional. Innumerables conflictos pueden ser evitados con esa simple práctica.

3. Usar el e-mail como canal de comunicación para asuntos sigilosos

Es necesario recordar, en todo momento, que el e-mail es un registro, un documento. Si es documentado algo indebido, es altísima la chance de haber descontentos y reprensiones por falta de ética o de alineamiento con los valores de la empresa. Por eso, evita documentar en el e-mail información sigilosa o comentarios que puedan comprometerte.

4. Usar copia oculta para intimidar o reprender a alguien

El recurso de la copia oculta sólo debería ser utilizado como "mailing directo", esto significa para envío de un e-mail a diversos destinatarios, para mantener en sigilo, intencional, el e-mail de contacto de cada persona o para evitar la práctica del "reply to all" cuando no es necesario que todos reciban todas las respuestas. Pero la forma más usada - y equivocada - de la copia oculta es en mensajes en los que el remitente escribe un feedback negativo, una intimidación o un reclamo a cierto destinatario, con copia oculta para el jefe de uno de ellos (o de ambos). Si crees necesario recurrir a la jerarquía (lo que muchas veces no es recomendado), ¿por qué no dejar evidente e incluir al jefe simplemente en copia? Vale recordar que la persona en copia oculta puede decidir responder a todos y, de repente, "aparecer" en el intercambio de e-mails, generando aún más problemas entre los involucrados.

5. Copiar a muchas personas en el mismo e-mail

Elegir los contactos de los campos "para" y "en copia" ya sería un primer paso hacia la eficiencia: en el primero, se incluyen sólo a las personas que tienen relación directa con el tema del e-mail; en el segundo, constan las personas que - realmente - deben acompañar el intercambio de e-mails y el estado del asunto tratado. Pero lo que se percibe es tanto un uso indiscriminado de estos campos como la inclusión de innumerables contactos que no necesitan ejecutar ni acompañar nada. Esa situación acaba impactando el ya excesivo volumen de e-mails que los profesionales reciben diariamente. Por eso, sólo involucra en el mensaje a las personas que realmente están relacionadas con el asunto tratado. Después de resuelta la cuestión, si fuera necesario, elabora un nuevo e-mail con un breve resumen de lo que ocurrió e incluye a los contactos que necesiten saber sólo lo que fue resuelto (sin que ellos tengan que acompañar todo el paso a paso). ■

Nuevas guitarras y rebranding de cuerdas para Martin Guitar

CF Martin & Co. Inc. - o Martin Guitar - reporta crecimiento en la región latina con un reciente manager nuevo quien nos cuenta sobre las últimas novedades de la empresa y del sector local

Martin Guitar estuvo presente en el NAMM Show mostrando sus más recientes lanzamientos y estrategias para el mercado y todos los socios que se acercaron a visitarlos de todos los rincones del planeta.

También presente estuvo Jerry Lawlor, manager internacional de ventas para América Latina desde mayo de 2014 - además de encargarse de otros territorios -, quien explicó los resultados de la participación en la feria de este año: "¡NAMM Show fue otro gran éxito para nosotros! Contamos con la visita de dealers y distribuidores de todo el mundo que vinieron a ver nuestras nuevas líneas de guitarras, las ediciones limitadas y las personalizadas".

2015 marca el 50º aniversario de la guitarra D-35 y para comenzar las celebraciones, la empresa introdujo una edición especial con jacarandá brasileño que ya mostró ser bien recibida. Además, la línea Authentic agregó el modelo OM-28 Authentic 1931 con el nuevo sistema Vintage Tone creado por Martin, y la Dreadnought Junior también se encuentra entre las novedades.

Jerry con las novedades destacadas en NAMM

Latinos presentes

Muchos de los socios latinoamericanos de la marca se acercaron a Anaheim para reunirse con Jerry y también con sus redes de dealers que viajaron al encuentro desde cada país. "¡El entusiasmo por nuestra marca está creciendo a lo largo y ancho de este territorio tan importante!", destacó el manager de ventas.

"Estamos satisfechos con el crecimiento de nuestros distribuidores en la región. A Brasil, Argentina y Chile les fue muy bien durante el año pasado a pesar de los desafíos individuales que cada país tuvo. Latinoamérica se encuentra en el segundo año de una nueva estrategia con un nuevo socio - Twins Trade Music - con el que estamos trabajando y estamos procediendo como lo planeamos", agregó.

Durante la entrevista nos dijo que en general el negocio de la empresa creció en cada segmento a nivel global. La

división de guitarras continúa teniendo un crecimiento dramático en todo el mundo, pero, aún más importante, la división de cuerdas y accesorios excedió los objetivos implantados para 2014.

Vale destacar que en Brasil, Martin Guitar está trabajando con Made in Brazil como distribuidor de toda sus líneas de productos mientras que Musical Express se encuentra como distribuidor adicional sólo para las cuerdas. Además, poseen una relación de largo plazo con Intermúsica en Argentina y Casa Amarilla en Chile. En 2013, se asociaron con Twins Trade Music para dar soporte en los territorios del Caribe y América Latina.

Promoción de productos

Luego de haber presentado sus productos en la feria de enero, la empresa destacó que desde una perspectiva de negocios todo lleva a pensar que continuarán teniendo crecimiento en el mercado de guitarras acústicas, preocupándose este año por dar más soporte y trabajo en conjunto con los distribuidores y dealers. "¡Estaré trabajando directamente con el distribuidor de cada país y planeo visitar cada área extensivamente para asistirlos en la promoción de la marca CF Martin & Co. Inc.!", determinó Jerry.

Entre los modelos que pueden tener más éxito en la región latina se encuentra la guitarra Dreadnought Junior con un nuevo tamaño de cuerpo de madera sólida pensado en mayor confort para el músico, un tono potente y fácil de tocar. "¡El precio accesible y las características de esta guitarra son ideales para músicos pequeños, estudiantes, viajeros y todos los que quieran tener claridad y profundidad de tono que ha definido a los instrumentos Martin por más de 180 años!", explicó. ■

Nueva imagem para cuerdas

El rebranding de Martin Strings también es una de las novedades de este año, que incluye un nuevo packaging para que las cuerdas permanezcan frescas por más tiempo y un diseño atractivo para las ocho líneas de productos principales para guitarras acústicas. La empresa también anunció un nuevo tratamiento propietario para sus cuerdas SP Lifespan Acoustic Strings que provee una mayor vida de cuerda sin sacrificar tono ni naturalidad.

Todos los paquetes de cuerdas acústicas han sido remodelados para mostrar un diseño más elegante, presentando un color único para cada familia de producto, como por ejemplo rojo para las SP Lifespan Strings o azul para las SP Strings. Cada paquete, además, presenta puntas codificadas por color para identificar rápidamente su calibre. Para garantizar la calidad, cada cuerda ahora viene envuelta en sobres individuales dentro del paquete.

Para unirse a la familia de cuerdas fue lanzada la línea Retro llamada "LJ's Choice", nombrada por Laurence Juber, artista signature de la empresa, que presenta un calibre medium light personalizado desarrollado con el artista. Estas cuerdas Retro son hechas a mano con una mezcla de níquel y cobre.

Edición Limitada D-35 Brazilian 50th Anniversary

Este modelo surge para celebrar el 50° aniversario de la legendaria D-35 Dreadnought que se volvió uno de los modelos más populares y replicados en su época. Hay sólo 100 unidades de edición limitada y está construida con lados y laterales traseros de jacarandá de Madagascar, headplate y wedge central trasero de jacarandá brasileño, tapa de pícea europea con certificado FSC, brazo X de ¼", e incrustaciones símil marfil.

Cada modelo viene con una etiqueta interior firmada personalmente por Chris Martin IV - CEO & presidente -, un poster D-35 Anniversary de edición limitada (enviado cuando se registra el modelo), un folleto del aniversario y tarjeta de garantía.

El especial para Latinoamérica

La guitarra Dreadnought Junior (alias "D Jr") tiene un tamaño reducido de aproximadamente 15/16" de la dimensión total del Dreadnought de Martin de 14 trastes (14 ¼" de ancho en la parte más baja) con una longitud de escala de 24". La tapa de pícea de Sitka presenta un brazo X de ¼" con barra de tono asimétrica simple. El fondo y los laterales son de sapele, y el material Richlite, una alternativa para el ébano con apariencia y rigidez similares, fue elegido para el diapasón y el puente. Viene equipada de fábrica con sistema de refuerzo de sonido Sonitone de Fishman e incluye bolso de transporte de nylon.

MÁS INFORMACIÓN
www.martinguitar.com

MIGUEL DE LAET
Licenciado en música y especialista en publicidad de La Universidad de San Pablo (ECA/USP). Actualmente es gerente de proyectos de Anafima Brasil.
E-mail: migueldelaet@gmail.com

Miedo de errar: ¡el peor enemigo del emprendedor y de la innovación!

¿Cuántas veces ya oíste la máxima "errar es humano, pero errar dos veces es de tonto"?

Muchas personas tienen mucha dificultad de enfrentar situaciones de riesgo. El miedo de fracasar las asusta, mucho más que el cambio - tema tratado en el artículo anterior (edición 56). Sin embargo, el mercado contemporáneo exige ideas y productos innovadores por parte de las empresas e innovar implica correr riesgos y, consecuentemente, enfrentar experiencias que pueden no tener éxito.

Por esa razón, no existe emprendedor innovador que no asuma riesgos en su negocio. Al final, el producto o servicio innovador siempre modificará algún aspecto de la mercadotecnia: o generará desequilibrio en sectores que aparentemente están solidificados o reproducirá el equilibrio, proponiendo soluciones para necesidades que antes no eran suplidas. De cualquier modo, para llegar a eso, será necesario que el emprendedor siga la receta de intentar, errar y aprender.

Es por medio de nuestros errores que aprendemos y mejoramos innumerables procesos. Es asumiendo riesgos que alcanzamos la chance de crear nuevas oportunidades para conquistar más y mejores negocios. Además de eso, las oportunidades se presentan por tiempo determinado, ¡lo que hace que el juego sea más emocionante!

> **"Es esencial tener la consciencia de que todo emprendedor, en algún momento, tomará una decisión equivocada"**

Un reloj innovador

La fascinación por el control del tiempo siempre estuvo presente en la vida del ser humano. Sucede que en la vida moderna, la fascinación se materializó en máquinas extremadamente complejas que se volvieron signos de status y poder. Es el caso de la marca Breguet, creada por Abraham Louis Breguet, padre de la relojería moderna.

Para tener una idea, desde que Casa Breguet fue fundada, en 1775, ha producido piezas exclusivas para 'celebridades' como Napoleón Bonaparte, Winston Churchill y la princesa brasileña Isabel (hija del emperador D. Pedro II).

Cada reloj es producido manualmente por artesanos relojeros y toma, en promedio, de seis a 18 meses para

ser confeccionado. Sucede que un reloj bastante curioso también fue construido en la respetada casa, el Breguet Nº 160, considerado un monumento de la relojería del Siglo XVIII. El reloj fue encomendado por un 'admirador' de la reina da Francia en esa época, María Antonieta, en 1786. El pedido era muy específico: ¡debía ser el mejor reloj del mundo, espectacular, innovador!

Para tener idea, el reloj de 60 milímetros de diámetro fue proyectado para ser construido con un case de oro de 18 quilates y un mecanismo de 823 partes, con sus partes internas también producidas en oro (donde comúnmente era usado bronce).

El reloj tendría innumerables recursos de medición de tiempo. Por el grado de complejidad del proyecto, la pieza sólo estuvo lista en 1827. Curiosamente, la reina que la recibiría como regalo no vivió para verla: fue a la guillotina en 1793. Ni siquiera el propio creador del proyecto tendría el privilegio de verlo terminado. Falleció cuatro años antes de la finalización. Siendo así, el Breguet 160 fue de las manos del relojero que lo finalizó directo hacia un museo, ¡volviéndose el proyecto innovador más obsoleto y curioso del mundo!

¡Una nueva forma de afeitarse (otra vez)!

¡El Siglo XVIII realmente tuvo mucho movimiento para la humanidad! Más allá de la Revolución Francesa (1789-1799), tuvimos innumerables inventos que redefinieron el estilo de vida de las personas. Uno de ellos fue la navaja moderna, creada por el francés Jean Jaques Perret - antes, la navaja cortaba de ambos lados, lo que la hacía extremadamente peligrosa.

En el comienzo del Siglo XX fue creado un nuevo movimiento revolucionario en el hábito de afeitarse. King Camp Gillette inventó, patentó, produjo y comercializó un sistema de afeitar en forma de T que utilizaba piezas descartables e intercambiables en un aparato con larga vida útil. Fue el inicio de la era de productos descartables que hoy forman la base de la economía del mercado en diversas categorías. Con el tiempo, el sistema de afeitar evolucionó y las láminas fueron mejoradas, retirando de circulación a la vieja navaja.

En ese período de evolución, muchos formatos de productos fueron rechazados por el mercado mientras otros se volvieron éxitos de venta. Curiosamente, Gillette se solidificó como la referencia en el sistema de afeitar y se mantiene hasta hoy lanzando nuevos ítems que cuestionan la eficiencia de los propios productos de la marca. Fue así con el sistema de dos láminas; con el sistema Sensor, con hojillas que se ajustaban al formato del rostro; con el producto Mach 3, que propuso el uso de tres láminas y, enseguida, el sistema Fusion Proglide, con cuatro láminas. La constante transformación y mejoría de sus productos presenta la vocación innovadora de la marca que enfrenta los riesgos de un posible canibalismo entre las líneas de productos.

Conclusión

Es esencial tener la consciencia de que todo emprendedor, en algún momento, tomará una decisión equivocada. Al final, existen muchas cosas en la aventura de tener el propio negocio que no son aprendidas en la facultad o en los libros, sino en la práctica, lo que sugiere que el emprendedor debe intentar y errar, para después intentar de otra forma hasta acertar. Errar forma parte del proceso de aprendizaje y el cuidado que se debe tener es para no cometer errores que sean fatales para el negocio. Creer en tu potencial es fundamental para que el negocio tenga éxito. ■

Desafío *M&M*

Informamos que Vitor Mendes, de la empresa Victoria, fue el elegido para recibir la consultoría de marketing. En las próximas ediciones podrán acompañar todo el proceso de la elaboración del plan de marketing, así como las acciones para el desarrollo del negocio de la empresa.

Biema positiva en la industria del audio

Con establecimiento americano y fábrica china, la empresa de productos de audio y accesorios apuesta en la expansión hacia otros territorios

El centro Biema de investigación y desarrollo de audio fue establecido en Estados Unidos en 1987 por Keith Biema, quien registró la marca en este territorio al mismo tiempo; pero fue en el año 2000 cuando Geffrey Gong decidió montar la fábrica Biema en Guangzhou, China, registrándola en este país. Con su propia fábrica localizada en el distrito de Panyu y sus 85 empleados, la empresa manufactura líneas de sistemas line array, altoparlantes, amplificadores, mixers, micrófonos y una variedad de accesorios.

"Cuando decidimos crear un nuevo producto, normalmente seguimos la demanda de los clientes y las tendencias de esta industria. Nuestro pensamiento se basa en que un producto exitoso debe ser bien aceptado por los clientes y por el mercado", explicó Cherry Fu, manager regional de ventas a cargo de la exportación para los mercados de Europa y América. Para hacerlo, la empresa adquiere el 80% de su materia prima en el mercado local, mientras que el resto es traído del exterior.

"La fabricación china para equipamiento de audio juega un rol importante en esta industria. Al comienzo se fabricaba para clientes, pero ahora la mayoría de las empresas fabrican y desarrollan sus productos con sus propias marcas y las promueven en todo el mundo con éxito", comentó Cherry.

Línea de ensamble

De OEM a marca propia

Ése también fue - y sigue siendo - el caso de Biema. Con clientes OEM en varios países del mundo, la empresa también comercializa sus líneas bajo su propio nombre en modo internacional.

Según las palabras de la manager regional de ventas, Biema es muy famosa ahora en los mercados europeos y asiáticos, y recientemente incorporaron socios en Estados Unidos con quienes comenzarán a expandirse aún más en el mercado norteamericano.

Sus productos están presentes en todos los continentes y poseen distribuidores y socios OEM en países como México, Bielorrusia, Bulgaria, Italia, Macedonia, España, Lituania, Alemania, Indonesia, Malasia y Australia, entre otros.

"Estamos expandiéndonos a través de los años. La industria del sonido se está desarrollando rápidamente con nuevas demandas y nuevas tec-

Presentación de productos

nologías. Y ahora nuestro objetivo principal en los próximos dos años es ampliar el negocio en los mercados latinoamericanos", acotó Fu.

En esta región, aún no cuentan con distribuidores para la marca Biema pero sí poseen varios clientes para los cuales fabrican productos en Argentina, Brasil y Chile. "Tenemos nuestro primer cliente en América Latina desde 2006 y hoy somos su proveedor más importante de equipos de audio. Existe una enorme demanda en productos de audio en esta región. Esperamos un crecimiento de 30% de nuestras ventas a través de la cooperación de negocios allí".

Por el lado de España, Biema cuenta con distribuidor también desde 2006. Si bien la situación aquí se encuentra más difícil que en aquel momento, las empresas continúan trabajando juntas para salir adelante. Cherry finalizó: "Mantenemos una buena relación con todos nuestros distribuidores y nos desarrollamos juntos a través de nuestra cooperación mutua. ¡Creo que nos destacamos por nuestra integridad, innovación y por ser positivos!". ■

Cherry Fu

Productos destacados

Biema PROFESSIONAL SOUND U.S.A.

SISTEMA OMEGA LINE ARRAY

Creado para refuerzo sonoro al aire libre o aplicaciones para shows en vivo para audiencias con menos de 100.000 personas, posee una construcción de tres vías con woofers duales de 12". Tiene una conexión fácil de usar entre las unidades para crear arrays en posición horizontal o vertical en touring, rental o instalación permanente. Todos sus componentes son de neodimio y contiene una bocina de guía de onda "Equal Path Length" especial.

SERIE T2

Línea de altoparlantes con diseño de definición a 15° cuyo patrón de cobertura de onda, según la explicación de la empresa, hace que la dispersión sonora llegue fácilmente a los oídos. Posee diseño de parlante de lado izquierdo y derecho independiente y el diseño de ángulo a 15° de cada lado optimiza la eliminación de ondas estacionarias. Opcional ángulo de montaje en poste de 0° a 15°. Los gabinetes son de madera reforzada con recubrimiento de pintura nano-compuesta.

MIXER DO-16.4

Mixer digital profesional para sonido en vivo pensado en escenarios pequeños, halls multifunción, estudios de grabación pequeños y salas de reuniones. Tiene 16 entradas mono (de línea o micro), dos pares de entradas estéreo Fx Return, salida master LR, salida Mono, 4 busses de salida, 6 salidas Aux, salida de monitoreo estéreo para auriculares o sala de control. Frecuencia de sampling de 48 kHz/24 bit y respuesta en frecuencia de +0/-0,5 dB, entre otras características.

Fachada de Biema

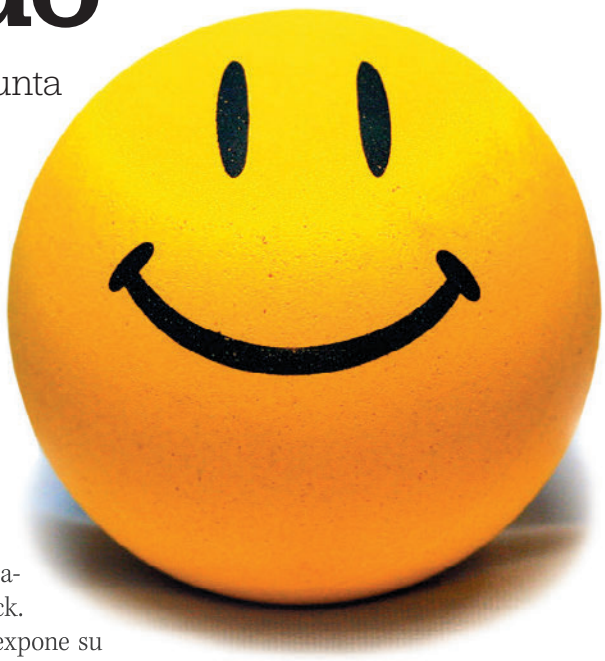
"La fabricación china para equipamiento de audio juega un rol importante en esta industria"

MÁS INFORMACIÓN
www.biema.com

CARLOS CRUZ
Vendedor profesional, entrenador de ventas y director del Instituto Brasileño de Ventas (IBVendas), actúa con foco en la formación profesional de vendedores y gestores de ventas. www.ibvendas.com.br

Cliente bueno es el cliente pesado

¿Quién nos enseña más? ¿El cliente que pregunta mucho o el que acepta todo sin objetar?



¿Quién nunca fue a una tienda y se deparó con aquella persona que cuestiona todo antes de comprar, que pide mucha información, reclama y, a veces, acaba sin comprar nada? Éste es el "cliente pesado", una piedra en el zapato de muchos vendedores, no sólo de tiendas minoristas, sino también de empresas. Lo que pocos saben, sin embargo, es que ése puede ser el mejor tipo de cliente, pues, además de hacer una consultoría gratuita, casi siempre vuelve a comprar cuando su voluntad o necesidad fue atendida.

Esa conclusión es señalada por ni más ni menos que Philip Kotler, el "Padre del marketing". Él afirma que entre 54% y 70% de los consumidores vuelven a comprar si sus reclamos fueron atendidos y 95%, si sus pedidos fueron atendidos rápidamente.

Ya Fred Reichheld, especialista en estrategias y marketing de fidelización, autor del libro "La pregunta definitiva", defiende que, con un aumento de 5% en la retención del cliente, una empresa consigue generar una mejoría de 25% a 75% en sus lucros.

¿Pero qué puede un profesional de ventas retirar de estas enseñanzas? ¡Que cabe a él ofrecer una atención impecable para que un cliente, visto como pesado, se vuelva fiel! No es necesario tener miedo de perder la venta sólo porque el cliente no parece estar persuadido, lo importante es saber conducir la negociación de manera convencida. Aunque, inicialmente, parezca difícil lidiar con compradores de este perfil, el vendedor consigue hacer eso más fácil cuando pone en práctica dos técnicas fundamentales para el buen curso de una negociación: exposición y feedback.

Cuando el vendedor expone su producto o servicio con una atención débil y con el verdadero interés en atender la necesidad del cliente, el potencial comprador retribuye naturalmente su franco feedback y, al aceptar el intercambio de información en este feedback, el vendedor tiene la oportunidad de conocer su producto bajo una nueva visión, la del comprador. ¡Es ahí donde el cliente pesado se vuelve el mejor de los clientes! Ese comprador es capaz de señalar como ningún otro los vacíos en la atención, hacer que el vendedor crezca como persona y como profesional y mejore su atención y producto.

Por eso, es de suma importancia atender, cautivar y cultivar al cliente pesado, además de fomentar el feedback ofrecido. Al contrario del "comprador buenito", que acepta todo sin cuestionar y exigir nada, él hace una verdadera consultoría, de la cual el buen vendedor puede retirar un mínimo aprendizaje. Al atenderlo satisfactoriamente, el vendedor va a probar, a partir de una relación consistente, que puede ofrecer una recepción exclusiva y de alto padrón, no sólo durante la venta, sino también en el post-venta.

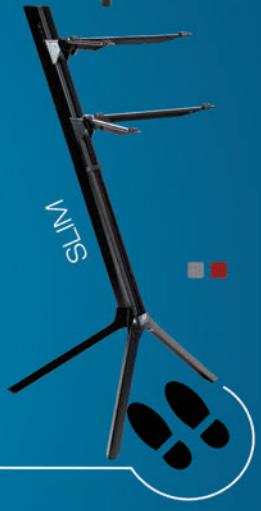
Es necesario que el profesional de ventas tenga en mente que las personas no compran, simplemente, productos, ellas compran una solución que satisfaga alguna necesidad. Cuando si es bien atendido en la compra de determinado producto, ese valor va todo al producto y el cliente vuelve a querer no solamente el mismo producto, sino todo el proceso de compra, con el mismo vendedor y la misma tienda. Y es exactamente por ese motivo que el cliente pesado es la persona más competente para decir si la atención es buena o no, señalando al profesional de ventas el camino del desarrollo y del éxito. ■

STAY MUSIC

Más ligero y resistente

Sea uno de nuestros distribuidores

Aluminio inyectado a presión
Material Noble - 100% Alumínio
Montaje rápido
Sin tornillos



4 Opciones de color
Alta capacidad de carga

ALUMINIUM 100% ALUMINIUM

Exclusivo **STAY**

Fabricación 100% propia
7.000m² área de producción

/staymusic.br
www.staymusic.com.br

La guitarra de 18 cuerdas de Pablo Malek

El músico, concertista, profesor y luthier argentino Pablo Malek comparte con nosotros los secretos detrás de la guitarra de 18 cuerdas: la protagonista de su obra

Pablo y algunas de sus guitarras

Pablo Malek comenzó sus estudios formales en el conservatorio Gilardo Gilardi, en la ciudad de La Plata, a la edad de 14 años. Obteniendo los títulos de concertista de guitarra y profesorado de guitarra, continuó sus estudios con músicos reconocidos a nivel local e internacional como Enrique Gerardi (Argentina), Silvia Cesco (Italia) y Jordi Mora (España).

Creaciones recicladas

A principios del año 2001, Pablo inaugura la Escuela de Guitarra que lleva su nombre; utilizando desde el comienzo una metodología propia y teniendo por objetivo la investigación y enseñanza especializada en guitarra. En los últimos años, trabajando a la par con otros 10 docentes, la escuela alcanzó los 150 alumnos por mes.

En 2006, empieza a trabajar en su primera creación como luthier. "La combinación de director y luthier es fantástica, ya que cuento con muchas herramientas para que lo que se me ocurre en mi cabeza como músico, lo pueda plasmar en mis creaciones, brindando shows que me identifican aún más", comentó Malek.

En cuanto a su inspiración para crear una guitarra de 18 cuerdas, comentó que se debe a que su dedicación en la interpretación y composición en la guitarra fue principalmente como solista, por lo que su idea era tener un mayor registro sonoro, pues deseaba que el instrumento sonara "a guitarra, a charango, a cavaquinho, a todo".

Pero, ¿y qué hay con la guitarra de 18 cuerdas? ¿Tiene alguna complicación a la hora de tocarla? "Complicaciones no tiene muchas. Hay que acostumbrarse, con dedicación y estudio se logra. Como ventajas destaco el tener más notas para tocar, mejor resonancia de los armónicos, ya que siempre hay alguna cuerda resonando por simpatía (fenómeno físico que trasmite una vibración de una cuerda a otra sin necesidad de ser pulsada). Creo que cualquier músico solista tendría que tener una".

Sobre las cuerdas que utiliza y su configuración en la guitarra, Malek explica que las cuerdas están especialmente diseñadas por una fábrica argentina, ya que otras guitarras de 10 cuerdas utilizan afinaciones no tan graves ni tan agudas. "Mi guitarra es una reforma a la guitarra tradicional de 10 cuerdas. Tiene 10 cuerdas afinadas (de grave a agudo): MI (tan grave como un bajo), LA, SI, luego las seis normales de la guitarra "MI LA RE SOL SI MI" y luego una más aguda que es LA. Además, tiene 8 cuerdas adicionales que pasan por dentro de la caja de resonancia y pasan por toda la parte trasera del mango, que ésas afinan en forma variada y su uso es principalmente como resonadores y como tensores para contrarrestar los más de 70 kilos de fuerza de las otras 10, de esta manera logro fabricar un mango hiper fino que termina siendo hasta más cómodo que una guitarra convencional".

Taller de luthería

Descanso de maderas

La ecología en cuenta

Pablo tiene un admirable enfoque ecológico que plasma en la elaboración de sus guitarras al evitar el uso de maderas obtenidas a través de la tala de bosques. Como fabricante nacional, con 66 guitarras firmadas, dice que puede auto-abastecerse de maderas de podas de árboles que resultan muy especiales por sus cualidades y vejez, de las cuales selecciona el tipo de corte para usar la mejor parte y luego guardarla en diferentes secciones durante tres años.

El luthier también suele comprar muebles antiguos de madera de cedro, que emplea para realizar los mangos, que terminan siendo perfectamente estables, a pesar de que son un poco más costosos. De igual manera con los diapasones, para los cuales usa, incluso, madera de más de 100 años.

Pablo expone que trabajar la guitarra desde sus inicios le da más sentimiento y alma al instrumento y cuenta una linda historia para exaltar este pensamiento. "El hijo de una cliente comenzó el kindergarten y justo en ese año junté madera de paraíso de la poda de un árbol antiquísimo de la puerta de ese establecimiento. Cuando egresó el niño, yo le preparé una guitarra a la madre que es concertista. Creo que ese valor afectivo agregado no tiene precio".

El maestro ha creado tres guitarras de 18 cuerdas (10 adelante y 8 en la parte posterior), aunque todas han sido destinadas para uso personal. Sin embargo de las otras 66 que ha hecho, dijo que todas fueron diferentes y pensadas para cada cliente.

En estos años, ha realizado guitarras de viaje, guitarras con amplificación incorporada, con puerto USB, con MP4 incorporado, con menos cuerdas, u otro tipo de instrumentos como cavacos, charangos, ukuleles, Erhus, xilofones, cajones peruanos, y flamencos, entre otros.

Con solicitudes de guitarras provenientes de diferentes provincias de su país, Malek nos cuenta que se encuentra programando una gira por Europa, con la intención no sólo de llevar su música, sino también de dar a conocer su faceta de luthier.

Sobre su perspectiva acerca de la situación en Argentina, en cuanto a la industria de instrumentos musicales, señaló que al estar limitadas las importaciones, eso ayuda a los pequeños y grandes fabricantes a crecer, aunque, a su vez, cree que hay productos e instrumentos del exterior que sería bueno poder adquirir fácilmente en Argentina. ■

JOEY GROSS BROWN
es consultor para el mercado de instrumentos musicales y audio profesional. Puede ser contactado en el mail joey.grossbr@gmail.com

La hora de la renovación

¿Das la debida atención a tus vendedores? Aquí, un reflejo de cómo está la mayoría de los equipos de venta en el comercio del sector y también la realidad de tus gestores. Y entonces, ¿vamos a renovarnos?

¡Hola, amigos! En mi columna de la última edición (que trajo varios comentarios, además de algunos e-mails inteligentes - y otros no tanto), escribí sobre el abandono y la desunión observados en nuestro mercado. Al mismo tiempo, veo un movimiento de concientización para mostrar que la mejor salida es la inversión en educar y enseñar una renovada fuerza de trabajo.

Todos conocemos a aquel músico que terminó trabajando como vendedor en una tienda con la esperanza de que la banda de él tuviera éxito (situación que generó un montón de buenos ejecutivos en nuestro segmento) pero eso ya no existe más. Internet cambió la manera de divulgar, promover e incluso vender música. Con esto, los músicos actuales se concentran más en el monitoreo de redes sociales y en hacer más presentaciones marcadas por ese canal, y así sucesivamente...

La edad de los nuevos vendedores también se encuentra, en promedio, menor, si se compara con la generación anterior, y percibimos que una aflictiva acomodación reina sobre todos. No hay interés en aprender, no hay ganas de seguir una carrera. Encontramos, entonces, a una generación de vendedores que 'está' vendedor y no 'es' efectivamente un vendedor. Esos profesionales no quieren perfeccionarse y solamente lo hacen cuando el dueño de la tienda lo exige.

"La mejor salida es la inversión en educar y enseñar"

> **"El entrenamiento más eficaz es aquel en el que el empleado aprende a pensar como el dueño"**

Entendiendo el por qué

Aumento brutal de marcas en el mix de productos de la tienda: marcas conceptuadas, marcas nuevas, marcas nacionales y marcas OEM llegando en exceso a los puntos de venta, confundiendo la rápida asimilación por parte de los vendedores. En tiendas donde existe una diferenciación bien orientada, con pocas marcas en cada nivel de precio, es posible incluso encontrar vendedores que pueden explicar el mejor negocio al consumidor y agregar valores de forma intuitiva.

La 'departamentalización' dentro de las tiendas: aquí el efecto acomodación es notado de forma brutal. Al contratar vendedores para un 'segmento' de la tienda y no exigir de él conocimiento en otros nichos - o incluso agu-

Prodipe.com

THE BRIGHT CHOICE

¡La marca francesa ya está disponible en América Latina!
Una amplia línea de productos, con un precio agresivo y con excelente rentabilidad.
No tiene que buscar más, su futuro negocio está aquí!

Recientemente nuestro equipo de ingenieros de sonido franceses ha completado nuestra gama de instrumentos micrófono de la serie 21 con tres nuevos modelos fabricados para grabar fielmente instrumentos acústicos específicos en vivo. Ellos vienen en diferentes formas y tamaños, por lo que han desarrollado un sistema de montaje adaptables con pinzas que son tan flexibles, ya que son fáciles de colocar, además de proporcionar protección contra la vibración.

GL21 Lanen
Acoustic guitar & Ukulele

BL21 Lanen
Contrabass

SB21 Lanen
Sax & Brass & Percussion

VL21 Lanen
Violin

NUEVO

CL21 Lanen
Cello

NUEVO

PL21 Lanen
Percussion

SPECIFICATIONS

- Sensitivity : -47dB ±3dB (0dB=1V/Pa at 1KHz)
- Max. SPL: 140 dB
- Impedance: 2.2 KΩ
- Directivity : Unidirectional
- S/N Ratio: 68dB
- Frequency response: 50Hz to 20KHz

“ De todos los componentes en un micrófono, la que tiene que ser infalible es la cápsula. Para el nuevo instrumento Prodipe gama micrófono hemos perfeccionado una cápsula electret aquí en Francia que puede manejar hasta 140 dB. Con este nivel de rendimiento, nuestros micrófonos preservarán el sobre armónico completo que añade calidez al sonido de su instrumento. No deje que el precio sea el factor decisivo, comprar el micrófono por su calidad profesional, porque ese es nuestro objetivo – para hacer a favor de la calidad al alcance de todos. ” Ludovic Lanen Ingeniero de Sonido

THE BRIGHT CHOICE 1999-2014 15TH ANNIVERSARY

BUSCA TODOS LOS PRODUCTOS PRODIPE EN NUESTRA PÁGINA WEB EN ESPAÑOL

TDC 8 (el par)

PRO8-3W

PRO8 V2 (el par)

PRO10S V2

ST-1 Lanen

3000BR

Studio22 PRO

PRODIPE distributed in: U.S.A. & Canada, UK, Germany, Italy, France, Belgium, Argentina, Brazil, Czech Republic, Norway, Philippines, Poland, Portugal, Russia, Singapore, South Africa, South Korea, Spain, Switzerland, Thailand, Turkey, Ukraine, ...

Distribucion en LATAM :

INTERMUSICA S.A. - ARGENTINA
WWW.INTERMUSICAONLINE.COM.AR

TWINS TRADE MUSIC Corp. - LATAM
WWW.TWINSTRADEMUSIC.COM

PLAYTECH - BRASIL
WWW.PLAYTECH.COM.BR

This just leaves you with one choice to make... The bright choice!

dizar la curiosidad de él en este sentido -, simplemente estamos acomodándolo en función de la demanda.

Explico: si el vendedor es un eximio conocedor de amplificadores de guitarra, pero no entiende nada de baterías, nunca será posible aprovechar la mano de obra de él en este sector, y siempre nuevas contrataciones precisarán ser hechas para suplir una posible falta en un departamento específico. La alta rotación y el fuerte desgaste (además de costos de trabajo para la tienda) ocurren siempre que un vendedor precisa ser substituido.

Cada departamento con su especialista

"Encontramos, entonces, a una generación de vendedores que 'está' vendedor y no es efectivamente un vendedor"

Al crear un sistema en el que el vendedor siga una rotación (pasando por diversos departamentos por determinado período de tiempo), se puede crear un profesional con más conocimiento o incluso ambición, y quién sabe si descubre que él puede desempeñar bien su papel en cualquier segmento o departamento, o incluso calificarse para un cargo mayor. Eso también le trae experiencia e instiga su interés en nuevos cursos y oportunidades de aprendizaje.

Yendo directo al punto: ¡piense en remuneración justa! Con márgenes cada vez menores y una sistemática caníbal de mark ups en nombre de un pseudo-aumento en el volumen de las ventas, muchos ofrecen ganancias insignificantes al vendedor, olvidando importante parte del proceso: la de que él debe estar con la cabeza tranquila para elaborar cada vez más tácticas de venta y crear una predisposición para permanecer en el trabajo actual.

La cosa está muy fea: las tiendas no entrenan a sus empleados para no darles una fuerte experiencia, por miedo de que ellos vayan a trabajar con la competencia; pero también no pagan el valor adecuado para mantenerlos en la empresa. Ahora, eso se vuelve un círculo vicioso que solamente degrada el nivel de profesionales de venta en el mercado y los coloca como piezas descartables.

Inversión en modernización de la información sobre la tienda: tener personas bien entrenadas al mismo tiempo que tenemos a disposición gadgets informativos puede significar preciosa economía de tiempo y una ganancia en la calidad de la información. Construye sistemas informativos en los que tu, como tienda, envíes mensajes puntuales a tu equipo de ventas. Puede ser un boletín diario, transmitido vía Bluetooth o WhatsApp directamente al celular del empleado; un pequeño papel impreso en el baño o en un área común para el equipo; en síntesis, crea una red social activa en tu tienda que funcione en tiempo real.

Tu podrás calificar a tu vendedor incluso más, divulgar promociones del día, o del mes, manteniendo el foco del equipo y proporcionando información técnica de productos u ofertas, entre otros. ¡Todo por el smartphone de él! ¡En el iPad de la tienda! En totems distribuidos por las áreas comunes para los empleados. En fin, crea puntos de aprendizaje para tus vendedores y distribúyelos por la tienda.

Más allá del horizonte

No tengas miedo a la renovación. Renuévate constantemente y haz que las personas en tu tienda también miren hacia un horizonte mayor. Consigue transmitir una perspectiva de carrera de la misma forma clara que transmites tus metas. Muestra la ganancia futura que tu empleado tendrá si apuesta en ti y en tu empresa. Enseña técnicas de venta de la misma manera que agradeces la fidelidad y la confianza. Esos valores existen en cada una de las cabecitas que hacen parte de una organización, basta hacer que afloren y se manifiesten día y noche.

Concluyendo: observa a la renovación como una oportunidad para intentar cosas diferentes. Las ventas son una sistemática de prueba y error y no todas las reglas se aplican a todas las situaciones. Excelentísimo señor dueño de una tienda: De valor a su equipo de profesionales. Enfóquese en entrenar a su empleado: eso no implica mandarlo a un distribuidor o fabricante para que le llenen la cabeza de cosas sólo favorables para ellos mismos (distribuidor/fabricante). ¡El entrenamiento le cabe a usted! Solamente el propietario o administrador de una empresa puede pasar los valores y mensajes correctos sobre ella. El entrenamiento más eficaz es aquel en el que el empleado aprende a pensar como el dueño y, muchas veces, acaba incluso siendo confundido con él.

Invierta tiempo en conocer a su grupo de colaboradores, tenga una buena relación con ellos y hágalos cada vez mejores. ¡Renuévese! ■

Nuevo de La Bella

¡QUE NO SE DESCAME!

SIN ESCAMAS, SIN GRIETAS, SIN DESCASCARARSE. SIN PERDER TONO.

GUITARRA ELÉCTRICA - Enrollado redondo recubierto en níquel
- VSE942 Extra Light 9-42
- VSE946 Light 9-46
- VSE1046 Regular 10-46
- VSE1150 Blues Light 11-50

GUITARRA ACÚSTICA - Enrollado de bronce fosforoso
- VSA1050 Extra Light 10-50
- VSA1152 Custom Light 11-52
- VSA1252 Light 12-52

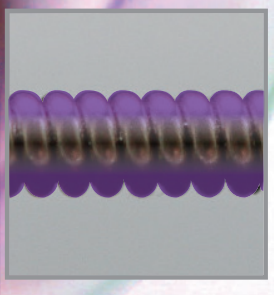
BAJO ELÉCTRICO - Enrollado redondo recubierto en níquel
- VSB4A 4-Cuerdas 40, 60, 80, 100
- VSB4D 4-Cuerdas 45, 65, 85, 105
- VSB5A 5-Cuerdas 40, 60, 80, 100, 118
- VSB5D 5-Cuerdas 45, 65, 85, 105, 130
- VSB6A 6-Cuerdas 30, 40, 60, 80, 100, 118
- VSB6D 6-Cuerdas 30, 45, 65, 85, 105, 130

EL FUTURO DE LAS CUERDAS REVESTIDAS NO ES EL REVESTIMIENTO.

Bienvenido a la próxima generación de cuerdas con vida extendida. Las cuerdas La Bella Vapor Shield™ son únicas en el mercado ya que la superficie de las mismas es modificada durante el proceso de tratamiento. Las cuerdas revestidas ahora son una cosa del pasado.

Usando un Proceso de Vapor Iónico™ altamente sofisticado desarrollado por Acoustic Science™, los compuestos patentados son activados con un plasma electromagnético de descarga brillante que crea una modificación en la superficie de todas las cuerdas. El resultado es una cuerda protegida contra la suciedad, aceite, residuos y opacidad. Pero lo más importante es que la tocabilidad y vida de la cuerda son extendidas sin descamarse y sin comprometer el tono.

CUERDAS LA BELLA con PROCESO DE VAPOR IÓNICO



CUERDAS DE LA COMPETENCIA con sus PROCESOS

LA DIFERENCIA DE LA BELLA VAPOR SHIELD.™ La tecnología detrás de La Bella Vapor Shield™ no se compara con ninguna otra cuerda. La superficie y longitud completas de todas las cuerdas son tratadas con un material de vapor de polímero que forma un núcleo y requiere horas de compleja preparación y procesamiento; sin atomizarlo ni sumergirlo. Los resultados son incomparables.

TONO. MÁS BRILLANTE que las cuerdas revestidas típicas Y las cuerdas sin tratar. A diferencia de las cuerdas revestidas tradicionales, las cuerdas Vapor Shield™ de enrollado y acero simple tienen un tratamiento que resulta en un tono uniforme.

TACTO. El Proceso de Vapor Iónico™ mejora las propiedades de la superficie de la cuerda, resultando en cuerdas con enrollado de acero simple MÁS SUAVES en comparación con las cuerdas típicas revestidas y sin tratamiento.

VIDA UTIL. Duran 5 veces más que las cuerdas sin tratamiento.

RESISTENCIA. No se descaman luego de un período de tocado extendido. Inmunes a la suciedad, deslustrado y residuos de aceite.

ENROLLADAS CON CABLE AMERICANO. HECHAS EN EEUU..

El logro de una tradición familiar desde 1640.

Para más información sobre las VAPOR SHIELD visita www.labella.com

La Bella® Superior Quality

Música & Empresaria: Cordelia von Gymnich opina sobre la industria

Sus principios en el medio fueron con la música y hoy se encarga de las famosísimas ferias Musikmesse y Prolight + Sound. Conociendo ampliamente el mercado, Cordelia nos deleita con esta interesante entrevista

Los primeros recuerdos de Cordelia von Gymnich relacionados con la música datan de su niñez, bailando cumbia con su padre durante una celebración indígena en Guatemala, país donde vivió parte de su infancia, donde su padre trabajaba como voluntario. "Cuando se ha crecido en Latinoamérica, es difícil no amar la música. Así fue como me enamoré de ella y del canto desde muy joven. En mi adolescencia formé parte de varias bandas, desde coros a grupos de rock y bandas de jazz. ¿Por qué no elegí dedicarme profesionalmente a la música? Pues la culpa es de mi marido, que es músico. Nos conocimos con 18 años, y pensé que al menos uno de los dos debía dedicarse a algo 'de lo que pudiéramos vivir'. Así que estudié derecho en la Universidad Goethe de Frankfurt", comentó entre risas.

Cordelia von Gymnich, directora del área de negocios Entertainment, Media & Creation de Musikmesse y Prolight+Sound

En 1989, Cordelia se incorporó a Messe Frankfurt como manager de ventas regional para Latinoamérica, puesto en el que, para su alegría, pudo aprovechar al máximo su afinidad con la región. Después de varios años como directora comercial internacional, asumió la dirección del área de negocios Entertainment, Media & Creation y, por lo tanto, de las exposiciones Musikmesse y Prolight + Sound. "¡El trabajo de mis sueños! Desde 2013, dirijo también las ferias de bienes de consumo Paperworld, Creativeworld y Christmasworld. Y durante Messe Frankfurt Allstars me subo al escenario como cantante solista. Evidentemente, la música sigue siendo muy importante para mí, no en vano sigo formando parte de varias bandas musicales, además de tocar con mi marido, cuya carrera musical, por cierto, ha sido tan exitosa como mi trayectoria en Messe Frankfurt".

¿Cómo ves la escena actual del sonido y la iluminación?

"A pocos sectores les afectan tanto las innovaciones como a éste. En los últimos años hubo novedades trascendentales que han provocado mucho movimiento en la industria: desde el triunfo de los LED hasta las mezclas digitales y las remotas, pasando por la resolución 4K, por nombrar algunos ejemplos. El

propio sector también ha evolucionado. La organización de eventos, que antes se caracterizaba por 'mucha marcha' y un cierto grado de improvisación, se ha ido convirtiendo en un sector cada vez más profesionalizado. Y no sólo aquí en Alemania, sino también en todo el mundo. Las empresas deben superar las más altas exigencias de fiabilidad y los constantes cambios en las normas técnicas y laborales. Se deben ejecutar puntualmente proyectos de gran complejidad. Además, el sector es claramente polifacético e interdisciplinario: agrupa a técnicos electricistas, ingenieros de estática, especialistas en TI, creadores inconformistas y técnicos economistas, y no es de extrañar que un solo profesional deba ser capaz de desempeñar todas estas tareas a la vez. El beneficio es recíproco entre los segmentos, que deben unirse para superar los retos".

En 2014, Musikmesse y Prolight+Sound alcanzaron un récord de visitantes

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Petra Welzel

Numerosos pabellones disponibles en Alemania para cada segmento

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Petra Welzel

¿Qué tendencias crees que seguirán estos mercados?

"La importancia de la perfecta interrelación entre tecnología para eventos, TI y hardware continuará al alza en los próximos años. El vínculo entre la coordinación de iluminación, sonido, efectos láser, proyecciones, pantallas, fuegos artificiales y efectos con agua, olfativos o de otro tipo cada vez está más alto, tanto para conciertos y espectáculos como para grandes eventos empresariales y al aire libre. Otros avances también influyen al sector. ¿Se puede clasificar un evento como green event? Es probable que en el futuro tanto organizadores de eventos como asistentes se planteen esta pregunta cada vez con mayor frecuencia. La tecnología moderna es clave para que los grandes eventos sean cada vez más ecológicos: LED respetuosos con el medio ambiente, proyectores con una vida útil más larga y transformadores de salida de clase D de bajo consumo podrían ser algunos de los ejemplos".

¿Y qué nos dices del segmento de instrumentos musicales?

"A grandes rasgos, este último año el mercado ha tenido una evolución estable, si bien aún quedan muchos retos por superar. Ante todo, los cambios en los hábitos de ocio de la era digital han afectado a la demanda de instrumentos musicales, sobre todo entre la generación más joven. A esto hay que sumar la tendencia hacia una aceleración del ritmo de vida en muchas partes del mundo, que deja menos tiempo libre para los hobbies. Como feria musical, nos gustaría contribuir a acercar a las personas al fascinante mundo de la música. Por eso hemos incluido en la agenda conciertos de artistas conocidos y talleres de instrumentos, además de concursos de nuevos talentos y una oferta dirigida a fomentar la música entre los más pequeños".

"Ahora bien, un evento como Musikmesse refleja también el espíritu innovador del sector de los instru-

> **"Los cambios en los hábitos de ocio de la era digital han afectado a la demanda de instrumentos musicales"**

¿Qué es Messe Frankfurt?

Messe Frankfurt es el grupo que organiza algunas de las exposiciones más importantes en diversos segmentos como tecnología y producción, ocio y bienes de consumo, textiles y tecnologías afines, movilidad e infraestructura, y entretenimiento, medios y creación.

El grupo da soporte a los expositores al abrir mercados internacionales para sus productos y para dar mejor servicios a los clientes localmente cuentan con más de 150 representantes y oficinas en todo el mundo.

mentos musicales. No podemos obviar que, al margen de la evolución de los clásicos conocidos, de vez en cuando en el mercado también hay novedades por descubrir, empezando por los instrumentos híbridos, que combinan el sonido analógico y el digital, o la integración de dispositivos móviles. Por ejemplo, la app para controlar los amplificadores de guitarra. Pero no sólo la fuerza creativa de las empresas me parece positiva, sino también la certeza de que los instrumentos musicales tienen un valor emocional para mucha gente. Incluso cuando la situación económica es complicada, los músicos no quieren renunciar a un instrumento de buena calidad".

¿Continuará siendo China un gran proveedor mundial?

"Al menos existen distintos indicios que así lo señalan, como el fuerte crecimiento de nuestras ferias en China. Me gustaría destacar sobre todo Prolight + Sound Guangzhou, especialmente importante como plataforma de sourcing internacional, que en 2014 experimentó un aumento del número de visitantes de 24%. Nuestras asociaciones internacionales señalan también que los productos procedentes de China cada vez son mejores. Eso sí, a pesar de su rápida evolución, los productores del Lejano Oriente tendrán que esforzarse mucho para poder compararse con las décadas de experiencia y el espíritu innovador de las empresas con una larga tradición a sus espaldas".

¿Crees que el foco del mercado podría cambiar a otra región emergente, como África?

"Es difícil hablar de África en general, pero evidentemente existen regiones africanas que en los últimos años han experimentado un crecimiento considerable y que entrañan un gran potencial. También lo hemos notado en

Escenarios reales para ver equipos en acción durante Prolight+Sound

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Pietro Sutera

Frankfurt: el número de visitantes de Musikmesse procedentes del norte de África ha aumentado recientemente un 18%, llegando a alcanzar incluso 38% en el caso de Prolight + Sound. En el sur del continente, el comercio de instrumentos musicales también está teniendo una evolución muy positiva. Según estudios actuales, Sudáfrica es uno de los países donde más ha aumentado el volumen de negocios en relación con los instrumentos musicales, y creemos que aún no se ha explotado todo el potencial que posee la región".

> **"Hemos observado un alto crecimiento sostenido en muchos países latinoamericanos en este milenio, un crecimiento con el que algunos países europeos tan sólo podrían soñar"**

Feria en Rusia

En la feria rusa, el número de visitantes ha aumentado un 42%, y el de los expositores un 46%, lo cual no deja lugar a dudas que la expo se está posicionando en el mercado local. "En primer lugar, nos alegramos enormemente de la excelente evolución de las ferias NAMM Musikmesse Russia y Prolight + Sound NAMM Russia. Uno de los motivos de este drástico aumento ha sido la clara ampliación del programa complementario, con ganchos para los visitantes, como la actuación de artistas conocidos, además de un extenso programa de seminarios y formación dirigido, entre otros, a usuarios profesionales del teatro, el sonido y la proyección. Evidentemente, las ferias en Rusia aún están lejos de sus homólogas en Alemania y China, por lo que respecta meramente a su tamaño. Pero vamos a perfilar mejor los eventos y a seguir ampliando los puntos fuertes mencionados. Para las marcas Musikmesse y Prolight + Sound, Rusia es una inversión a largo plazo. Seguro que en el futuro habrá aún más novedades", dijo Cordelia.

¿Cuándo y dónde? 10 a 12 de septiembre en Moscú, Rusia

DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS AMÉRICA LATINA Y CARIBE

Productos originales • Inventario fresco • Pronta entrega

BRASIL

IZZO MUSICAL
Av. Piracema, 1411 Modulo 8
Tamboré, Barueri SP, 06460-030
+55 11 3797-0100
sac@izzomusical.com.br
www.izzomusical.com.br

OTROS PAÍSES

IZZO USA - PS MUSIC CORP.
671 NW 4TH Avenue Suite C77
Fort Lauderdale, FL, 33311, USA
+ 55 11 3797-0100
orders@izzousa.com

CONSOLIDATED MUSIC CORP
6974 NW 12th Street
Miami, FL, 33126, USA
Tel +1 (305) 437-9798
leonardo@consolidated-music.com
www.consolidated-music.com

Elixir® strings

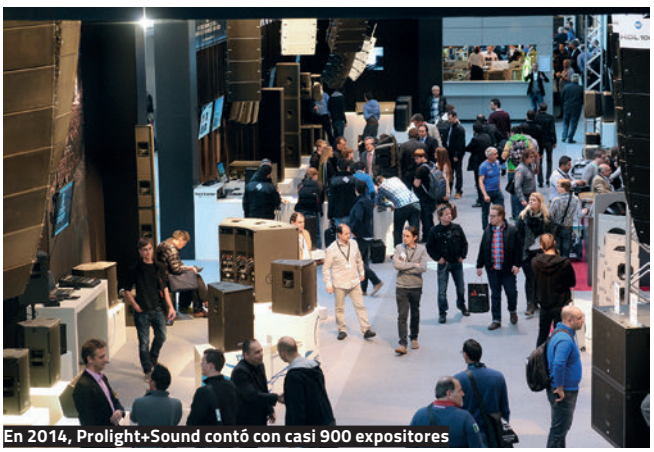
GORE, ELIXIR, NANOWEB, POLYWEB, GREAT TONE • LONG LIFE, "e" icon, and other designs are trademarks of W. L. Gore & Associates. ©2014 W. L. Gore & Associates, Inc.

ELX-445-ADV-ES-NOV14

"La tecnología moderna es clave para que los grandes eventos sean cada vez más ecológicos"

Durante las ferias, se miden incluso los decibeles para evitar contaminación sonora

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Pietro Sutera


En 2014, Prolight+Sound contó con casi 900 expositores

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Pietro Sutera

Y qué dices de la cadena de abastecimiento, ¿habrá cambios en ese aspecto?

"Hoy en día, la cadena de suministro es un importante factor de éxito en todos los sectores imaginables, también en el área de los instrumentos musicales y la tecnología para eventos profesional. Por eso, para los fabricantes es muy importante contar con una extensa red de proveedores y distribuidores especializados autorizados. Otro motivo más para visitar las ferias especializadas, donde se puede conversar con comerciantes y proveedores, y establecer nuevos contactos para el aprovisionamiento".

"Existen dos tendencias en relación con la cadena de suministro que podrían repercutir especialmente en la industria de los instrumentos musicales. Por ejemplo, es posible que en el futuro los compradores quieran saber con mayor exactitud de dónde proviene cada elemento de una guitarra, un piano, una batería, etc.; los instrumentos musicales, como decía, tienen un alto valor emocional. En este contexto, es probable que la green supply chain acabe adquiriendo mayor relevancia. Otro reto consiste en la profesionalización de la logística de devoluciones. Gestionar las devoluciones de los compradores por internet de forma tan eficiente como respetuosa con los recursos naturales puede suponer una auténtica ventaja competitiva".

¿Qué tendencias estás notando en las tiendas minoristas?

"Sin duda, la competencia en este campo se ha endurecido aún más en los últimos años. Muchos apuestan cada vez más por la distribución multicanal y aprovechan las oportunidades del comercio online. Otros confían completamente en las ventajas de los establecimientos tradicionales, que destacan por su intenso asesoramiento, proporcionan asistencia para reparaciones y, evidentemente, permiten probar bien los instrumentos antes de comprarlos. Algunos comercios minoristas se convierten incluso en proveedores de servicios; no sólo venden tecnología para eventos, sino también equipan los eventos con estas tecnologías, que luego ellos mismos manejan. Hemos podido observar, asimismo, una tendencia hacia la especialización en un grupo de productos más reducido, sobre todo porque el comercio por internet ejerce una enorme presión sobre los

¿Qué esperar en Frankfurt 2015?

Cordelia explica algunos cambios para este año: "Ya hemos puesto en marcha algunos avances conceptuales importantes para las próximas ediciones. Por ejemplo, Musikmesse 2015 estará abierta dos días enteros para visitantes particulares, lo que aumenta las oportunidades de las empresas del sector de despertar el interés de los amantes de la música por sus productos. Además, acabamos de ampliar el carácter del evento durante los dos días abiertos al público. Al mismo tiempo, vamos a reforzar también el valor de la feria como plataforma para el comercio, por ejemplo, mediante medidas como la organización de un área B2B especial y un programa VIP para establecimientos especializados en música". También en Prolight + Sound hay novedades este año. Esta feria amplía su gama de productos y sectores, y da la bienvenida a numerosos expositores nuevos y visitantes de los sectores de equipamiento y tecnología teatrales, para los que tienen preparadas ofertas especiales, y ya adelantaron que habrá algunas novedades para 2016 que serán develadas en breve.

¿Cuándo y dónde? 15 a 18 de abril en Frankfurt, Alemania

Apple BBC CNN msnbc.com The New York Times USA TODAY WIRED

La música está en movimiento. ¿Y tú?

IK Multimedia ofrece la gama más completa de apps y acesorios para dispositivos móviles, con accesorios para guitarristas, vocalistas, tecladistas, DJs, productores y compositores.

Con una imponente participación en el mercado de 65%+ en accesorios de música y casi 20 millones de apps descargadas en la App Store, IK Multimedia es el fabricante principal en la revolución de música móvil.

Con IK, su tienda puede contar con:

- Una gama completa de más que 50 accesorios, con precios económicos
- Una lista de usuarios superando los 2 millones, con más de 300.000 en América Latina
- Boletines informativos enviados a más de 200.000 lectores en Español cada mes
- Videos en YouTube grabados originalmente en Español o con subtítulos
- Un sitio web y soporte técnico disponible completamente en Español

Para obtener más información, por favor contáctenos al +1 (954) 846-9101 o por e-mail a **ventas@ikmultimedia.com**

IKMULTIMEDIA.COM

precios y dificulta cada vez más la coexistencia de varios establecimientos que ofrecen un surtido completo".

Visión sobre América Latina

¡Estamos seguros que tienes una opinión fuerte y variada sobre nuestra región! ¿Qué nos dices al respecto?

"Por un lado, vemos unos retos extraordinarios para las grandes economías de Latinoamérica. Los altos gravámenes sobre las importaciones en Argentina y la inflación han hecho que en los últimos tiempos el comercio de los instrumentos musicales se haya debilitado en el país. También en Brasil se ha ralentizado considerablemente el crecimiento, lo que sin duda tendrá repercusiones negativas en el comercio de los instrumentos. Por otro lado, hemos observado un alto crecimiento sostenido en muchos países latinoamericanos en este nuevo milenio, un crecimiento con el que algunos países europeos tan sólo podrían soñar. Esto se ha reflejado también en el comercio de instrumentos musicales. Por ejemplo, nos llegan cifras muy satisfactorias desde Guatemala y México".

Tendencias en iluminación siempre presentes en las ferias

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Pietro Sutera

> **"Nuestras asociaciones internacionales señalan también que los productos procedentes de China cada vez son mejores"**

"En algunos países, se ha formado una incipiente clase media y el nivel de vida ha mejorado considerablemente, un requisito previo importante para el éxito del comercio de instrumentos. Además, la media de la población es muy joven, y los menores de 30 años siguen siendo los principales objetivos para los fabricantes. Por último, los minoristas abastecen aquí a una población amante de la música para la que tanto la escena local como la nacional han tenido tradicionalmente una gran importancia".

"Por otra parte, con la fundación de la CELAC en 2010, se abrieron nuevas oportunidades para el comercio entre Latinoamérica y otras regiones del mundo. Va a ser muy emocionante seguir de cerca esta evolución".

Musikmesse tuvo 1345 expositores y más de 65.300 visitantes en 2014

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Jochen Günther

Varios fabricantes de la región - especialmente de Brasil - han estado participando de las ferias realizadas por Messe, ¿qué piensas de eso?

"Algunas empresas latinoamericanas se han hecho un nombre, sobre todo en el área de la percusión. Muchos fabricantes brasileños han aprovechado el boom del cajón para presentar sus productos ante el gran público en Frankfurt. En Brasil, se producen también excelentes baterías. La región aprovecha su rique-

AUDIOCENTER

Dynamic Audio Solutions

Serie TS,
Altavoces activos controlados con DSP

EL PRODUCTO IDEAL PARA PEQUEÑAS INSTALACIONES FIJAS Y EVENTOS DE TOURING

- Altavoces personalizados por Beyma y Faital
- Amplificador Clase D con 1200W, módulo marca Pascal
- Sistema de enfriamiento sin ventiladores
- Datos de simulación Ease Focus II disponibles
- Diseño elegante e innovador para instalaciones
- Todos los accesorios cuentan con certificaciones TUV
- Calidad de sonido superior, SPL de 136dB PICO
- DSP activo de 2 vías más fiable que nosotros construimos
- DSP con frecuencia de muestreo de 48KHz, precisión de 56-bit

prolight+sound GUANGZHOU | Salòn 3.1, Booth A02 5-8. 4. 2015

prolight+sound FRANKFURT | Salòn 8.0, Booth C40+C36 15-18. 4. 2015

www.audiocenter.net **www.ac-pro.net**

za en madera de gran calidad. Nos alegramos, como feria musical, de haber podido contribuir un poco a despertar el interés internacional por estos productos, y evidentemente queremos seguir ofreciendo la pasarela perfecta para los productos de la región, a pesar de que las empresas de Latinoamérica sigan siendo solamente un pequeño porcentaje de los expositores de Musikmesse en 2015".

¿Más ferias?

¿Qué opinas sobre la realización de pequeñas expos en diferentes países para las personas que no pueden viajar al exterior?

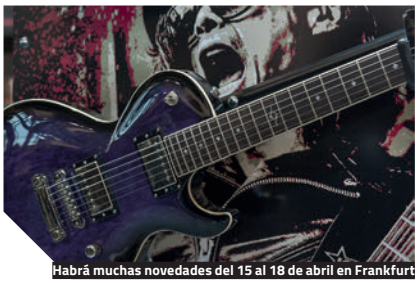
"Los objetivos de participación en las ferias pequeñas varían claramente de los de una gran feria internacional como Musikmesse y Prolight + Sound. Con las ferias pequeñas, se puede llegar a un pequeño grupo objetivo claramente delimitado, circunscrito normalmente a una región. Sólo en las grandes ferias se da cita todo el sector. A menudo, el programa alrededor del evento también es más importante en las ferias internacionales. Teniendo en cuenta que la orientación es distinta, las ferias regionales son positivas: si existe una demanda de este tipo de eventos es un buen indicio para el sector, y si contribuyen al progreso de la industria, como organizadores de ferias, nos complace".

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Jochen Günther

Cerca del 57% de los visitantes tienen decisión de compra en las empresas

42.267 visitantes estuvieron en Prolight+Sound 2014

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Petra Welzel



Habrá muchas novedades del 15 al 18 de abril en Frankfurt

Fuente: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Petra Welzel

> **"Estamos siguiendo muy de cerca la evolución de la economía en Latinoamérica"**

¿Y qué hay de América Latina? ¿Alguna vez pensaron hacer un evento en esta región?

"La decisión de organizar una feria depende sobre todo de la situación en cada mercado. Estamos siguiendo muy de cerca la evolución de la economía en Latinoamérica. Es muy posible que la demanda de una superficie de presentación más extensa para instrumentos musicales y tecnología para eventos alcance, en el futuro, un nivel que justifique la enorme inversión que supone organizar una feria especializada. Si esto ocurre, evidentemente estudiaremos más de cerca las opciones concretas". ■

También presentes en China

La evolución en esta región también ha sido toda una sorpresa. Los tres eventos en China organizados por Messe han mejorado en 2014. Sólo Prolight + Sound Guangzhou incrementó el número de expositores en más de un 23%. También el número de visitantes de las ferias ha mejorado considerablemente, lo cual ha contribuido de modo ejemplar a que las marcas Musikmesse y Prolight + Sound hayan alcanzado un récord de público el año pasado. En este caso, los distintos emplazamientos de los eventos han sido todo un acierto. En el centro de una de las metrópolis más importantes en el mundo cultural y económico del área Asia-Pacífico, muchos expositores aprovechan Music China y Prolight + Sound Shanghai para presentar por primera vez productos innovadores y nuevas tecnologías ante un público especializado y permitir que los usuarios finales las vivan en primera persona. Prolight + Sound Guangzhou se beneficia, en cambio, de la proximidad de las plantas de producción en una región industrial extraordinariamente importante para el sector. Aquí la filosofía de sourcing es lo más destacado. También por este motivo la feria se celebrará por primera vez en abril este año, coincidiendo con la temporada álgida del aprovisionamiento internacional. La superficie de exposición total será mayor que nunca: unos 1.300 expositores presentarán sus productos en 12 pabellones. "Como novedad este año, contaremos con las Audio Demonstration Rooms, donde los compradores pueden experimentar con las tecnologías de audio en un entorno interactivo. También en el caso de los eventos en Shanghai habrá novedades en 2015, que daremos a conocer en breve", detalló Cordelia.

¿Cuándo y dónde?

Prolight + Sound Guangzhou: 5 a 8 de abril en Guangzhou
Music China y Prolight + Sound Shanghai:
14 a 17 de octubre en Shanghai

ADAM
PROFESSIONAL AUDIO

AX-SERIES

„Excellent performance across the entire audio spectrum.“
Sound on Sound on A7X

„An outstanding monitoring solution.“
Audio Technology Magazine on TEC-Award-Winner A77X

SOS AWARD WINNER
SOS AWARD WINNER

A7X
Two-time SOS
Award Winner

28th ANNUAL TEC WINNER

A77X
TEC Award Winner

ADAM-AUDIO.COM

You Tube

LUIZ CARLOS RIGO UHLIK
es un amante de la música desde el día de su concepción, en 1961. (uhlik@mandic.com.br)

Crea una necesidad...

¿Sueles crear una demanda por la música y los negocios a su alrededor?

Muy poco aprendí en las facultades que frecuenté, sin embargo, una frase que oí durante la aventura universitaria me impresiona hasta hoy: "Crea una necesidad y tendrás al mundo en tus manos" (FAE - Facultad de Administración y Economía de Curitiba, Brasil).

¡Espectáculo!

Veo a todos los segmentos del mercado que están en la cima, o en ascenso, aplicar esta simple regla: crear necesidad. Hoy, tenemos necesidad de un buen celular, de una casa confortable, de muebles confortables, de televisión con pantallas espectaculares, de internet, de viajes al exterior, de alianza de compromiso, de automóviles, de comida vegana, de tablet, de...

¿Y de música?

¿Qué necesidad tenemos de la música? (No me vengas con el 'discurso' de que no puedes vivir sin la música. Das clases, vendes instrumentos musicales, haces shows, tocas en diversos eventos y necesitas de la música para sobrevivir. Estoy hablando de las personas que ni saben de su rutina musical).

Es más, ¿qué está sucediendo con la música? La respuesta está exactamente en lo que aprendí en la facultad de administración: no estamos creando necesidad de la música. Los colegas, el sector, el medio musical no está generando demanda simplemente porque está dividido, confundido, sin enfoque, sin reglas, sin nada.

El juego de apostar según el sueño que uno tuvo la noche anterior tal vez sea la forma más espectacular de apuestas en el mundo. Pero, nació en Brasil y se convirtió en ilegal. Si hubiera nacido en Estados Unidos, habría una nueva Las Vegas, con un sistema de juegos fantástico y sorprendente.

"Crea una necesidad y tendrás al mundo en tus manos"

¿Por qué nosotros, latinos, no nos tomamos con seriedad nuestras necesidades, nuestra creatividad, nuestra musicalidad? Peor aún: ¿por qué nosotros no creamos necesidad de aquello que nos es común, fácil y último?

Vea: ¿cuándo acabó nuestro folclore? ¿Dónde está nuestra música? ¿Dónde están los ritmos regionales y los artistas locales?... ¿Cómo permitimos una desatención tan aterradora de la música?

Claro que éste es un fenómeno global y que las personas, en todo el mundo, están desinteresándose por la música y, principalmente, por las ganas de tocar un instrumento musical. Las personas quieren lo que hace bien al ego. Hacerle bien al ego es una necesidad creada por los medios. Sólo eso. Nada más. Como la música ya no le hace más bien al ego, no es una necesidad, tampoco creó esa necesidad, está debilitándose, en todos los sentidos.

Por lo tanto, o nos unimos de forma concreta y definitiva o vamos a recoger los frutos del caos, exactamente como está sucediendo en las tiendas de instrumentos musicales, academias, escuelas y conservatorios en varios países. ¿No estás creyendo en lo que digo? Entonces, ¿quieres ver?

Escuelas de música: ¿cuántas tienen, en su kit de instrumentos, un tamborín, que es un instrumentos de percusión de lo más típico y espectacular ?

Tiendas de instrumentos: ¿qué tienda que conozcas te invitó a un pequeño concierto (que no sea un workshop para vender), a tomar un café o cualquier cosa de ese estilo sólo para 'convivir' con los instrumentos musicales de la tienda?

¿Lo quieres en números? ¡Las personas están gastando más dinero anualmente en remedios que comprando instrumentos musicales o equipos de audio! ¿Vamos a cambiar el rumbo de la música? Si queremos tener éxito, regla número 1: crea una necesidad y tendrás al mundo en tus manos... ■

FREE10LT

A powerful battery-powered portable sound system featuring the finest sound you may desire, fitted with a high-quality wireless microphone, a full-featured mixer and a ultra-versatile USB and BLUETOOTH audio player. What else you need to free yourself?

- **License-free UHF PLL wireless microphone**
- **AUDIO PLAYER with USB port, SD slot and BLUETOOTH connection**
- **4-CH mixer with built-in effect**
- **120W power amplifier**
- **1" horn loaded compression driver and 10" woofer**
- **3/4 hours working time**
- **Compact and light-weight PP cabinet with wheels and retractable handle**

PROEL

www.proel.com

Designed by Proel
ITALY

Elation se centra en el mercado y en los iluminadores

Con líneas de productos y servicios para cinco segmentos del mercado, la empresa americana reporta crecimiento constante y lanza nuevos aparatos para satisfacer a todos los usuarios

Elation Professional es una marca internacional de iluminación para entretenimiento y teatro, móviles y video con tecnología LED y soluciones de control DMX para iluminación en conciertos, escenarios de diferentes tipos, clubes nocturno, aplicaciones arquitecturales y centros religiosos.

Posee su sede americana en Los Ángeles, California, pero también cuenta con un centro de ventas, servicio y distribución en Kerkrade, Países Bajos, para ocuparse de toda Europa.

Elation estuvo participando en la edición 2015 de NAMM Show presentando una amplia variedad de productos y lanzamientos, con alta concurrencia en su stand y mucho interés en sus tecnologías.

Ernie Velázquez, manager de ventas para América Latina, comentó que la empresa está presentando crecimiento año tras año. "De hecho, 2014 fue muy bueno para nosotros. Estamos entrando en el mercado profesional a otro nivel con grandes conciertos, teatros, televisión y eso nos hace estar súper emocionados con este segmento".

John López & Ernie Velázquez en el stand de Elation en NAMM

SECTORES & LDs

El mercado de Elation es, tal vez, diferente al de otras marcas pues está dividido en cinco sectores distintos con iluminación, pantallas, producción, alquiler y TV. Para llegar a todos por igual, la empresa cuenta con distribuidores en países de todo el mundo y Latinoamérica no es la excepción, trabajando en algunos casos con varias empresas por país.

"El año que pasó presentamos un gran crecimiento en Colombia especialmente, con 20 a 30 por ciento. Eso fue muy significativo para nosotros", agregó Ernie. Además de destacar que se han realizado varias instalaciones importantes en el territorio a lo largo de los últimos doce meses. Es por eso que ahora están enfocados en acercarse más a los diseñadores de iluminación de la región, para conocerlos, trabajar cercanamente con ellos, que conozcan

Somos una marca reconocida con un gran respaldo

el abanico de productos en profundidad y vean las herramientas disponibles para aplicar en grandes conciertos, producciones y diversas instalaciones.

"Somos una marca reconocida con un gran respaldo. Abarcamos diferentes sectores del mercado y definitivamente estamos creciendo, logrando mejorar el posicionamiento de Elation en todo el mundo", destacó el manager de ventas.

En NAMM, la empresa lanzó varias luces robóticas como el más nuevo Platinum FLX que ya está en los riders técnicos, el Sniper 2R y el Satura Spot CMY Pro, que es un producto LED potente y se compara con una unidad de 575 ó 700 W. "¡Estamos muy contentos con estos productos y estamos seguros que tendremos éxito con ellos!". ■

SATURA SPOT CMY PRO

Aparato spot que va de 14° a 36°. Posee un motor LED de 320 W con promedio de vida de 50.000 horas, dando 11.700 lumens y 8000 K. Incluye 7 colores dicroicos + blanco, mezcla de color CMY y CTO variable, además de 6 gobos rotatorios intercambiables y 7 fijos, 5 modos de curva, zoom, foco, iris y frost; prisma rotatorio de 3 facetas y 16 macros de prisma. Provee operación "flicker free" para broadcast, TV y film, con grado de protección IP20.

SNIPER

Es una luminaria para efectos múltiples. Puede actuar como beam, scanner o simulador de láser. Tiene un haz de precisión de 3° y prisma rotatorio de 3 facetas. Crea efectos de conos, cielo líquido y ondas de láser. Además posee un sistema de espejo X/Y y Z de alta velocidad y contiene una lámpara Phillips Platinum 2R de 132 W, 14 colores dicroicos + blanco, 17 gobos estáticos y nivel de protección IP20.

MÁS INFORMACIÓN
www.elationlighting.com

music
CHINA

International Exhibition for Musical Instruments and Services

Hands on music

14 – 17 de octubre, 2015

Shanghai, Centro de la Nueva Exposición Internacional
Shanghai, China

¡Llégat e a Music China, tu destino para negocios, conocimiento y entretenimiento!

- Más de 71.000 distribuidores, mayoristas, comerciantes y músicos de 86 países
- Más de 1.700 expositores con una ampla variedad de instrumentos occidentales, así como los tradicionales de China
- Todo junto, en el centro comecial más dinámico y de mayor crecimiento en el mundo

www.musikmesse-china.com

Contact
Indexport Messe Frankfurt S.A.
Phone: +54 11 45141400
Fax: +54 11 4514 1404
Email: info@argentina.messefrankfurt.com

CMIA

INTEX SHANGHAI CO LTD

messe frankfurt

prolight+sound
SHANGHAI

International Exhibition of Technologies and
Services for Events, Installation and Production

Hands on energy

14 – 17 de octubre, 2015

Shanghai, Centro de la Nueva Exposición Internacional
Shanghai, China

- Más de 24.000 visitantes procedentes de 88 países
- Más de 500 expositores internacionales presentan la más avanzada tecnología en audio e iluminación y la más amplia oferta de accesorios y productos para escenarios
- Un programa marco variado que incluye conciertos en el popular Concert Sound Arena

Para más información, visite
www.prolightsound-shanghai.com

o contacte
Indexport Messe Frankfurt SA
Tel: +54 11 4514 1400
Email: info@argentina.messefrankfurt.com

INTEX SHANGHAI CO LTD ®

messe frankfurt

Joven Rock and Trade apunta al progreso

Creada hace un año, la empresa se dedica a la distribución mayorista en Argentina, aunque dentro de sus planes piensan abrir un canal de venta minorista. Daniel Bianchi, su CEO, cuenta más en esta nota

Rock and Trade SA importa, distribuye y fabrica a través de alianzas y acuerdos comerciales con fábricas nacionales, diversas marcas locales, pero también representa algunas internacionales en el territorio argentino, dándole al mercado local la oportunidad de tener una mezcla interesante de productos.

"Nuestra estrategia es combinar producción nacional con productos importados, inclusive si las restricciones a las importaciones se normalizaran, Rock and Trade seguirá promoviendo productos nacionales en nuestras líneas de distribución, a la vez que importe lo que resulte inviable desarrollar localmente", comentó Daniel, quien posse una rica experiencia de 20 años en el mercado.

Autogestión eficiente

La empresa cuenta con oficinas y depósitos en Capital Federal, con facilidad de acceso a todas las empresas de transporte disponibles. También posee un sitio web informativo para el consumidor final con acceso privado para las tiendas en donde pueden consultar precio, stock disponible, imágenes, y características de todos los productos. Esta información se actualiza automáticamente con el sistema de gestión MyMusic propio de Rock and Trade, de manera que el sitio funciona como una herramienta de autogestión para sus clientes. "Tenemos previsto ofrecer promociones especiales para las órdenes que ingresen por medio de la autogestión online", sugirió el CEO de la compañía.

Más marcas y mercados

Rock and Trade planea introducir en breve la distribución de una marca de platillos, además de anunciar varios eventos promocionales con nuevas marcas que se incorporarán — seguramente después de NAMM —, acuerdos con artistas, estaciones de prueba para los productos Koss en distintos puntos del país, y muchos otros proyectos que irán lanzando durante el año.

Además, si las importaciones se normalizaran en Argentina, piensan introducir Koss Headphones para el segmento consumer. Daniel concluyó: "No descartamos abrir un departamento exclusivo dentro de la empresa que maneje este mercado por sus diferencias al de instrumentos musicales. Hemos logrado mucho en muy poco tiempo y en circunstancias adversas. Sólo vemos progreso de cara al futuro". ■

Sus marcas

Importación y distribución exclusiva:
Koss Headphones, Music Nomad, Jam Hub
OEM de origen chino combinado con producción nacional:
Band Stand, Freeman, Powerdrums
Producción nacional:
Eugenio Savignano, Shelter bags and Straps, Sonomatic
Distribución exclusiva: **MyMusic**

MÁS INFORMACIÓN
www.rockandtrade.com.ar

Be Inspired

©2014 FBT Elettronica SpA

"Un verdadero sistema line array reuniendo tecnología avanzada y refinada ingeniería italiana - estos son los principios detrás del **MUSE**, una nueva solución de refuerzo sonoro de FBT, que redefine la matriz de línea moderna en términos de potencia, tamaño, peso, flexibilidad y facilidad de uso."

MUSE 210LA

Active Line Array system in Class D
1800W PEAK / 900W RMS
135 dB SPL
2-way, 2x10" LF, 2x1" HF
DSP with 8 EQ presets

SUBLINE 218SA

Active Subwoofer system in Class D
2400W PEAK / 1200W RMS
140 dB SPL
2x18" LF, 30 Hz - 120 Hz
DSP with 6 EQ presets

FBT
Made in Italy

www.fbt.it

Musisol se enfoca en la tecnología musical y en el cliente

Fundada en 1992 con el principal objetivo que Estepona - una pequeña localidad del Sur de España sin conservatorio de música - tuviera una tienda de instrumentos musicales orientada tanto al músico profesional como al aficionado

Tras empezar desde abajo con mucho trabajo y tesón, se fue consolidando como una tienda importante en el sector donde su buen servicio y asesoramiento ha sido la principal arma para poder competir con las mega tiendas que eclipsan el mercado electrónico y poder alcanzar una importante cartera de clientes en toda España, Gibraltar y Portugal.

La tienda se encuentra en un enclave privilegiado, en plena Costa del Sol (área de turismo internacional) muy cerca de Gibraltar (Colonia Británica bajo soberanía del Reino Unido) y en medio de dos provincias: Málaga y Cádiz.

Israel Martin, director de Musisol

Musisol empezó siendo una empresa familiar fundada por Juan José Martínez, trompetista que dirigía algunas bandas de cornetas y tambores de la localidad, y que encontraba mucha dificultad a la hora de poder conseguir instrumentos y accesorios.

Israel Martin, actual director de la empresa, comenta: "Llegamos a tener dos tiendas en el país. Con la recesión económica que atravesamos en los últimos años, cerramos una de ellas y decidimos centrarlo todo en una. Intentando que nuestra evolución esté dirigida al mercado electrónico que es lo que el público demanda actualmente".

Pianos, guitarras y accesorios

Marcas de sonido y luces

De una empresa familiar, Musisol fue creciendo en número de trabajadores y centros de trabajo, ampliando su cartera de clientes por toda la geografía española así como Portugal y Gibraltar. A la vez que fueron creciendo se realizaron diversas importaciones y creación de marcas propias.

Hoy, es una tienda de instrumentos musicales y accesorios, sonido profesional, iluminación espectacular y material para DJs. Trabajan con grandes marcas del mercado, siendo algunas de ellas Roland, Yamaha, Ibanez, Fender, Marshall, DAS Audio, Numark, Native Instruments, y Bach, entre muchas otras.

Musisol cuenta también con el Roland Space, un área exclusiva para instrumentos de esta marca. Además, son importadores de algunos instrumentos y accesorios de fabricación China como violines Montecelio, Guitarras Manuel Martinez, e instrumentos de viento así como accesorios de Aroma, y otras.

Israel destacó que todo lo referente a tecnología musical tiene una presencia bastante importante en el mercado local, como interfaces de estudio, monitores, micrófonos para grabación y software de producción musical y DJ; aunque los productos que tienen mayor acepta-

ción son las guitarras flamencas fabricadas en España, demandadas por músicos, turistas y extranjeros que visitan el país, así como todos los instrumentos propios del "Flamenco", estilo típico de la zona en la que se encuentra Musisol, como por ejemplo los cajones rumberos.

Eléctricas y baterías también presentes

Servicio on y off

Además de contar con una Academia de Música, disponen de servicio técnico para la reparación de instrumentos, y personal cualificado para el asesoramiento en el montaje de instalaciones de sonido para discotecas, pubs y grupos así como asesoramiento para "Home Studios".

También decidieron adoptar desde el año 2001 la venta online. "Nos adentramos en la 'red' con las pocas herramientas que se disponía en aquellos entonces y fuimos pioneros en la venta online cuando era un mundo desconocido para el resto de las empresas del sector", agregó el director de la tienda.

La venta online fue clave para el crecimiento del negocio y para pasar de ser una empresa familiar en un pequeño pueblo a una tienda con proyección nacional. "Si bien al principio ayudó bastante, el continuo avance de las nuevas tecnologías y la fuerte presión que están ejerciendo megastores y gigantes del comercio electrónico hacen que no podamos bajar la guardia y que tengamos que estar continuamente invirtiendo en herramientas de desarrollo y personal cualificado que nos posicione en este difícil mercado", reflexionó.

Más posibilidades para el cliente

Siguiendo ese pensamiento, la empresa piensa continuar intentando estar a la vanguardia del mercado, prestando especial atención a las novedades que van saliendo y tener toda la información sobre ellas para poder transmitírsela a los clientes. A parte de intentar disponer de todas las novedades, darán mayor importancia al segmento "Outlet" para poder ofrecer productos que, por el paso del tiempo, no hayan tenido rotación y los clientes los puedan adquirir al precio de costo o por debajo del mismo.

También para este año ya tienen previsto la realización de algunas clínicas de guitarra (eléctrica y acústica), cursos básicos de sonorización, y promocionarán actuaciones para que aquellos grupos y bandas clientes de Musisol puedan actuar en público en salas y locales de la zona.

"Aunque parece que lo peor en cuanto a la crisis de nuestro país ya ha pasado, la fuerte presión de la competencia de las mega-tiendas que hacen que el margen de beneficio sea mínimo y el poco poder adquisitivo de la sociedad auguran un año difícil aunque no imposible de afrontar", concluyó Israel. ■

RAYOS X:
MUSISOL
Año de creación: 1992
Sitio web: www.musisol.com

Allegro Music Center con venta desde Miami

Siendo especialista en instrumentos de arco, la tienda vende también una amplia variedad de productos y se enfoca en la educación con su propia escuela de música y alquiler de instrumentos

El actual propietario y presidente de Allegro Music Center, Manuel Berberian ha estado encabezando la empresa desde 2002 - siendo el tercer dueño, ya que la tienda fue creada en 1961 - siguiendo su pasión por la música desde los cinco años de edad y su deseo de tener un negocio propio.

En la tienda localizada en Miami venden prácticamente todo tipo de instrumentos, aunque no poseen stock permanente de bajos y guitarras eléctricas ni pianos acústicos. Con excepción de estos últimos, son capaces de realizar órdenes especiales de cualquier instrumento pedido que no sea parte de su stock.

"Habiendo dicho esto, sí nos especializamos en instrumentos de arco, como violines, violas, cellos y contrabajos, como también otros instrumentos acústicos finos como guitarras clásicas y guitarras acústicas con cuerdas de acero", explicó Manuel.

En gran parte, la elección de los productos que venden es dictada por las demandas del mercado local. De vez en cuando, la tienda puede expandir su oferta de productos si notan el incremento de ciertas tendencias que son aceptadas por una audiencia más amplia, lo que lleva a los clientes a pedir productos determinados. "Además, estamos constantemente revisando y, de ser necesario, renovando todas nuestras líneas de productos para asegurarnos de estar proveyendo la mejor calidad posible de productos a los precios más competitivos", agregó.

Marina y Manuel Berberian, propietarios

Gran tienda de Allegro Music Center

Yamaha & Souza Bows

La tienda es el único dealer Yamaha autorizado independiente en el Municipio Dade, habiéndose convertido en dealer en el año 2007 y teniendo gran aceptación con esta importante marca en el negocio de la música.

Además, en sus mismas instalaciones funciona Sousa Bows Inc., una corporación separada que tiene a Allegro Music Center como su sede.

Sousa Bows fue introducida a Estados Unidos en 2004 en sociedad con el brasileño Julio Batista. Juntos fabrican y venden algunos de los arcos más finos para instrumentos de cuerda hechos de las mejores maderas de Pernambuco en Brasil. Actualmente, la distribución se enfoca en Estados Unidos pero recientemente firmaron un contaron con una importante empresa comercial de Japón.

Pero las ventas de la empresa no sólo se realizan en todo Estados Unidos. "Como todos saben, Miami es la ciudad más importante en el contexto latinoamericano, así que tenemos un buen movimiento desde todos los países latinos y tenemos también distribuidores en países seleccionados", contó Manuel.

Foco en línea

Allegro Music Center cuenta también con un sitio web que viene siendo remodelado desde hace siete años. Hasta ahora el mismo actuaba como un complemento para la tienda física, pero este año planean dedicar sus esfuerzos para hacer que la actividad online sea una prioridad y una porción mayor de las ventas totales.

Con esto en mente, los planes inmediatos para crecimiento se enfocan todos en la esfera online, con el objetivo de crear una plataforma móvil amigable con el e-commerce para disparar las ventas minoristas.

Educación en primer plano

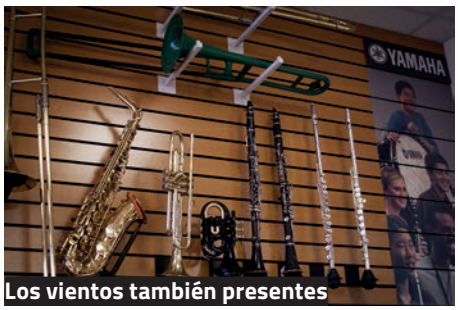
Las marcas y los productos no son todo en esta empresa. La educación también

está en destaque para el propietario de la tienda: "Verdaderamente creo que una educación musical temprana sea esencial para una personalidad adulta formada, y es por eso que creé el slogan 'Si todos los niños tocaran un instrumento musical, viviríamos en un mundo mejor'".

Practicando esta filosofía, surgió la escuela de música Allegro School of Music en 2009, la cual actualmente tiene cerca de 200 estudiantes con más de 15 instructores en su personal. Allí, ofrecen clases privadas individuales con duración de media o una hora, como también clases grupales. Todas ellas se realizan en las instalaciones de Allegro Music Center donde han construido salas de práctica/enseñanza aisladas. "Tenemos instructores disponibles que pueden enseñar prácticamente cualquier tipo de instrumento: todos los instrumentos de cuerda de orquesta, todos los instrumentos de viento y bronce, piano, guitarra, voz y percusión. También ayudamos a los estudiantes que desean prepararse para audiciones o competencias", enfatizó Manuel.

Clases en Allegro School of Music

Instrumentos de arco y cuerda a la orden



Los vientos también presentes

Una buena idea

Como extensión natural por las actividades que ya hacen como tienda minorista, escuela de música y un centro de restauración, mantenimiento y reparación para todo tipo de instrumentos surgió la idea de abrir también el departamento de alquiler de instrumentos.

El stock de alquiler está formado principalmente por instrumentos de cuerda para orquesta e instrumentos de viento y bronce. Actualmente cuentan con aproximadamente 250 instrumentos para alquilar y cada vez que los clientes los devuelven, los técnicos de la empresa los inspeccionan cuidadosamente y los mantienen en perfectas condiciones para ser rentados nuevamente.

"Tenemos una relación cercana con muchas de las escuelas y sus respectivos maestros de música en el Municipio de Miami-Dade, quienes envían a sus estudiantes a Allegro para poder alquilar sus instrumentos. Ayuda estar en la zona y podemos proveer un rápido servicio. Todos conocen nuestra reputación por rentar instrumentos de excelente calidad y proveer servicios de reparación y mantenimiento como parte de la experiencia de renta", dijo Berberian con orgullo. ■

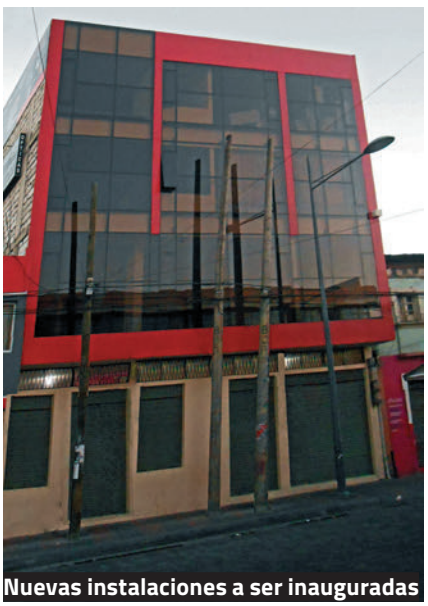
RAYOS X:
ALLEGRO MUSIC CENTER
Año de creación: 1961
Sitio: www.allegromusiccenter.com

Visión de crecimiento en Casa Musical KB

Fundada en la ciudad de Salcedo - donde se encuentran las oficinas centrales - gracias al esfuerzo de Klever Buitrón y su esposa, la empresa familiar ya tiene dos sucursales y sigue en expansión

A partir de la necesidad que tenían las personas de adquirir instrumentos musicales y audio profesional y debido a que en el mercado local no existía un distribuidor, nace Casa Musical KB con pequeñas oficinas en Salcedo. Con el paso del tiempo y el éxito obtenido, han abierto dos sucursales más, situadas en la provincia de Pichincha cantón Machachi y en la provincia de Cotopaxi cantón La Mana.

Todas las sucursales poseen el mismo stock, y sus 19 empleados se aseguran de que el inventario esté completo para poder satisfacer todas las necesidades de los clientes. Pero la historia no termina allí. Para este año, inaugurarán un nuevo edificio matriz y también se impusieron el objetivo de abrir una nueva sucursal en la provincia de Loja, para lo cual se encuentran realizando estudios para conocer mejor al mercado local.


Nuevas instalaciones a ser inauguradas

Infaltables guitarras y percusión

Equipamiento para DJ y sonido en venta

"Desde que empezamos siempre tuvimos una visión de ir creciendo. Lo hemos ido consiguiendo con esfuerzo, amabilidad y, sobre todo, perseverancia. Además de los convenios realizados para representar grandes marcas", comentó Edisson Daniel Buitrón Melo, gerente de ventas de la empresa.

Buena relación con las marcas

Casa Musical KB tiene la representación exclusiva en Ecuador de las marcas Beyma, Bunker, Aiweidy y E-Like, distribuyendo altavoces, amplificadores, aparatos de iluminación, sistemas aéreos y conectores, entre otros. Pero también comercializan otras marcas de guitarras, percusión, equipamiento para DJ, y mucho más.

El gerente de ventas detalló: "Con Beyma, específicamente, tenemos una excelente relación. Nos brindaron la oportunidad de trabajar con ellos desde hace dos años aproximadamente. Los modelos que presentan una mayor demanda son los altavoces de alta precisión y calidad. Hemos podido observar que los índices de ventas han ido creciendo y tenemos la certeza de que seguirá así".

"Por otro lado, Bunker también es una excelente marca. Poco a poco, la estamos introduciendo en el mercado obteniendo buenos resultados y una gran acogida. Junto con Diego Lanzagorta de Bunker estamos planificando impartir seminarios para incrementar aún más

la recepción de la marca", agregó.

Además, la empresa cuenta con una marca propia patentada llamada KBmusic, dedicada a la fabricación de bafles aéreos, monitores y sub-bajos de alta calidad. Para ello, cuentan con una planta de producción propia ubicada en el cantón Salcedo. "Hemos tenido una gran acogida y nuestros índices de producción se elevan cada año más", destacó Edison.

Servicios que suman

La empresa cuenta con cuatro vendedores para cubrir las tres regiones continentales del país. Ellos visitan a los sub-distribuidores, siguiendo las políticas de ofrecer demostraciones de los productos nuevos y dar siempre el mejor servicio.

Además, otorgan servicio técnico garantizado y hasta realizan instalaciones fijas en lugares abiertos y cerrados. Como servicio adicional, realizan constantemente seminarios en todas las provincias, los cuales son impartidos por profesionales de elite en cada una de sus áreas junto con equipos de punta.

Venta online

Casa Musical KB cuenta con ventas online a través de su sitio web, que usan como un servicio adicional para complementar la atención hacia sus clientes y reforzar las ventas físicas. También han realizado publicidad en Internet a través de Facebook y Google adwords obteniendo resultados positivos, como más seguidores en su fanpage, un alto número de visitas en la página web y comentarios positivos de los productos. "Los clientes nos escriben preguntando disponibilidad en sus provincias, pero las ventas online no tienen un gran éxito en nuestro país. Esto se debe a diversos factores, como desconfianza de las personas de pagar por este medio, pero con el transcurso de los años irá incrementando", dijo el gerente de ventas.

Además, entre la estrategia de la empresa para captar la atención de los clientes se encuentra la realización de publicidad en medios de comunicación (radio, televisión, periódicos) y por redes sociales, a través de los cuales promocionan ofertas y destacan las marcas que distribuyen.

Un año que promete

Para 2015, además de la apertura de una nueva sucursal en la provincia de Loja, Casa Musical KB ya ha estipulado su presupuesto para invertir aún más en estrategias de marketing y seminarios. "Para este año, está en proceso y planificación impartir un seminario intensivo de Beyma en conjunto con la ayuda de José Maturana", señaló Edisson.

Otro de los objetivos es conseguir la representación de nuevas marcas para Ecuador, e incluso han recibido propuestas para exportar a otros países como Chile, Bolivia y Perú. "Estamos realizando estudios y reajustando nuestro personal para poder comenzar a hacer realidad esas propuestas", finalizó. ■

Edisson Daniel Buitrón Melo, gerente de ventas

RAYOS X:
CASA MUSICAL KB
Año de creación: 2007
Sitio web: www.casamusicalkb.com

NAMM: mucho más que una expo

NAMM 2015 superó los records de los años anteriores respecto a cantidad de visitantes y expositores. Ofrecemos aquí un breve resumen y ¡no se pierdan nuestra sección de productos!

Del 22 al 25 de enero, la ciudad de Anaheim estuvo repleta una vez más con la visita de fabricantes, distribuidores, tiendas, profesionales, músicos y personajes de todo tipo - y de todo el mundo - que se reunieron para hacer negocios, conocer y disfrutar de las más recientes tecnologías y productos en el área de sonido, instrumentos musicales y afines, sin olvidarnos de la aún pequeña parte de iluminación que también formó parte del encuentro, pero con reconocidas marcas como Elation, Chauvet y GLP.

Participantes de 100 países diferentes estuvieron presentes en esta edición y las cifras generales no paran allí. Se contó con un número record de expositores - 331 de ellos exhibiendo por primera vez - dando un total de 1621 compañías mostrando sus productos más conocidos junto a los lanzamientos para 99.342 visitantes registrados; la mayor cantidad de personas y empresas en la historia del NAMM Show.

Esto dio como resultado un 6% de aumento en las compañías expositoras respecto a la edición de 2014, además de 11% más en el registro de visitantes internacionales y 2% más en números de compradores.

Más que una feria

En los pasillos de la expo se encontraba todo tipo de productos, con énfasis en los instrumentos hechos a mano y en nuevas áreas de música tradicional. Pero

Show en stand de Audiocenter

Santo Angelo y su staff

Josep M. Sans (SAE Audio)

Mike van der Logt (Lewitt)

Magma Strings & Medina Artigas

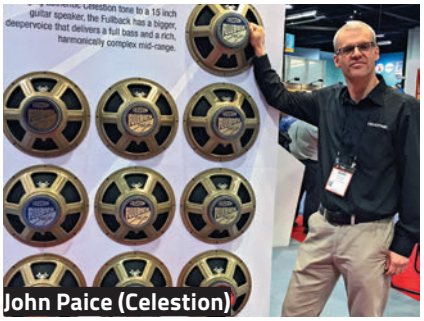
Novedades en el stand de Shure

Paulo del Picchia (Flancer)

Pedro Wood y el Scorpion azul metálico

Rodrigo Kniest (Harman do Brasil)

México presente con Bunker


John Paice (Celestion)

Juliano Waldman y Joey Gross Brown (Equipo)

Juan Tamayo & Mary Eisaman (A-T)

Jerry Lawlor (Martin Guitar)

Manuel Rodriguez desde España

Daniele Massaccesi (Proel)

La brasileña Odery Drums

Andrew Shreve (Paiste)

Mucha percusión en Tycoon

Baquetas Vic Firth

NAMM es mucho más que una suma de empresas y productos. El encuentro ofrece entretenimiento para todos los gustos, tanto de día como de noche. Los escenarios al aire libre y dentro de los hoteles Marriot y Hilton contaron con artistas - seleccionados a lo largo del año - a toda hora, dando más atracción y entretenimiento no sólo a los visitantes durante el día, sino también a los expositores durante la noche al finalizar la expo.

En los stands también se contó con actuaciones de bandas, solistas, músicos y reconocidas figuras de la industria de diversos países.

"En un mercado impredecible y caótico, el NAMM Show se ha convertido en una plataforma confiable y predecible donde nuestros miembros pueden procurar negocios, educación e inspiración", dijo Joe Lamond, Presidente y CEO de NAMM.

¡Y no estaba exagerando! La cantidad de flujo de compradores de todo el mundo estuvo en destaque. Los expositores estuvieron atentos en todo momento y listos para combinar órdenes y contratos, además de orientar a los músicos visitantes sobre los nuevos productos y dejarlos experimentar con ellos de primera mano.

La educación no fue de menos y se ofreció una amplia variedad de sesiones

interesantes de ayuda para las tiendas - incluyendo temas financieros, uso de redes sociales, y mucho más -, desayunos de negocios contando con figuras como Steve Wozniak, co-fundador de Apple, y demostraciones, como por ejemplo las de Avid con artistas como Dave Mustaine, Butch Vig y Randy Jackson.

También se contó con la presentación de los Premios TEC anuales, entregando diferentes galardones a productos y producciones destacadas, además del Premio Les Paul dado a Slash, junto a los She Rocks Awards a mujeres destacadas en la música.

Internacional, una palabra clave

El alcance global de NAMM creció este año con 13.208 personas internacionales registradas que viajaron a Anaheim del exterior, un aumento de 11% respecto al año pasado. Los expositores internacionales dieron una suma de 600 empresas en búsqueda de nuevas oportunidades.

Prueba de esto fueron los stands especiales reuniendo empresas de Brasil y de Argentina, exponiendo por primera vez no sólo en NAMM sino en una feria internacional de tal calibre.

En el caso de Argentina, las empresas reunidas en el stand contaron con el apoyo de CAFIM - Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales - y del Gobierno de la República Argentina. Entre ellas estuvieron Solidrums, dbdrums, Skate Guitar, Magma Music, DS Pickups y otras mostrando sus productos y tecnologías.

Por el lado de Brasil, la ayuda provino de ANAFIMA - Asociación Brasileña de la Industria Musical - y de APEX - Agencia Brasileña para Promoción de Inversiones y Exportaciones -, gracias a lo cual las empresas Ronay, Caimbé, Tokai, Izzo, Carrozza, Furhmann y Wood Guitars exhibieron sus creaciones Made in Brazil en una misma isla.

Fuera de estos grupos y con stand

Jean-Philippe Borra (Prodipe)

Dowson Yu (JTS)

Cort y sus novedades

Sam Chen (Dixon)

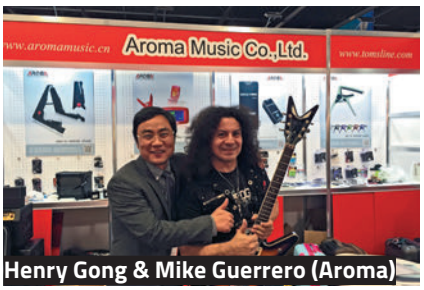
Mark Esquer & Joseph Leon (Peace)

Alexandre Budim (izq.) & staff de Elixir

Cobi Stein & Gary Morrison (Eminence)

Luigi Paoloni (FBT)

Beyma y productos españoles



Henry Gong & Mike Guerrero (Aroma)

Luis Cardoso (Sabian)

Bob Wiczling (Zildjian)

Jorge Fuhrmann

Uli Behringer

Josep M. Solà (Sonnox)

Stand D'Addario siempre concurrido

Sofia Sarabia & Dan Boatman (IK Multimedia)

Patrick Nadjarians (Elation)

Rosa Daza (DR Strings)

Mark Ravenhill (GLP)

Alessandro Pagliani (KV2 Audio)

Paula Ortiz (Chauvet)

Staff de PRV Audio

Alan & Helio (Stay Music)

separado, se contó con la presencia de otras empresas argentinas como las conocidas Medina Artigas y Guitarras Gracia, además de las brasileñas Odery Drums con sus baterías, Stay Music con sus innovadores soportes para instrumentos, Santo Angelo con sus cables y accesorios, Giannini y sus guitarras y Urbann Boards, una marca de calzados especiales para bateristas que fue lanzada en la misma expo.

Exhibiendo 50 modelos diferentes de micrófonos, Darío Soich de DS Pickups de Argentina comentó: "La experiencia fue muy interesante e intensa, tanto en términos de participar por primera vez en un evento de esta magnitud como de poder evaluar el posicionamiento de la marca respecto a otras de similares características. Además, ser parte de NAMM como expositor implica formar parte de una comunidad de fabricantes a nivel mundial, lo cual es sumamente relevante en términos reales y simbólicos".

Daniel Neves, presidente de ANAFIMA y CEO de Música & Mercado, dijo: "¡Poder ayudar de un modo u otro a que las empresas brasileñas tuvieran su primera participación en NAMM fue increíble! No sólo es importante para ellas por las posibilidades y puertas que se van a abrir a partir de esto, sino también un orgullo para nosotros como brasileños, para mostrarle al mundo de la excelente calidad de productos que se realizan en nuestro país".

¿Qué más podemos agregar? Desde Sudamérica también se realizan instrumentos y equipos de calidad internacional. Esperamos que en la próxima edición de la expo más países, empresas y marcas se sumen a la iniciativa. ¡Nos vemos en 2016, Anaheim!

PROXIMOS SHOWS EN EEUU
9-11 de julio de 2015
Summer NAMM, Nashville

21-24 de enero de 2016
NAMM Show, Anaheim

Empresas brasileñas con gran éxito en NAMM 2015

Con el apoyo de ANAFIMA y APEX, varias empresas de Brasil participaron en esta edición de NAMM, mostrando para todo el mundo sus líneas de producto y la calidad brasileña

Este año la feria americana contó con la presencia de varias empresas y fabricantes del país, muchos participando por primera vez.

ANAFIMA y APEX fueron de gran importancia para que esto sucediera dando soporte a los expositores en todo momento. Algunas de ellas nos cuentan sobre su experiencia a continuación.

Jorge L. Fuhrmann, CEO de la empresa Fuhrmann de pedales y accesorios — una de las participantes por primera vez —, comentó: "Creemos que sin los incentivos de ambas asociaciones hubiera sido mucho más difícil participar de NAMM. Es muy importante el apoyo del gobierno para mejorar la calidad de las exportaciones brasileñas. Muchas veces es difícil dar el primer paso solos". Aquí, la empresa logró cerrar trato con un distribuidor para sus productos en Estados Unidos y contrató representantes en México y Perú.

Hélio Menestrello y Alan Cavalheiri de Stay Music también expusieron en la feria por primera vez, definiéndola como "Una experiencia muy interesante". "Incluso con un stand pequeño, hicimos mucho 'ruido' en la expo, llamando la atención de todos con un producto totalmente diferenciado pues las opiniones tanto de compradores como de músicos fueron inmediatas y completamente satisfactorias aprobando nuestros productos. Hicimos importantes contactos en diversos países con tiendas, distribuidoras y profesionales del ramo musical", comentó Alan, gerente de producción.

Para Pedro Wood, director comercial y de proyectos de Wood Instrumentos Musicais Ltda., la situación fue un poco diferente pues la empresa ya había participado de NAMM en el año 2000. "15 años después la estructura general parece ser la misma. El gran cambio actual se debe a la participación mucho mayor de empresas asiáticas, especialmente chinas. ¡Pero para nuestra empresa puede haber sido un divisor de aguas! Hubo reales interesados en distribuir nuestros productos en Estados Unidos, Canadá y Japón.

Otra empresa exponiendo desde el año 2000 es Santo Angelo. Helena Maria Raso, socia y administradora, cuenta: "El público americano que frecuenta esta expo es muy diferente al brasileño. Los visitantes, en su mayoría, son profesionales de compras. Pocos son músicos". Además, este año la empresa contó con la participación de músicos como Luciano Magno, Duca Belintani, Conrado Pesinato, Ricardo Giuffrida, Fabio Valois, Edu Trinnes y Rick Furlani, y para 2016 ya piensan abrir un espacio especial para que más músicos puedan mostrar su trabajo.

Por otro lado, éste fue el 10º año que Odery Drums estuvo presente en la expo y les dio la oportunidad nuevamente de ver a sus clientes y prospectos de todo el mundo que se acercaron a visitarlos. "Como abrimos una empresa a finales del año pasado en Estados Unidos y tendremos un stock allí a partir de este año, la idea fue acercarnos más a los contactos que ya teníamos aquí", dijo el CEO Mauricio Cunha.

ANAFIMA y empresas brasileñas

Ya participando desde fines de los '60 están las guitarras Giannini. Giorgio Giannini comentó: "El foco principal fue el mercado americano, pues poseemos en el país una empresa propia - Giannini USA - con oficina, representantes, depósitos e desde donde importamos instrumentos de Brasil, China, Corea e Italia. Tuvimos un volumen de pedidos y ventas satisfactorios".

Otra empresa enfocada en el mercado americano es Izzo y Maikel Barroero, coordinador de comercio exterior, explicó: "También existe una buena presencia de clientes de América Central, formando dos mercados en los que estamos trabajando con fuerza. Conseguimos desarrollar buenos contactos, sobre todo, en Estados Unidos, y cerramos un acuerdo de distribución para nuestra línea de percusión brasileña en este país".

Parabéns, Brasil!

Pabellón de Argentina se destacó en NAMM

Diversas empresas y fabricantes argentinos se presentaron por primera vez en esta edición de NAMM, llamando la atención de muchos visitantes locales e internacionales

Representantes de las empresas argentinas juntos en NAMM

DS Pickups, KW Cables, dbdrums, Solidrums, Dedalo, Pedal Hole y Skate Guitars junto a las ya veteranas Magma Strings y Medina Artigas — ambas participando desde hace 14 años — marcaron una importante presencia en la expo, gracias al apoyo de la Cancillería Argentina y a la gestión realizada por CAFIM - Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales - y a su presidente Lorena Medina.

El Pabellón Oficial Institucional de la Cancillería Argentina reunió a estas empresas para presentar sus creaciones nacionales de instrumentos musicales y accesorios. "Realmente ha sido fundamental la ayuda del gobierno argentino, ya que debido a los costos, varias empresas no habrían podido participar", destacó Lorena. "Ha sido una gran oportunidad para demostrar que la calidad de nuestros productos está a la altura de la demanda internacional".

Para Solidrums, fabricante de baterías desde hace 25 años, fue un destaque poder mostrar la marca por primera vez en una feria de tal magnitud. "¡Los resultados fueron excelentes! Abriéndose la posibilidad de nuevos mercados, reestructurando nuevos objetivos y metas a alcanzar. De los músicos que se sentaron a probar nuestras baterías recibimos los mejores halagos y de los distribuidores, posibles ventas", dijo Walter Nuñez, director de la empresa. "Podemos destacar una alta repercusión en países asiáticos. Es un nuevo mercado para nosotros y es muy interesante para analizar ya que está en pleno crecimiento, no sólo respecto al poder económico del sector sino también por la cantidad de población", agregó Sebastián Medina, de la empresa de cuerdas Medina Artigas S.A.

Darío Soich, socio gerente de DS Pickups - fabricantes de micrófonos para guitarras -, comentó: "Pudimos comparar la calidad de nuestros productos con otros fabricantes. Un evento de estas características permite consolidar prestigio tanto dentro como fuera del país de origen. Seguramente en los próximos meses tendremos un panorama más claro de los resultados y podamos analizar si estamos en condiciones de exportar lo que hacemos en Argentina".

Por su parte, Ignacio Chichizola, director de ventas de KW Cables, resaltó: "Trabajamos en la promoción de los productos, información de las ventajas y diferencias competitivas de las cualidades que gozan con respecto a otros competidores; generando esto contactos directos con altas posibilidades de desarrollar convenios comerciales a corto plazo".

"Los resultados fueron increíbles desde contactos de compras y alianzas comerciales, hasta se acercaron de grandes compañías para ver qué estábamos haciendo. Sobre todo se interesaron en la diferenciación que ofrecemos respecto a los productos masivos chinos", concluyó Julián Berenstecher de dbdrums, fabricante de baterías electrónicas y accesorios de percusión.

Finalmente, Dedalo - fabricante de pedales - reportó importantes contactos y una posible primera exportación cercana, habiendo cerrado inclusive pequeños acuerdos minoristas con comercios de EEUU y Japón. Tal fue la repercusión de estos pedales que el modelo FUGU Dual Analog Choru fue destacado como uno de los mejores de la feria en un blog especializado. ¡Esperamos ver más creaciones argentinas el próximo año! ■

MÁS INFORMACIÓN
www.namm.org

México se prepara para Sound.check Xpo

El evento tendrá su 13º edición del 26 al 28 de abril en el World Trade Center de Ciudad de México presentando varias actividades musicales e informativas para atraer al público

Muchas serán las actividades planificadas para la edición de este año que no sólo incluye la reconocida muestra de productos y marcas locales y extranjeras, sino también conciertos didácticos, clínicas, conferencias y hasta una muestra fotográfica, reuniendo a todos los profesionales mexicanos del sector.

En 2014, se contó con más de 18.000 visitantes y 273 stands presentando 366 marcas. Ya para este año se tendrá un área de exposición de 12.600 metros cuadrados con todas las novedades. Entre los expositores se encontrarán las más importantes empresas y distribuidoras mexicanas de audio, video, iluminación, instrumentos musicales, DJ y escenarios con nombres como Vari, Meyer Sound México, Yamaha de México, Gonher, Showco y muchas más. Como parte de los visitantes habrá profesionales de sonorización, grabación, diseño de iluminación y video, escenarios e instalaciones, staff de producción, promotores, productores y muchos músicos destacados del mercado del entretenimiento.

Eventos

▪ **Master classes:** Reconocidos músicos del ambiente serán invitados para dar conferencias especiales sobre su trayectoria y experiencias. Este año se destacan dos.

La primera será con Alan Parsons. El famoso músico, productor, compositor, arreglista e ingeniero de sonido dará la primera master class de este año el domingo 26 de abril, compartiendo con los visitantes técnicas, información y experiencias de calidad que lo llevaron a trabajar en grabaciones con The Beatles, Paul McCartney y Pink Floyd, entre otros.

La segunda se entitula Voz y arreglo en sintonía y será de la mano de Sole Giménez (intérprete con versatilidad para jazz, blues, pop, folk, música tradicional y world music. Participó de Presuntos Implicados) e Iván "Melón" Lewis (músico que funcionó la sincopa y los ritmos latinos) quienes estarán mezclando sus talentos en esta jornada, el lunes 27 de abril.

▪ **Conciertos didácticos:** En un espacio especial se llevarán a cabo diversas presentaciones con todo tipo de estilos musicales recibiendo a músicos y bandas del país, que actuarán con montajes en situación real y equipos de conocidas marcas. Aquí también se podrá conocer el proceso de producción de cada uno de estos conciertos completamente en vivo.

WTC preparado para recibir otra edición de la expo

▪ **Conferencia Latinoamericana AES México:** Sound:check Xpo y AES México estarán presentando una serie de conferencias con importantes representantes de la industria del sonido que darán interesantes charlas. También habrá cursos presentados por los expositores de la expo con la participación de leyendas mundiales del medio.

▪ **Encuentro Profesionales 2015:** Este segmento es organizado por la compañía de producción Magnos y contará con diferentes profesionales mexicanos que desde el backstage se encargan de resolver los desafíos de las producciones locales. Entre ellos, habrá profesionales que trabajaron en el Festival Internacional Cervantino, en la obra Los Locos Adams, y en los conciertos de Café Tacvba.

▪ **Muestra fotográfica:** La fotógrafa mexicana independiente Toni François estará exponiendo su obra con imágenes de shows, festivales y artistas con los que ha trabajado a lo largo de sus casi 10 años de carrera.

¡México nos aguarda! ■

MÁS INFORMACIÓN
www.soundcheckexpo.com.mx

Beijing, the political and cultural center of China!

Choose PALM EXPO,

you will meet the largest consumer groups and up-to-date information in China's music instrument market!

Book your presence by booking your booth at PALM EXPO 2015 today!

Organised by:

China Entertainment Technology Association

informa exhibitions
(Formerly IIR Exhibitions Pte Ltd)

Contact us now to find out more

Ms. Shujuan Fu, Ms. Xueli Liu
Tel: +86-010-64097148
Email:musicbeijing@126.com, musicexpobeijing@hotmail.com

off

on

Pro Audio, Light, Music & Technology 2015 en China

La exposición china internacional PALM Expo se realizará del 21 al 24 de mayo en el predio China International Exhibition Center

La 24º edición de esta expo será realizada en Beijing, una de las ciudades más importantes del país con innumerables colegios de arte, centros de entrenamiento con diferentes niveles de educación en instrumentos y, por supuesto, muchos fanáticos de la música.

En la exposición se encontrará todo lo relacionado con audio profesional, iluminación, escenarios y una amplia variedad de instrumentos, tanto chinos como occidentales, incluyendo teclados, instrumentos electrónicos, de cuerda, de percusión, de viento y de metal, equipamiento para composición computarizada, máquinas para fabricar instrumentos y equipos relacionados.

El encuentro es patrocinado por la Asociación China de Tecnología para el Entretenimiento e Informa Exhibitions, además de contar con el soporte del Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, Gobierno Municipal de Beijing y varias asociaciones de la industria.

Estos sponsors están planeando actividades de intercambio técnico y económico a ser realizadas durante la expo, invitando y dándole la bienvenida a organizaciones y visitantes profesionales locales y extranjeros.

La feria también contendrá competencias de guitarra acústica y eléctrica, espacios culturales de instrumentos diferentes (de fabricación especial y hechos a mano, por ejemplo) e incluso conferencias con contenido relacionado a la actuación musical, diseño mejorado de instrumentos y capacidades de interpretación, para lo cual fueron invitados profesores del Conservatorio Central de Música, el Conservatorio de China y el Conservatorio de Música de Tianjin así como también otros expertos e ingenieros de investigación y desarrollo reconocidos del país y del mundo que estarán compartiendo su conocimiento y experiencias.

El área de exposición y demostración estará ocupando más de 40.000 metros cuadrados y contará con la presencia de más de 1.000 expositores chinos e internacionales.

La educación siempre importante

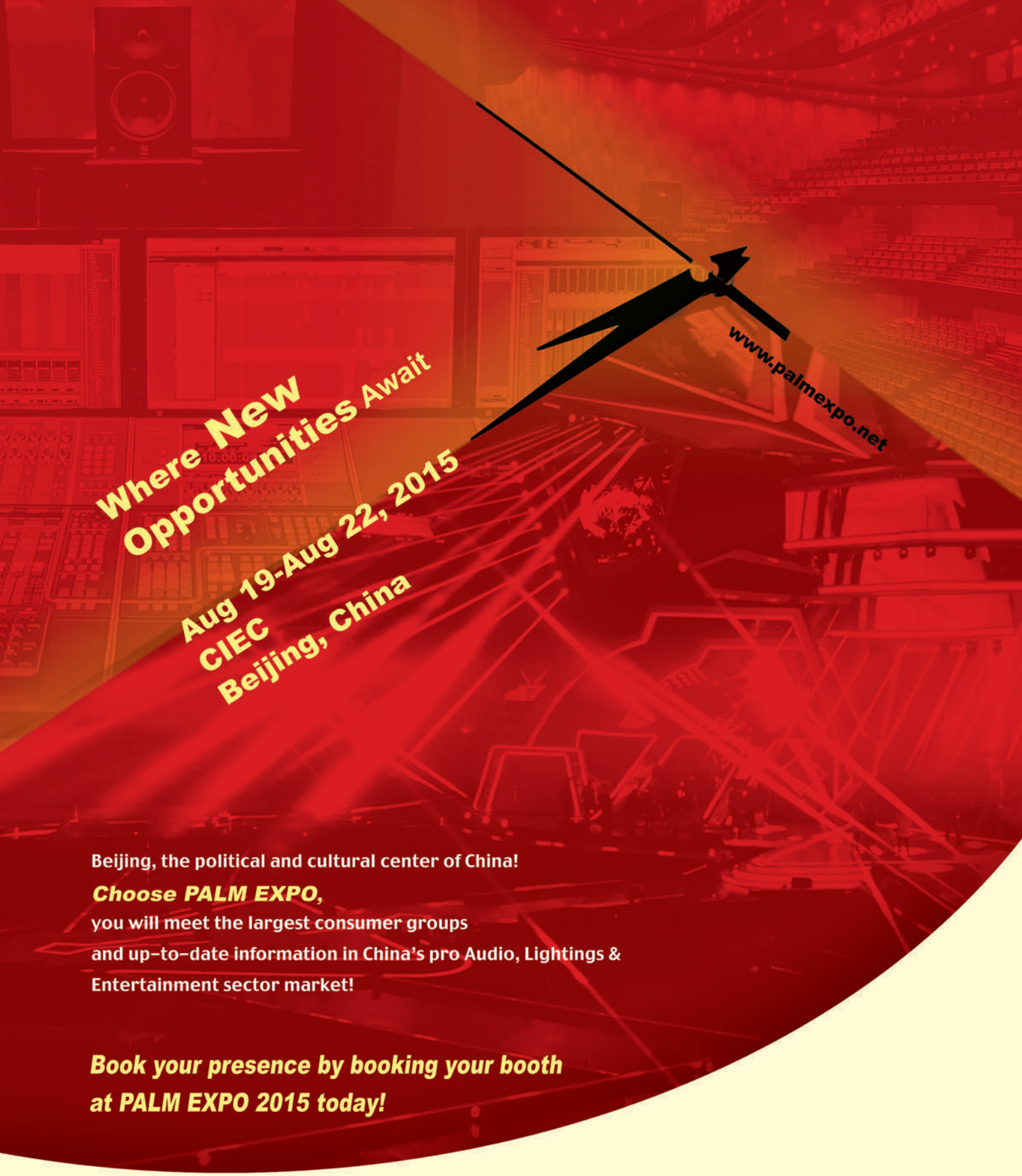
Destacando la importancia que la educación musical tiene en el país, cabe recordar que Beijing es el centro político y cultural de China y posee una gran influencia en el mercado de instrumentos local que cuenta con más de 200.000 profesores de música, más de 200 millones de estudiantes en escuelas primarias, medias y superiores, y 388 instituciones de enseñanza musical de alto grado.

Participantes listos para ver las novedades de 2015

Este año también habrá artistas invitados en los stands

Es por esto que durante la exposición, los patrocinadores invitarán a responsables a cargo de la Comisión Estatal de Educación y departamentos relacionados de la Cámara de Educación provincial y municipal para que visiten la feria y se pueda construir un puente de comunicación entre los fabricantes de instrumentos, las escuelas de música y las instituciones de entrenamiento. Un ejemplo a seguir, ¿no? ■

MÁS INFORMACIÓN
www.palmexpo.net



Beijing, the political and cultural center of China!

Choose PALM EXPO,

you will meet the largest consumer groups
and up-to-date information in China's pro Audio, Lightings &
Entertainment sector market!

Book your presence by booking your booth at PALM EXPO 2015 today!

Organised by:

China Entertainment Technology Association

informa exhibitions
(Formerly IIR Exhibitions Pte Ltd)

Contact us now to find out more

Ms. Juri Tan
Tel: +65 6411 7708
Email:Juri.tan@informa.com

off

on

STAY MUSIC
Slim 1100/02

¡El modelo de la empresa que más llamó la atención en NAMM! Este soporte para teclados, periféricos y otros, está hecho de aluminio y tiene un ajuste de altura máxima de 1100 mm. Puede soportar hasta 20 kg, siendo su peso propio de sólo 3,2 Kg. Contiene terminación con pintura especial y viene en varios colores diferentes - rojo, negro, plateado, blanco y azul - para adaptarse a cualquier montaje. Incluye pasa-cables y bolso para transporte. Otros accesorios bajo consulta.
Contacto: www.staymusic.com.br

PRV AUDIO
8MR600-NDY

Midrange de alto desempeño, con conjunto magnético de neodimio y carcasa de aluminio para mayor eficiencia, bajo peso y robustez. Estas características proporcionan una amplia gama de usos desde home theaters hi fi, cajas tipo Bookshelf, surround, monitores de estudio hasta line arrays. También puede ser instalado en puertas de automóviles en sistemas que exigen alto SPL en el rango de frecuencias medias.
Contacto: www.prvaudio.com

AUDIO-TECHNICA
System 10 PRO

Sistema inalámbrico digital para montaje en bastidor operando en el rango de 2,4 GHz. Su chasis puede albergar una o dos unidades receptoras que pueden funcionar de forma local dentro del mismo o extraerse y montarse de forma remota (a una distancia de hasta 91 m) a través de un cable Ethernet, mejorando la propagación de ondas. Además, pueden enlazarse hasta cinco chasis System 10 PRO (10 receptores) mediante cable RJ12 incluido, lo que permite crear un sistema multicanal con el uso simultáneo de hasta 10 canales.
Contacto: www.audio-technica.com

CORT
HR-6

La guitarra HR-6, modelo signature del joven guatemalteco endorser de la marca, Hedras Ramos, forma parte de la X Series pero con algunas modificaciones, como por ejemplo la madera del brazo y el uso de pastillas Seymour Duncan SH-1/SH-4(BK). Otras de las características son Bolt-On / 25.5", cuerpo de alder de una pieza con tapa de arce flameada, mástil de 5 piezas de Wenge/Bubinga, diapasón de Rosewood, sistema Cort Locking M/H, Gotoh 510T SF1 (Fulcrum) y color QCG (Burst).
Contacto: www.cortguitars.com

EKO GUITARS
Serie EVO(lution)

Con grosor reducido del cuerpo, esta línea usa madera con tres estaciones diferentes de maduración y terminación de poros abiertos. Con cuerpo de cedro y fondo y laterales de caoba. El ancho del NUT ha sido aumentado a 45mm y la longitud del diapasón es diferente entre los diferentes modelos que incluyen unos con formato Gipsy y Baritone con tapa de pícea de Sitka, el modelo EVO Mini de cuerpo pequeño y otros.
Contacto: www.ekoguitars.it

IK MULTIMEDIA
iRig UA

Es el primer procesador digital de efectos e interface de guitarra universal para todos los dispositivos Android. Permite procesamiento con latencia cerca de cero con AmpliTube UA en todos los dispositivos con Android 4.0 (o superior), que soporten modo OTG/modo Host. Posee DSP embutido de 32 bits y puede ser usado como interface de grabación digital. Presenta conversor de 24 bit A/D con tasa de muestreo de 44.1/48KHz, salida para auriculares, control de volumen y mucho más.
Contacto: www.ikmultimedia.com

SAE AUDIO

Serie EX

Amplificadores para aplicaciones de refuerzo sonoro con salida de potencia pequeña en instalaciones fijas y móviles, sistemas de sonido para DJ móvil, etc. Poseen fuente de energía con transformador toroidal, módulos de potencia Clase AB, H e I, conectores de red de señal y entrada XLR, conectores de salida Speakon NL4, selector de modo de ruteo en el panel trasero (estéreo/puente-paralelo), indicadores de alertas y protección independiente de canal en el panel frontal, más sistema de ventilación silencioso.

Contacto: www.saeaudio.com

D'ADDARIO

Classical Half Sets

Con estos nuevos sets, los guitarristas pueden elegir entre una amplia variedad de combinaciones de materiales. Cada set contiene tres cuerdas treble o tres bass. Hay 22 Treble Half Sets para D'Addario Pro-Arté Nylon en nylon transparente, compuesto o negro; Rectified Nylon; Titanium Nylon; y Carbon, y 21 Bass Half Sets en todas las variaciones de Nylon Core, Composite Core y Dynacore. Están disponibles en una variedad de tensiones incluyendo light, moderate, normal, hard, extra-hard y alto.

Contacto: www.daddario.com

PRODIPE

Pack DR8 Salmiéri

Set de micrófonos para baterías con ocho piezas. Está compuesto por un DRM-KD para bombo, cuatro DRM-C dinámicos uni-direccionales para toms y snares que también funcionan bien con otros instruments de percusión como congas y bongos; y tres overhead DRM-OV de condensador pensados para capturar el sonido de los platillos, aunque también se pueden usar con otros instrumentos de percusión. El pack viene en un case de transporte duradero con cuatro clamps, tres windscreens y tres soportes de suspensión para los micros overhead.

Contacto: www.prodipe.com

JTS

UF-20 3CH

Éste es un receptor True Diversity de banda ancha y canal dual. La función de configuración de RF a control remoto REMOSET ahora no sólo envía datos de frecuencia sino también los parámetros de potencia RF, sensibilidad, low cut, key lock y nombre de usuario del transmisor. El receptor también incluye las funciones de alerta de RF "Sin Señal", AF "Mudo", "Batería Baja" del transmisor; y viene con ecualizador incorporado, salida en cascada de Potencia/Antena y selección de idioma.

Contacto: www.jts.com.tw

EMINENCE

EJ-1240

Como parte de la Signature Series, Erich Johnson, George Alessandro y Eminence se juntaron una vez más para reinventar el tono vintage. A través de un cono de papel reformulado y un diseño de canasta mejorado, este modelo de 40 W ofrece tono de Alnico vintage con frecuencias definidas. Algunas características: diámetro nominal 12", impedancia 8 ohms, resonancia 75 Hz, rango de frecuencia usable 80 Hz a 5 kHz, sensibilidad 100,7 dB, peso del imán 992 gramos y diámetro de bobina de voz 1,75".

Contacto: www.eminence.com

ZILDJIAN

Kerope

A pedido de bateristas y dealers, Zildjian ha expandido el rango de peso de dos modelos dentro de su línea de platillos Kerope, lo que dará mayor articulación de campana y de baquetas pero mantendrá el sonido de la serie. El Kerope Medium de 20" ahora presenta un rango de 2.126 a 2.381 gramos, y el Kerope Medium de 22" tiene un rango de 2.523 a 2.721 gramos. Opciones atractivas para los músicos tocando en situaciones de volumen más alto.

Contacto: www.zildjian.com

ELIXIR

Phosphor Bronze

Las cuerdas para guitarra acústica Phosphor Bronze con cobertura NANOWEB ofrecen una calidez y brillo característico del bronce de fósforo junto con una vida de tono prolongada. Con esta cobertura que protege la cuerda completamente con una capa ultra delgada es posible mantener la suciedad fuera de los espacios entre los bobinados. Las Phosphor Bronze con cobertura NANOWEB vienen en las siguientes presentaciones: Extra Light, Custom Light, Light, Light-Medium, Medium, HD Light.

Contacto: www.elixir.com

ELATION LIGHTING

Platinum FLX

Luminaria tres en uno en proceso de patentado que actúa como Beam, Spot y Wash. Contiene una lámpara Philips MSD Platinum 20R de 470 W, 7800 K dando 20.000 lumens. El zoom en modo beam va de 2,3° a 23° y en spot 3° a 32°. Posee mezcla de color CMY y corrección CTO lineal, 10 colores dicroicos incluyendo UV, CTB y blanco; 8 gobos rotatorios intercambiables y 6 estáticos, además de animación/prismas rotatorios de 8 facetas y 6 vías lineal, junto a filtro frost wash/efectos.

Contacto: www.elationlighting.com

CELESTION

G15V-100 Fullback

Este modelo de 100 W posee un cono mayor de 15" para respuesta de bajos extendida e incorpora un chasis de acero prensado con ocho perforaciones. Entre sus características encontramos impedancia de 8 ohms, sensibilidad de 99 dB, bobina de voz de 2" de cobre, imán de cerámica, frecuencia de 65 a 4000 Hz y peso de 4,8 Kg para actuar como upgrade para un combo de 15" o una alternativa tonal para un altoparlante de 12".

Contacto: www.celestion.com

FBT

X Series

Presentando tres grupos de producto diferentes, esta serie de FBT lanzada hace casi un año estuvo presente también en NAMM. X-PRO contiene tres modelos (X-PRO 15a, X-PRO 12a y X-PRO 10a) siendo parlantes activos. X-LITE también tiene tres modelos (X-LITE 15a, X-LITE 12a and X-LITE 10a) con gabinetes construidos usando polipropileno; y el X-SUB 18SA es un subwoofer amplificado para ser el compañero de los dos grupos nombrados anteriormente, conteniendo un woofer robusto de 18".

Contacto: www.fbt.it

SABIAN

BIG & UGLY

Nueva colección de seis platillos Ride de tamaño grande pero dinámicos, reuniendo modelos de cuatro series diferentes. "Sabemos que los bateristas siempre buscan nuevos sonidos, y con frecuencia, estos nuevos sonidos son viejos sonidos con características modernas", dijo Andy Zildjian, CEO de la empresa. Los platillos elegidos son: AA APOLLO (22" & 24"), HH PANDORA (22" & 24"), HH KING (22" & 24"), HH NOVA (22" & 24"), HHX PHOENIX (22") y Xs20 MONARCH (22").

Contacto: www.sabian.com

TASKER

Mini cables y conectores

Línea con nuevo packaging de carretes de 50 metros, fáciles de manipular y transportar, una solución diseñada para los cables miniatura de sólo 3 mm de diámetro. Los TSK1140 y TSK1142 tienen un solo núcleo con hilos de Kevlar o nylon, recubiertos en negro o transparente. El TSK1144 tiene un escudo externo para evitar interferencias y viene en rojo y cobre. También están los TSK1146 y TSK1147 miniatura de 3 x 0,04 mm^2 y 4 x 0,08 mm^2, y nuevos conectores XLR mini para estos cables (macho y hembra de 3 y 5 pin).

Contacto: www.tasker.it

LD SYSTEMS

Contractor

Serie de parlantes para instalación en sistemas de audio fijos. Hay varios tipos de modelos para adaptarse al ambiente o montaje. Aquellos de dos vías tienen woofers que van de 4" a 6,5" en diámetro y SPL de 90 dB. Hay modelos para pared en blanco o negro, otros para embutir en techos y paredes sólo en blanco, otros sin marco para ser más discretos, y un subwoofer con chasis de 10" y potencia continua de 150 W, además de un parlante para aire libre a prueba de agua de 8 ohms y 100 con IP56.

Contacto: www.ld-systems.com

SHURE

MOTIV

La línea MOTIV presenta el micrófono condensador digital MOTIV MV5, el micrófono condensador estéreo digital MOTIV MV88 iOS, el micrófono condensador digital con diafragma grande MOTIV MV51, la interface digital de audio MOTIV MVi y la aplicación para el sistema operativo iOS, de grabación móvil ShurePlus MOTIV. MOTIV ofrece diferentes modos DSP: habla, canto, plano, instrumento acústico y alto volumen. Estos modos ajustan automáticamente el procesamiento del audio, configurando la ganancia, ecualización y la compresión.

Contacto: www.shure.es

DR STRINGS

Pure Blues

Cuerdas para bajo que combinan una nueva aleación de quantum y níquel con bordes diseñados especialmente para los bajistas modernos. Tiene bobinado a mano en sus núcleos redondos para mayor flexibilidad. Las cuerdas de DR son hechas a mano ya que, según detalló la empresa, la mano humana es capaz de realizar micro ajustes a través del proceso de bobinado de forma más precisa de lo que pueden lograr las máquinas. Hechas en EEUU, vienen en diferentes calibres.

Contacto: www.drstrings.com

CHAUVET DJ

Intimidator Spot Duo 150

Este aparato se une a la línea Intimidator, presentando dos cabezales móviles Intimidator Spot LED 150 premontados en una sola barra. Los orificios incorporados de las unidades permiten montaje seguro en trípodes y como es liviano se puede usar en aplicaciones móviles. Con dos cabezales, se puede generar shows sincronizados en modo Master/Slave y combinarlos incluso con unidades Intimidator Spot Duo de la primera generación. Poseen ruedas de color y gobo, estrobo ajustable, dimming variable y más.

Contacto: www.chauvetlighting.com

TYCOON PERCUSSION

Triple Play Cajon

Diseñado junto a la artista Ameenah Kaplan, posee tres superficies de tocado distintivas como si cada una fuera un cajón separado, gracias a un sistema que separa cada cámara para no mezclar los sonidos. El frente presenta madera de haya y tres cámaras para crear sonidos híbridos de cajón bongo y conga. El lado izquierdo es el cajón estándar con snares y madera de ébano oscuro, y el derecho se puede tocar como un cajón peruano tradicional sin snares y con madera de roble rojo. Viene en dos tamaños: Serie 29 y 35.

Contacto: www.tycoonpercussion.com

EVANS

Reso 7

Con los parches Reso 7, se prescinde la necesidad de amortiguadores adicionales para evitar la resonancia indeseada y conseguir un sustain más corto. Estos parches proveen un sustain abreviado manteniendo la respuesta tonal, gracias al uso de película de 7 mm. La nueva línea Reso 7 ya está disponible y se puede elegir entre diversos tamaños que van desde 6" a 18".

Contacto: www.evansdrumheads.com

GIBSON
Monitores Les Paul Reference

Como homenaje a Les Paul, Gibson creó esta línea de monitores de referencia para uso en estudio o en hogares. Profesionales de audio o fanáticos de la música podrán usarlos mientras graban, mezclar, producen o simplemente escuchan música. Utilizan materiales como tweeters de titanio revestidos en carbono, woofers de carbono y amplificación personalizada. Vienen en tres tamaños diferentes (woofer de 4", 6" u 8") y varios colores como cherry, cherry burst y tobacco burst.

Contacto: www.gibson.com

GLP
Impression X4 Bar

Nuevas barras de iluminación impression X4 Bar 10 e impression X4 Bar 20, con 10 y 20 LEDs RGBW respectivamente. Presentan rango de zoom 7:1 de 7º a 50º y tilt motorizado. El control DMX ofrece capacidades de mapeo de pixeles, permitiendo una amplia cantidad de tonos e intensidades. Posee conectores Powercon para crear redes de varios aparatos sin necesitar PSU, diversos modos DMX, base de goma para montaje en piso y puntos de 1/4 de giro para flexibilidad de rigging.

Contacto: www.germanlightproducts.com

PEACE DRUMS
Cajones & Djembes

Saliendo de las baterías, Peace Drums lanzó una línea de cajones compuesta por tres modelos hechos con madera de maple y varias terminaciones disponibles, además de accesorios para enriquecer los efectos. También nuevos son dos modelos de djembes, uno con afinadores de estilo conga y otro en versión tradicional con tensión de cuerdas.

Contacto: www.peace-drums.com

PAISTE
PSTX

Platillos de efectos a precios accesibles. El centro son los Swiss con agujeros en diferentes tamaños dando personalidad propia. Los Swiss Thin Crashes vienen en 14", 16" y 18". También está el Swiss Medium Crash de 18". Los Swiss Splash de 10" y Swiss Flanger Crash de 14" son buenos también para tocar con la mano. Más modelos: Swiss Hats de 10", 14" y 16" mezclando dos metales, Swiss Flanger Stack de 14" con dos platillos con campana invertida, y dos Pure Bells de 9" y 10" usando aluminio por primera vez.

Contacto: www.paiste.com

DIXON
Jet Set Plus

Kit de batería para viajeros todo en uno más reciente de la marca. Se puede tocar sentado o de pie, para shows o práctica silenciosa, adaptándose a todos los estilos, escenarios y aplicaciones. Es simple de configurar usándolo en montaje convencional, eligiendo su lado plástico para alto volumen o el lado resonante con rejilla para poco o nada de sonido. Bass drum 12 x 16", tom tom 6 x 8", tom tom 6 x 10", floor tom 7 x 12" y snare drum 4,5 x 12 en color Orange Sparkle, Red Sparkle o Blue Sparkle.

Contacto: www.playdixon.com

GRETSCH
RED G5623

El modelo Electromatic Center-Block Bono Signature de doble corte presenta tope, laterales, mástil y parte posterior de arce, diapasón de palisandro con 22 trastes e incrustaciones Neo-Clásicas, pastillas duales FilterTron de Black Top con palanca de cambio de tres posiciones y controles para el volumen principal y el tono, puente anclado Ajust-Matic con un corte en forma de G en el cordal, afinadores Grover y hardware cromado, además de un estuche de lujo.

Contacto: www.gretschguitars.com

DUNLOP

Cry Baby Mini Wah

Es la versión miniatura del Jim Dunlop Cry Baby, incluyendo inductor Fasel y true-bypass switching. El pedal miniatura para guitarra posee la mitad del tamaño del original pero aún así es fácil de usar. Posee tres tonos disponibles a través de un switch interno: Low (más sutil), Vintage (representando el Cry Baby original de los '70) y GCB95 (moderno). Gracias a sus pequeñas medidas ayuda en situaciones donde el espacio es una prioridad, como en un panel para viajes y giras.

Contacto: www.jimdunlop.com

GON BOPS

Cajon Commuter

Commuter es un cajón plegable que incluye un bolso donde se puede transportar fácilmente. Las cuerdas de guitarras ubicadas diagonalmente en la parte interna, le proporcionan auténticos tonos de flamenco, mientras que la cámara de resonancia, ofrece un bajo ajustado y sonoro.

Contacto: www.gonbops.com

NUMARK

NS7III controller

La empresa combinó la librería de música digital de Serato DJ con la respuesta de una mesa para DJ profesional. Éste es un controlador de cuatro decks presentando tres pantallas color de alta resolución con un display con forma de onda y una superficie de control interactiva. Las pantallas muestran diferentes lados pero también pueden agruparse para ver formas de onda paralelas. Construcción de metal, mixer de cuatro canales, controles activados al tacto y pads Akai Profesional MPC.

Contacto: www.numark.com

YAMAHA

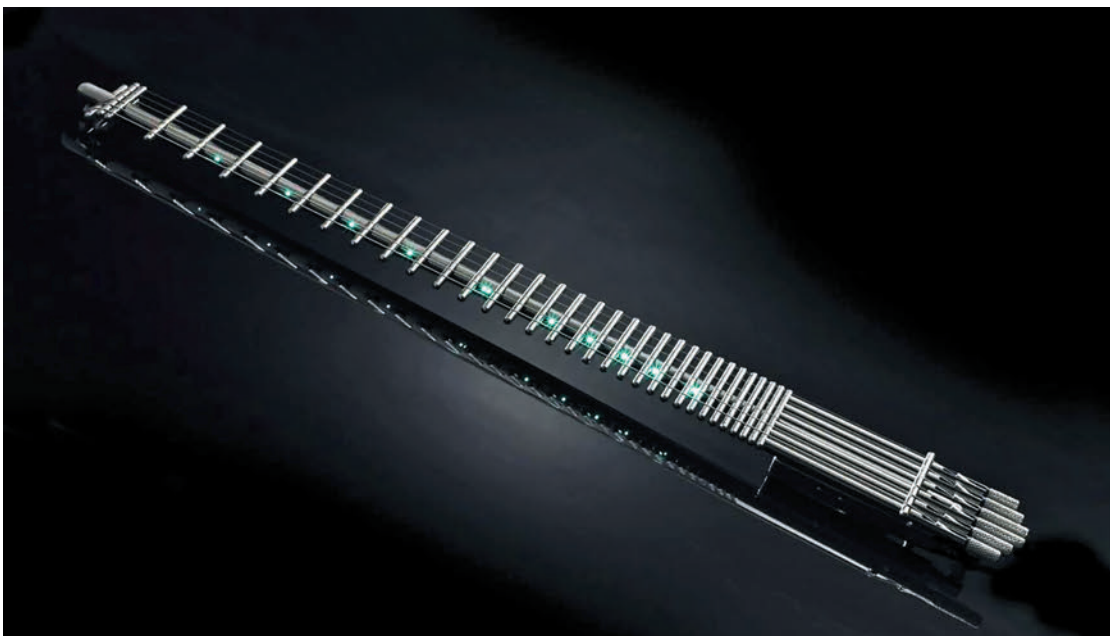
YCL-CSVR

Dos clarinetes profesionales modelos YCL-CSVR (si bemol) e YCL-CVSRA (la) que combinan varias mejorías como llaves rediseñadas con recubierta de plata más gruesa para posición de mano ergonómica, tambor y campana reconfigurados para mejor flujo de aire y respuesta balanceada; y pads de cuero duraderos para mayor sellado. Disponibles a partir de marzo.

Contacto: www.usa.yamaha.com

Un extraño instrumento llamado Gittler Guitar

Con una nueva versión actualizada que incluye características más modernas, el esqueleto de la guitarra eléctrica está listo para entrar al escenario



Esta inusual guitarra de diseño minimalista fue creada a mediados de los '70 por el diseñador norteamericano Allan Gittler, pero hace sólo dos años recibió una actualización realizada por el guitarrista/metalúrgico Russ Rubman y el hijo de Gittler, Yoni, quien heredó los derechos del instrumentos luego del fallecimiento de su padre.

El concepto de Guittler se trataba de diversas barras de acero inoxidable unidas con 31 trastes cilíndricos, pickups individuales para cada cuerda y afinadores especiales, semejando sólo el eje principal de una guitarra eléctrica normal y pesando menos de 2 Kg. Andy Summers usó una en el video clip de la canción Synchronicity II de The Police.

Ahora, esta nueva versión sigue la estética de la guitarra original, pero incluye una caja electrónica (E-Box en la parte posterior del instrumento, que tiene una rueda de volumen), 6 pickups individuales - uno para cada cuerda - con diseño innovador, capacidad de salida hexafónica y también estándar de 1/4", mecanismo de bloqueo de cuerda patentado, construcción en titanio resistente a la abrasión, circuito de formato de tono y electrónica activa, trastes iluminados con LEDs, puente ajustable, puntos de anclaje para correa y acceso ajustable con sistema de bloqueo de correa LOXX. También existe una versión deluxe con terminación metálica tipo de arma con revestimiento Aerospace Teflon.

Además de varios modelos de guitarras, la serie ahora cuenta también con un bajo y un violín siguiendo el mismo concepto. ■

MÁS INFORMACIÓN
www.gittlerinstruments.com

CONTACTOS

LAS EMPRESAS LISTADAS ABAJO SON LOS AUSPICIANTES DE ESTA EDICIÓN.
USE ESTOS CONTACTOS PARA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS Y PRODUCTOS.
MENCIONE *MÚSICA & MERCADO* COMO REFERENCIA.

Instrumentos

CORT ..... cortguitars.com ▪ 53
EKO ..... ekoguitars.it ▪ 79
MARTIN GUITAR ..... martinguitar.com ▪ 23

Batería / Percusión

SABIAN ..... sabian.com ▪ 4
ZILDJIAN ..... zildjian.com ▪ 84

Amplificadores / Audio Profesional

ADAM AUDIO ..... adam-audio.com ▪ 49
AROMA MUSIC ..... aromamusic.cn ▪ 21
AUDIO CENTER ..... ac-pro.net ▪ 47
BUNKER ..... bunkeraudio.com ▪ 81
CELESTION ..... celestion.com ▪ 5
EMINENCE ..... eminence.com ▪ 3
FBT ..... fbt.it ▪ 57
JTS ..... jts.co.tw ▪ 7
PRODIPE ..... prodipe.com ▪ 37
PROEL ..... proel.com ▪ 83
PRV AUDIO ..... prvaudio.com ▪ 15
SAE AUDIO ..... saeaudio.com ▪ 9

Accesorios

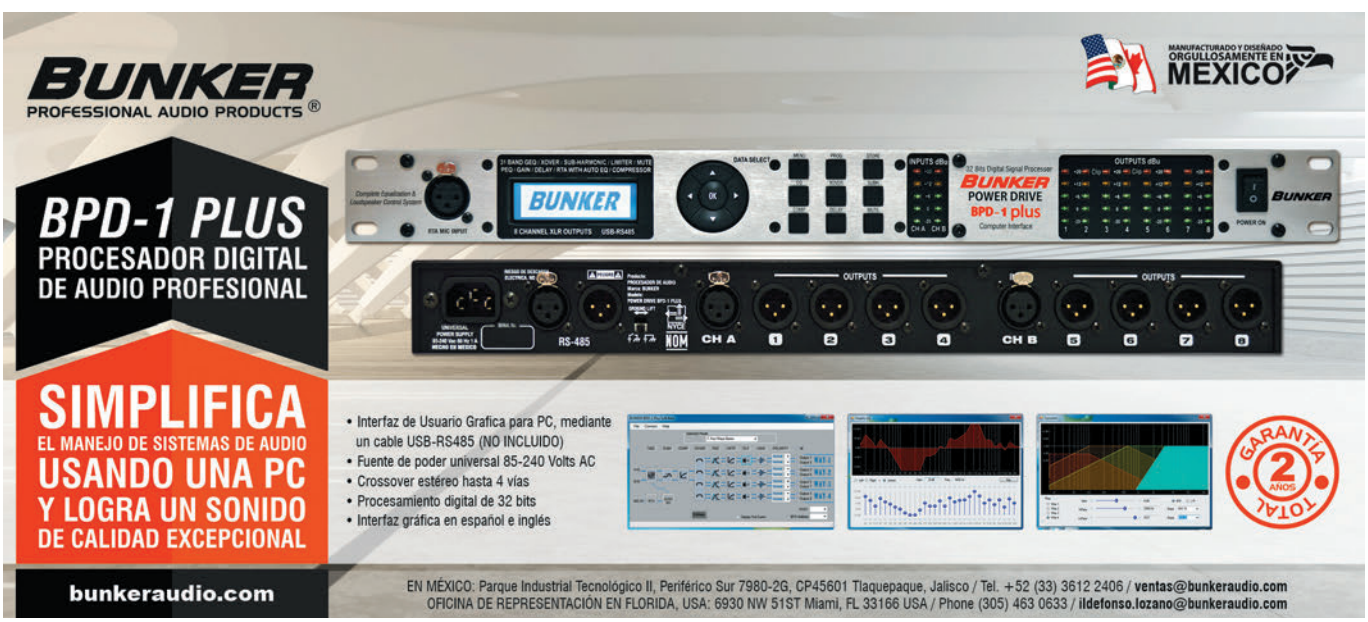
AUDIO TECHNICA ..... audio-technica.com ▪ 11
D'ADDARIO ..... nyxlstory.com ▪ 61
D'ADDARIO WOODWINDS ..... daddario.com/woodwinds ▪ 63
ELIXIR ..... elixir.com ▪ 43
IK MULTIMEDIA ..... ikmultimedia.com ▪ 45
LA BELLA STRINGS ..... labella.com ▪ 39
MARTIN STRINGS ..... martinstrings.com ▪ 25
PLANET WAVES ..... daddario.com ▪ 59
STAY MUSIC ..... staymusic.com.br ▪ 33
TASKER ..... tasker.it ▪ 19

Illuminación

ELATION ..... elationlighting.com ▪ 2

Ferias / Eventos / Asociación

MUSIC CHINA ..... musikmesse-china.com ▪ 54
NAMM ..... namm.org ▪ 61
PALM EXPO ..... palmexpo.com ▪ 71, 73
PL+S SHANGHAI ..... prolightsound-shanghai.com ▪ 61
SOUND:CHECK XPO ..... soundcheckexpo.com.mx ▪ 39



Tienda física y online: ¿cómo unir los canales y tener resultados positivos?

¿Cómo administrar las ventas en las tiendas físicas y en el e-commerce? ¿Cómo administrar ambos canales y unirlos? Vea aquí algunos consejos

Gustavo Lucas, socio-director de Animafest, red de tiendas de disfraces y artículos para fiestas, tiene experiencia en este tema. Eso porque posee cuatro tiendas propias, 19 unidades con franquicia y el sitio para vender más de 3000 ítems.

Gustavo explica que utiliza estos dos canales, pues ambos son complementarios e importantes, además de que el público es bastante variado. "Existen clientes a los que les gusta ir hasta la tienda, quieren ver el producto, saber cómo funciona, etc. Por otro lado, a muchas personas les gusta comprar por internet, de forma cómoda, principalmente si viven en lugares distantes de las tiendas físicas. Pero, para no tener conflictos de canales, usamos precios iguales y, así, creamos una armonía en las ventas y, consecuentemente, facilitamos la vida de las personas. Con esto, conquistamos cada vez más clientes", reveló.

¿Cuál es la importancia de mantener tanto una tienda física como una virtual?

Actualmente los clientes son "Omni-Channel", por lo tanto, las empresas necesitan acompañar a sus clientes y hacer que los canales sean complementarios, para que se potencialicen.

¿Qué aspectos de la tienda física deben reflejarse en la tienda virtual o viceversa?

Las tiendas físicas posibilitan una experiencia al cliente, contacto con los productos y atención personal. La tienda virtual no posibilita estos mismos aspectos, pero debe preocuparse por llenar ese vacío con algunas estrategias. En cuestión de contacto con los productos, en la tienda, quienes atienden pueden resolver las dudas de los clientes, hacer contorno de objeciones y efectuar ventas. En internet, lo más importante para quien administra un sitio, es colocarse en el lugar de este cliente e imaginar todas las preguntas que el mismo pueda tener, y responderlas en la página de contenido del producto. Eso, sin dudas, aumentará la conversión del sitio. ¡Es claro que la atención es, indudablemente, un punto fundamental para el éxito de cualquier negocio!

Gustavo Lucas, socio-director de Animafest www.animafest.com.br

¿Qué consejos darías para "unir" ambos canales?

Una de las cosas que hacemos en nuestra empresa es que las promociones lanzadas para el sitio sean también válidas para las tiendas. Por ejemplo, hacemos la divulgación de cupones de descuento en las redes sociales que son válidos tanto para el sitio como para las tiendas. En las tiendas, el sitio se vuelve un aliado importante para quienes atienden, que muchas veces pueden utilizarlo para mostrar fotos y sugerencias de uso del producto y entonces incentivar la compra de los clientes.

¿Cuál es la importancia de mantener una política de precios igual en ambas tiendas?

Creo que mantener precios iguales en las tiendas virtuales y físicas es ser coherente con los clientes. En el mercado de hoy, no hay espacio para justificar al consumidor los porqué de la empresa, que no lo favorecen, o sea, si el cliente se siente incómodo, compra en otro lugar. Algunas empresas practican precios diferentes en las tiendas físicas y virtuales, alegando costos operativos diferentes. Hasta llegar a justificar eso a los clientes, que no tienen la obligación de entenderlo, ya se perdieron muchos, insatisfechos. Creo que todos los canales de venta deben trabajar en comunión.

¿Piensas que tendrá más evolución la tienda online y las físicas desaparecerán?

En mi punto de vista, ambos canales tendrán evolución y serán cada vez más complementarios e interconectados. Las rentas cada vez más caras para las tiendas físicas compiten con los anuncios en internet que suben cada día más. La experiencia de atención en las tiendas y el contacto personal con los productos compiten con la comodidad y facilidad de investigación de las tiendas virtuales. El consumidor, cada vez más atento, pasa a investigar y procurar saber los "porqué" de las empresas y no solamente los "qué", por lo tanto, cuanto más puntos de contacto tuviera con las empresas, mejor podrá relacionarse con empresas con las cuales se identifica. ■

Audio / Video / Iluminación / Instrumentos Musicales / DJ / Escenarios

sound:check XPO

La Industria de la Música y el Espectáculo

2015
DOM 26, LUN 27, MAR 28
DE ABRIL
WTC
CIUDAD DE MÉXICO
DE 12:00 HRS. A 20:00 HRS.

CONCIERTOS DIDÁCTICOS | CLÍNICAS | CONFERENCIAS | SHOWCASE | MUESTRA FOTOGRÁFICA

¡Regístrate en línea ya!

www.soundcheckexpo.com.mx

CUOTA DE RECUPERACIÓN

En sitio $250.00 M.N. | Con pre registro $150.00 M.N. | Preferencial con pago en línea $100.00 M.N. | Evita filas y agiliza tu acceso

Informes y ventas: T. (55) 5240 1202 • info@soundcheckexpo.com.mx

SoundcheckXpo

CON EL APOYO DE:

BARKER
ES EL LEGADO
A
A A fx
CUSTOM
Travis barker es parte de una orgullosa tradición de bateristas Zildjian que han dado forma al sonido clásico de la línea A por generaciones. Hemos re-diseñado la curvatura y el peso de nuestra línea actual para enfocarnos en la esencia del clásico sonido A. Descubre el nuevo y mejorado sonido de nuestra línea A y de la Familia entera de Platillos - A Zildjian, A Custom, y FX.
Travis Barker de Blink-182 toca A Custom y las Baquetas Artist Series Travis Barker
ZILDJIAN.COM
ZildjianLatinAmerica
Zildjian
SOUND LEGACY
Avedis Zildjian Company, Latin America & Caribbean Division. © 2015 - info@zildjianla.com