

música&mercado[®]

INFORMACIÓN DE NEGOCIOS PARA EL MERCADO DE AUDIO, ILUMINACIÓN Y INSTRUMENTOS MUSICALES

Audio-Technica en Brasil

Conoce al nuevo distribuidor brasileño de Audio-Technica PÁG. 24

Allen & Heath en reposicionamiento

La compañía ha aumentado sus acciones para posicionarse y crecer en América Latina. PÁG. 32

Aniversario de empresas y productos

Ashdown, Boss y DW celebran su fabricación este año. Mira más en las PÁGS. 36, 34 Y 42

Y además

Elation, Tycoon, Expo Music Guatemala, DTS y mucho más

ESPECIAL: NAMM Show 2017

La mayor feria de instrumentos musicales presentó una nueva y exitosa edición con empresas y visitantes de todo el mundo. La gran novedad: se esperan dos pabellones nuevos dedicados al audio profesional en 2018 PÁG. 44





ATM350a

Los nuevos sistemas de microfónica para instrumentos

Sea cual sea tu instrumento, Audio-Technica tiene un sistema de microfónica ATM350a para garantizar un sonido espectacular. Este condensador cardioide no solo viene con una amplia selección de opciones de montaje (en muchos casos con flexo rediseñado y robusto, fabricado para que permanezca en el lugar que desees), sino que ofrece una respuesta clara y bien balanceada (incluso a niveles de presión sonora elevados). Así es que no importa qué, dónde y cómo toques, el sistema ATM350a tiene lo que necesitas. audio-technica.com



instrumentos
de viento



piano



universal



batería



instrumentos
de cuerda

audio-technica



Be Inspired

“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
2IOLA**



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
2I8SA**



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



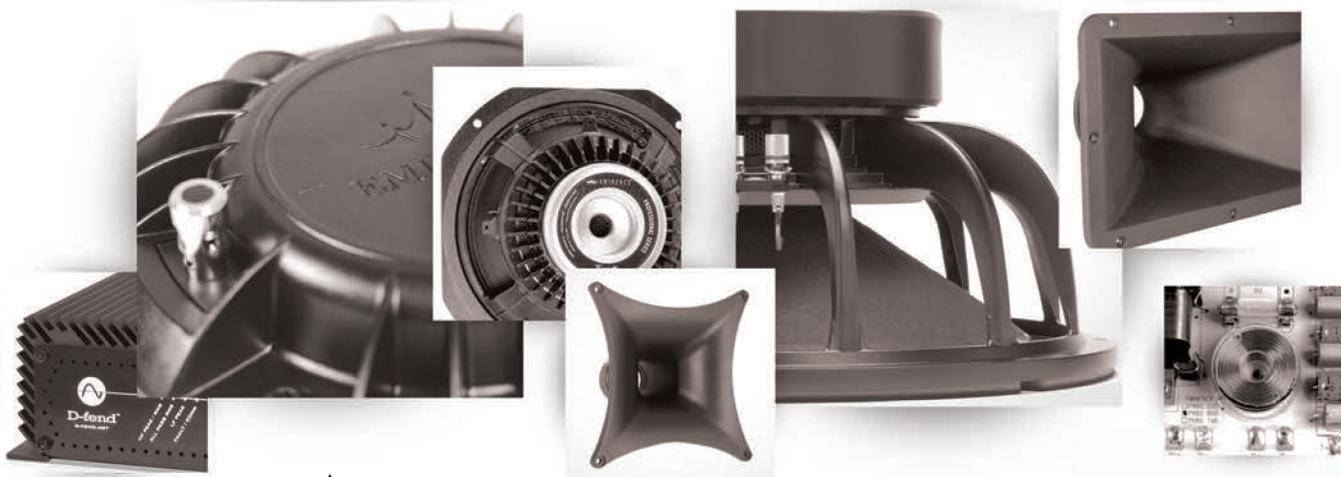
Made in Italy





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

Bless Tech
facebook.com/BlessTech

Distribuidora Gonher S.A.
www.distribuidoragonher.com

Intermark Industries
www.intermarkindustries.net

L.O. Group S.A.C.
www.loelectronics.com

Oidos
www.oidos.net

Prind-Co
www.prind-co.com

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

VIVA LA POTENCIA DE EMOTION

CAUTIVE A SU AUDIENCIA CON LA PROYECCIÓN DIGITAL

EMOTIONTM

CREATIVITY IN MOTION



- Proyector de 4000 lúmenes con tecnología DLP
- Servidor Axon con SSHD de 64gb
- 255 Gobos - 255 archivos de video
- Control de medios doble capa
- Combinación de bordes sin costuras
- Obturador para supresión total de luz
- Entrada USB para tarjeta de captura VGA
- Estuche doble disponible

LLEVE SU VISIÓN AL EXTREMO.

SEDE MUNDIAL (EE.UU.)
www.elationlighting.com
info@elationlighting.com
+1.323.582.3322

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





R[~]-8011DB · R[~]-8012DB

UHF PLL Single / Dual Channel Diversity System

Go Wireless With JTS !

RU-8011DB and RU-8012DB are designed with JTS 2ND generation wireless technology. It provides full features including long operation distance, outstanding audio and various innovative functions. Yet the RU series still offers very affordable prices.



JTS Patented **REMOSET**[~] Ultrasonic Synchronizing Technology

Easily sends the channel / group and other data setting to transmitter by pushing a button.



Auto Power Off

Auto Power Off feature can be set OFF or ON with selection of 1, 10 and 30 minutes. This will save battery life and avoid over discharge.



Quick Mute ON / OFF switch

The mute function can be easily switch ON or OFF by the user.

JTS PROFESSIONAL CO.,LTD

No.148, Gongye 9th Rd., Dali Dist., Taichung City 41280, Taiwan (R.O.C.)
TEL : 886-4-24938803 FAX : 886-4-24914890 E-mail : jts@jts.com.tw www.jts.com.tw



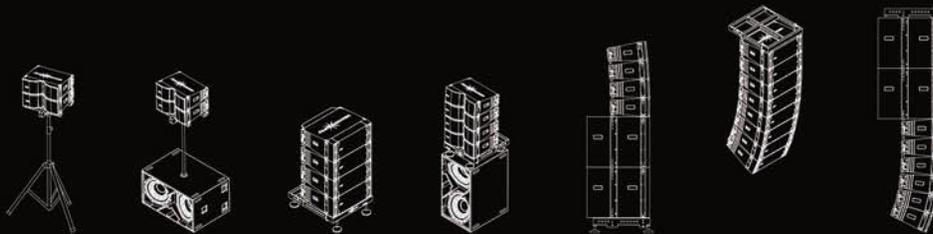
AUDIOCENTER

Dynamic Audio Solutions

K-LA-DSP Serie

Arreglo lineal activo controlado por DSP

- Altavoces personalizados marca BEYMA
- DSP interno con frecuencia de muestreo de 96Khz, 56 bit de precisión
- Amplificador PASCAL de clase D
- Directividad -6dB(H°XV°): 100° x 20°
- Perfecta respuesta en fase y único diseño de difusor de HF



música&mercado

SECCIONES

- 10 **EDITORIAL**
- 12 **UPDATE**
- 14 **ÚLTIMAS**
- 18 **SET UP** Ccoma
- 66 **COLOMBIA**
Tienda del Música
- 68 **COSTA RICA** Electromusic
- 70 **ESPAÑA** Sonorama
- 78 **INNOVACIÓN**
mPiano de Alpha Pianos
- 80 **PRODUCTOS**
- 81 **CONTACTOS**
- 82 **CINCO PREGUNTAS** Errores que las empresas cometen con el marketing relacional

COLUMNISTAS

64 **El limite de la razón**
por Joey Gross Brown

44 TAPA

ESPECIAL: NAMM SHOW 2017

La tradicional feria americana marcó otro inicio de año, estimulando el mercado, los negocios, la educación y la industria de la música en general. Marcas y productos de todo tipo estuvieron presentes, más una gran novedad: ¡el año próximo se espera el debut de dos pabellones exclusivos para audio profesional!



NOTAS

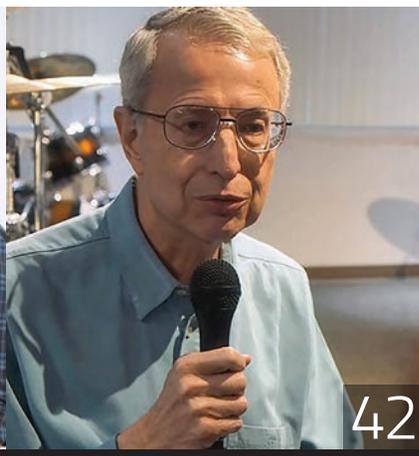
- 20 **MUNDO DIGITAL** 10 consejos para vender más por Instagram
- 22 **ILUMINACIÓN** Elation presenta instalaciones en América Latina
- 24 **DISTRIBUCIÓN** Audio-Technica anuncia nueva distribución en Brasil
- 26 **PREMIO** Yamaki, Mejor Distribuidor de PreSonus Para Latinoamérica
- 28 **MERCADO** Situación y soluciones para el mercado español
- 30 **EMPRESA** Allen & Heath busca reposicionamiento en la región
- 32 **MARKETING** Tycoon presenta nuevo logo mostrando evolución
- 34 **INTERNACIONAL** Las cuatro décadas de los pedales Boss
- 36 **ANIVERSARIO** Ashdown cumple 20 años
- 38 **RENTA** Servicios para eventos de la mano de Fluge
- 40 **EVENTO** La Virgen del Panecillo iluminada por DTS en Ecuador
- 42 **CORPORATIVO** DW Drums festeja con madera especial
- 72 **PRE FERIA** Sound.check 2017
- 74 **PRE FERIA** Musikmesse & PL&S 2017
- 76 **POST FERIA** Expo Music Guatemala



26



32



42

El legendario Fabricante de Altavoces **FANE** ESTÁ BUSCANDO DISTRIBUIDORES Y AGENTES DE VENTA

EN VARIOS PAÍSES Y REGIONES DE AMÉRICA LATINA



Pionero en altavoces para audio profesional desde 1958, Fane representa lo último en tecnología avanzada en el diseño de altavoces, rendimiento óptimo y excelente durabilidad.

Fane se está expandiendo en los mercados de América del Sur y estamos buscando socios de distribución y agentes de venta dinámicos y experimentados en muchos países y

regiones de América Latina. Sé parte de nuestro equipo y desata el potencial de la próxima generación de altavoces para audio pro de Fane.

CONTÁCTANOS HOY PARA DESCUBRIR MÁS POSIBILIDADES distribuidor@fane-international.com

SUBWOOFERS | WOOFERS | MID-RANGE | FULL RANGE | COMPRESSION DRIVERS | BESPOKE DESIGN & MANUFACTURE | SYSTEMS



www.facebook.com/fanegb



www.twitter.com/fane_int_ltd



www.instagram.com/fanespeakers

DESCUBRE MÁS EN WWW.FANE-INTERNATIONAL.COM

FANE

música&mercado

STAFF

CEO & Publisher

Daniel A. Neves

Redactora Jefe

Paola Abregú

Director de Arte

Dawis Roos

Gerente de ventas internacionales

sales@musicaymercado.org

Administración y finanzas

Rosângela Ferreira

Suscripción

Beatriz Mendes Ferreira

assinaturas@musicaemercado.org

Colaboradores

Alessandro Saade, Ann Lévizon, Carlos Cruz, Joey Gross Brown, Dora Ramos, Luiz Carlos Rigo Uhlik y Miguel De Laet

Impresión

Gráfica Grafilar

Música & Mercado®

Phone: +55 (11) 3567-3022

P. O. Box: 79.766

CP (Zip code): 04601-970

San Pablo/SP – Brasil

MusicTube LLC

201 South Biscayne Boulevard,

Suite 1200, Miami, FL, 33131

Phone: +1 (305) 537-2400

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

sales@musicaymercado.org

www.musicaymercado.org

Síguenos: twitter.com/musicaemercado

Socios Estratégicos/Strategic Partners

NAMM



musikmesse

music
CHINA

DANIEL A. NEVES

CEO & PUBLISHER



“Sabía que si fallaba no me arrepentiría,
pero sabía que podía arrepentirme
si no lo intentaba.”

— Jeff Bezos*

Por qué hacemos *Música & Mercado*

Cuando comencé *Música & Mercado* tenía un propósito claro: quería que las personas hicieran más arte. La música para mí es como una pintura o escultura metafísica. Es el arte en el aire, por medio de frecuencias. Era consciente de que, estimulando el pensamiento empresarial, podríamos colaborar con la expansión del arte.

Había otra razón también: observaba las revistas americanas que llegaban a Brasil, llenas de prestigio, pero nunca veía una publicación brasileña saliendo del país. Creía que debería haber alguna que lo hiciera.

Con un equipo de personas apasionadas y profesionales, *Música & Mercado* alcanzó esos objetivos. Además de la versión brasileña, editamos *Música & Mercado* en español, que es distribuida en 21 países, invertimos y reinvertimos en aplicaciones para celulares, iPads, internet y continuamos con la edición impresa de la revista.

Escribimos *Música & Mercado* para dar soporte a los empresarios que viven de comprar, vender y alquilar equipamiento de audio, iluminación e instrumentos musicales. Por medio del sitio y de aplicaciones, *Música & Mercado* viene llegando a cada vez más consumidores, por tener contenido único, preciso y respetando la inteligencia de quien nos lee.

Hoy, con todos los medios por los cuales *Música & Mercado* es implantada, somos un conector de ideas e intercambio de información sobre productos, mercado y empresas. Y, abasteciendo contenido, damos nuestra contribución para el crecimiento sustentable del mercado.

DANIEL NEVES

CEO & PUBLISHER DE MÚSICA & MERCADO

TWITTER/DANIEL_NEVES

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

*(1964-) Fundador y CEO de Amazon.



Sonido Clásico Utilice el efecto 'Air'

El nuevo Clarett OctoPre le ofrece ocho entradas y ocho salidas, ampliando la capacidad de cualquier interfaz equipada con entradas y salidas ópticas ADAT.



La gama Clarett trae la latencia de ida y vuelta más rápida del mundo sobre Thunderbolt a su Mac o PC, permitiéndole grabar y monitorear con software en tiempo real.



El nuevo preamplificador de micrófono Clarett incluye el exclusivo efecto análogo 'Air', modelando el sonido del preamp clásico basado en transformadores de Focusrite. La entrada de instrumento ha sido completamente extendida con mayor margen de amplificación para manejar guitarras con pickups de alta ganancia de salida, y la gama Clarett también opera a velocidades de muestreo de hasta 192khz.

Mejor. Más rápido. Más fácil.

Focusrite®

Cover Story: NAMM Show 2017 Special

NAMM Show continues showing its strength and positions as the main musical instruments trade fair in the world. It was carried out between January 19th and 22nd at



the Anaheim Convention Center, 50 minutes away from Los Angeles, gathering brands from all over the world together with buyers and artists. Every year the show becomes a meeting place for the music market, sales and knowledge, but more than a commercial space, NAMM Show motivates the sector with different activities. The big news? Organizers announced that next year the show will include two new pavilions dedicated exclusively to professional audio! Learn more in this special report. [PAGE](#)

Company: Allen & Heath tries to reposition in the region

The company, well-known for its mixers, has been increasing its actions to position and grow in Latin America over the last three years. They have hired a dedicated staff and are launching new interesting products. [PAGE](#)



Anniversary: Ashdown is now 20

Found in many stages all over the world since 1997, Ashdown products have been focused on providing the right tools for bass players. They are now celebrating its 20th anniversary. Learn more on their story here! [PAGE](#)



Distribution: Audio-Technica announces new distributor in Brazil

Facing the challenging Brazilian market, Audio-Technica decides to change its distribution strategy and announces partnership with Pride Music. [PAGE](#)

International: Four decades of Boss pedals

Boss celebrates its 40th anniversary in pedals manufacturing with the launch of the limited edition DS-1-4A Distortion Pedal. [PAGE](#)



Corporate: DW Drums celebrates with special wood

Drums and accessories company is celebrating its 45 years in the industry with the launch of a special handmade set using the same wood as the one found at Stradivari violins. [PAGE](#)

Marketing: Tycoon presents new logo showing brand's evolution

Percussion manufacturer Tycoon updated its corporate image and launched a new logo, representing the company's modern approach. "Made with Heart. Played with Heart". [PAGE](#)



Market: Spanish sector: situation and solutions

With a market in slow recuperation, but a still complicated profitability, a specialist and highly respected local professional tells more about the sector and gives interesting advices. [PAGE](#)

Trade show: Musikmesse and PL&S are arriving to Frankfurt

Germany is getting ready for a new annual meeting. Musikmesse will run from April 5th to 8th while Prolight & Sound will open its doors from 4th to 7th, sharing three days in parallel. Learn what's new on [PAGE](#)





La línea de amplificadores acústicos más vendida

¡Amplificación para instrumentos acústicos, voces y más! Los sistemas de preamplificación y pickups Fishman son reconocidos en todo el mundo por su sonido cálido y preciso. A lo largo de los últimos 30 años, más de siete millones de ellos han sido instalados en instrumentos acústicos de cada estilo y tipo concebibles. Los amplificadores Fishman Loudbox son creados con ese mismo sentido de musicalidad y precisión, y es por eso que cada vez más músicos los eligen.

Para más información, visita fishman.com

FISHMAN[®]
Inspired Performance Technology™

*MI Sales Track

ÚLTIMAS

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

AUDIO

ECUADOR

K-array en el Nova Sonic Festival

El Nova Sonic Festival, que se llevó a cabo en Quito, contó con la potencia de los sistemas K-array para acompañar a sus artistas durante todo el día.



Sistemas K-Array en el escenario

El Parque Bicentenario fue el lugar elegido, con artistas presentándose en dos escenarios al aire libre para más de 10.000 personas. Luego de haber tenido éxito previamente con las soluciones de K-array, el organizador CKC Concerts solicitó los equipos del fabricante italiano. Por su parte, el distribuidor Sonomatrix fue contactado para completar los requisitos de side fill en el escenario principal. Se usó un conjunto de elementos line array KH2 de la línea Mugello y un sistema KR802 de las líneas portátiles Pinnacle, con subs KS5 y sólo un KY102 se utilizó por lado. El segundo escenario contó con un sistema portátil KR402 Pinnacle side fill.

MÉXICO

Los ritmos de Oaxaca se proyectaron con Shure

Shure permitió que se escucharan mejor los versos y las bandas de las ocho delegaciones autóctonas de Oaxaca que se presentaron en



45 micrófonos usados en el evento

las Fiestas de los Lunes del Cerro. Operando el sistema de audio se encontró Valentín Olivera, como ingeniero de audio y soporte técnico para diversas empresas en Oaxaca. Al considerar los retos que representaba este evento, el ingeniero eligió como proveedor principal los micrófonos Shure. Para el evento fue necesario utilizar 45 micrófonos, entre ellos el BETA 52A, el SM57, el legendario SM58 y el SM137.

COLOMBIA

Presentación RCF en Sonora

El distribuidor Sonora Spot Enterprises realizó el lanzamiento oficial en Colombia del altavoz HDL50-A de RCF.

Como complemento ideal, RCF desarrolló el subwoofer SUB9007-AS, que fue presentado



conjuntamente con el HDL50-A en este evento. El encargado de dirigir y presentar la presentación fue el ingeniero Oscar Mora, especialista de producto, soporte y consultoría en español de la empresa RCF de Italia, quien respondió todas las inquietudes referentes a la instalación y uso correcto del sistema, junto con sus características. También se llevaron a cabo dos demostraciones del sistema.

GLOBAL

Riggatec es la nueva marca de Adam Hall

A partir del 15 de febrero, Adam Hall Group agregó a su familia de marcas un nuevo nombre en la gama de soluciones



de tecnología de eventos: Riggatec. La ampliación de la gama con Riggatec permitirá a Adam Hall Group ofrecer una cartera completa de productos de rigging a precios competitivos para empresas organizadoras de eventos y de montaje de escenarios. La gama de artículos de Riggatec comprende productos y soluciones para profesionales del montaje. Desde abrazaderas simples y dobles en numerosos tamaños y modelos, pasando por cuerdas de retención de seguridad, hasta diversos tipos de accesorios de eslingado tales como grilletes, tuercas anulares y eslabones, Riggatec ofrece lo necesario para una fijación y seguridad correctas para cualquier tipo de tecnología de eventos.

GLOBAL

Sennheiser lanzó una nueva app de Documentación

La nueva aplicación de documentación que Sennheiser presentó ofrece acceso inmediato e interactivo a todos los manuales, hojas de especificaciones y otros documentos técnicos acerca de los productos de la marca. La aplicación, que ya se encuentra disponible, ha sido diseñada para brindar a los clientes B2B, integradores de sistemas y usuarios finales acceso rápido y fácil a la información de productos vía smartphones y tablets. La app utiliza un diseño HTML 5 para una experiencia atractiva e interactiva. Provee manuales de producto y hojas de especificaciones así como documentos multimedia mejorados con contenido de audio y video. Los usuarios pueden acceder a los documentos en diferentes idiomas a cualquier hora, ya sea en línea o a través de descargas offline.



ESPAÑA

D.A.S. Audio anuncia nuevo producto

La firma española anunció el lanzamiento del Ovi 12, un sistema de altoparlante versátil diferente que puede ser usado en una variedad de aplicaciones especiales. Puede ser montado en paredes, colocado en estructuras de cubiertas o suspendido en techos de gran altura como altavoz colgante. Incluye un altavoz coaxial de 12" con capacidad de manejo de potencia de 300 W RMS, dentro de un armazón de polipropileno de estructura reforzada. Está disponible en blanco o negro y puede pintarse según las necesidades.



GLOBAL

Los 70 años de JBL

Pensando en los últimos 70 años de la música y grabación de películas un nombre viene a nuestra mente: JBL Professional. Antes de THX y Dolby, antes de estéreo e inclusive hi-fi, allí estaba JBL. Hoy, el sonido de JBL Pro es oído en 70% de todos los escenarios profesionales, incluyendo legendarios estudios de grabación, famosas salas de conciertos y salas de cine de todo el mundo. A través de estos 70 años de innovación técnica, diseños premiados y lanzamientos ingeniosos constantes persiste un mismo hecho: los altavoces de JBL continúan siendo un punto de referencia para la reproducción de sonidos grabados. ¡Felicidades, JBL!



GLOBAL

Behringer anunció último NAMM Show

La empresa de Uli Behringer alentó a los visitantes y fans de la marca a disfrutar de su compañía en NAMM en enero pasado, pues según anunciaron la edición 2017 fue la última en la que participaron. Behringer está construyendo varios grandes centros de Experiencia al Consumidor tanto en Los Angeles como en muchas otras ciudades del mundo. De este modo, piensan proveer a los clientes una experiencia mucho mejor y más enfocada en sus productos.



GLOBAL

Klas Dalbjörn se une a Powersoft

El anuncio del nombramiento del altamente experimentado Klas Dalbjörn como Manager de Producto es uno de los pasos que la compañía está llevando a cabo en su misión de fortalecerse aún más en este 2017. El ex manager de investigación de producto de Lab.gruppen y Lake sumará fortaleza y seriedad al equipo de desarrollo, encabezado por el cofundador y director de I&D, Claudio Lastrucci. Su rol se extenderá a través de todo el portfolio de productos.



CHILE, PERÚ & BOLIVIA

STS presente en más países con CyV

El distribuidor CyV incorporó una marca más a su catálogo. Se trata de la empresa argentina STS Audio, fabricante de sistemas y soluciones de audio.



Sus productos estarán disponibles ahora en Chile, Bolivia y Perú a través de CyV, incluyendo el nuevo sub bajo Msub de 14.970 watts 147 dB equipado con M-Force y M-Drive de Powersoft, los sistemas Línea V7+ Activo / 4.000 watts, Línea V5 / 2.100 watts, Infra SUB / 4.000 watts, Concerto SUB / 4.000 watts y Monitor Activo Coax15+ / 1.400 watts.

INSTRUMENTOS

BRASIL/EEUU

Tagima llega a Estados Unidos

La brasileña Tagima Guitars, con base en San Pablo, aterrizó en el mercado americano con la apertura de una oficina de ventas localizada en San Clemente, California. Tagima U.S dará servicio a estos territorios y a los clientes locales ofreciendo varias líneas de guitarras eléctricas y acústicas que pueden ser usadas por estudiantes y profesionales.



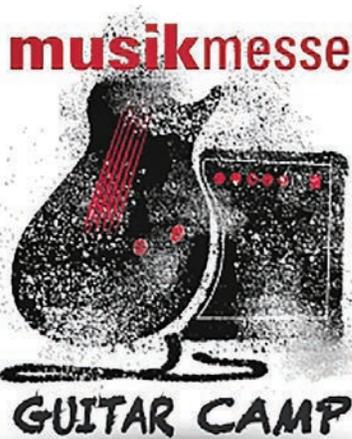
Ney Nakamura en NAMM 2017

Entre las series disponibles encontramos a la serie Woodstock con diseños clásicos, la América de acústicas disponibles en diferentes maderas bajo las series Mahogany y Walnut, y los ukeleles de la línea Hawaii.

GLOBAL

Ibanez y Tama regresan a Musikmesse

El concepto "Brandworld" de Musikmesse 2017 ofrece posibilidades de presentación progresiva para expositores, además de una experiencia musical



emotiva para los visitantes. Lo que inició como "Drum Camp" ahora se ha transformado en el atractivo concepto "Brandworld Drum", agregando "Brandworld Guitar", los cuales abarcan presentaciones de marcas, importantes músicos y un programa de workshops. Aquí harán su regreso dos importantes marcas que estuvieron ausentes en la última edición: Ibanez y Tama, aprovechando para mostrar sus productos en guitarras y percusión. Musikmesse se llevará a cabo del 5 al 8 de abril en Frankfurt.

ESPAÑA

Tienda Leonmusical distribuye Manuel Rodríguez

La tienda localizada en León anunció que entraron en la lista de distribuidores de las guitarras Manuel Rodríguez, siendo ahora la única tienda en León donde los usuarios locales podrán encontrar sus productos.



ESPAÑA

Guitarras Alhambra anuncia nuevo artista

Un nuevo miembro se suma a la familia de artistas de Guitarras Alhambra.



Hugo con su Alhambra

Se trata del cantante y compositor Hugo Salazar, nacido en Sevilla. A lo largo de su carrera ha lanzado cinco discos al mercado y ha ofrecido más de 400 conciertos por toda la geografía española. En 2002, entró a formar parte de la segunda edición del exitoso programa de televisión Operación Triunfo de TVE y fue el quinto finalista. Hugo toca una guitarra Alhambra modelo J-3 CW A B E5.

ILUMINACIÓN

COLOMBIA

SEEL y DTS se alían

La empresa colombiana SEEL, destacada en la ingeniería audiovisual en Colombia, ha formado



Carlos y Antonio en las oficinas de DTS

una alianza de distribución exclusiva con la compañía de iluminación italiana DTS. SEEL S.A. es una empresa especializada en proyectos tecnológicos en los sectores de TV profesional, teatros y audiovisuales, desde su fundación en 1978. Para garantizar un portafolio más amplio de productos de iluminación dinámica para el entretenimiento y la arquitectura, SEEL se ha convertido en distribuidor oficial exclusivo de DTS Illuminazione para Colombia. Carlos Iván Fernández, gerente de SEEL, visitó las instalaciones de DTS en Italia y se reunió personalmente con Antonio Parise, gerente de ventas de área para América Latina de DTS, para oficializar la colaboración entre ambas empresas.

GLOBAL

Ganadores de los TEC Awards

Como todos los años, la premiación fue presentada durante NAMM. Van aquí los ganadores dentro de la categoría de destacados técnicos de esta 32ª edición:

- Hardware de amplificación: Crown XLS Drivecore 2
- Tecnología para educación de audio: iZotope Pro Audio Essentials
- Equipamiento complementario: Rupert Neve Designs RNHP (Precision Headphone Amplifier)
- App & hardware para audio/periférico para Smartphone/Tablet: Avid Pro Tools | Dock
- Hardware de audio para computadora: Universal Audio Apollo Twin USB Interface
- Tecnología para producción de DJ: Native Instruments Traktor



Kontrol S5 Controller

- Tecnología en auriculares: Sennheiser HD 25 Plus
- Consola de formato grande: Solid State Logic System T
- Preamplificador de micrófono: AMS Neve 1073DPX
- Micrófono - Grabación: Schoeps ORTF-3D
- Micrófono - Refuerzo sonoro: Shure KSM8 Dualdyne
- Efectos & amplificación para instrumento musical: Softube Marshall JMP 2203
- Hardware para instrumento musical: Moog Music Mother-32
- Software para instrumento musical: Softube Marshall Bluesbreaker 1962
- Hardware para procesamiento de señal: Warm Audio WA-2A Tube Opto Compressor
- Hardware para procesamiento de señal (módulos serie 500): API 512V
- Software para procesamiento de señal (dinámica/EQ/utilidades): iZotope Ozone 7 Advanced
- Software para procesamiento de señal (efectos): Soundtoys 5
- Tecnología en consola de formato pequeño: Solid State Logic Sigma Delta
- Altoparlantes para refuerzo sonoro: Meyer Sound D MJF-208 Stage Monitor
- Monitores de estudio: Genelec 8430A IP SAM
- Tecnología inalámbrica: Sennheiser evolution wireless G3 A-1 Band
- Tecnología en estación de trabajo: AVID Pro Tools 12.3

La **Serie MBX** de woofers medio-graves de B&C Speakers ofrece a los diseñadores de acústica una nueva gama de alternativas de ancho de banda de alta eficiencia que actualmente no está disponible en las líneas de B&C.

Estos transductores llenos de características incorporan motores de neodimio livianos, bobinas de voz con cable de aluminio revestidas con cobre por dentro y por fuera, conos de papel hidrófobos a prueba de agua, y un perfil de inductancia simétrico.

Disponible ahora en tamaños de 6", 8" y 10", la **Serie MBX** es indicada especialmente para cajas de dos vías.



B&C SPEAKERS spa
via Poggjomoro 1, località Vallina
50012 Bagno a Ripoli (Firenze) - IT
tel. +39 055 65721
fax +39 055 6572312
mail@bcspeakers.com

made in Italy
WWW.BCSPEAKERS.COM

MBX SERIES PLENA EFICIENCIA



El dúo CCOMA y sus equipos

Los dos músicos y productores del sur de Brasil presentan su nuevo álbum y cuentan un poco sobre los instrumentos y equipos que acostumbran usar en sus presentaciones



El dúo electrónico instrumental CCOMA está formado por el trompetista y productor Roberto Scopel y por el percusionista y productor Luciano Balen. La dupla tiene como materia prima la música producida electrónicamente, valiéndose de elementos orgánicos como percusión, trompeta, flugelhorn y acordeón.

Con tres álbumes lanzados, incluyendo uno titulado Peregrino, ganador del 24° Premio de Música Brasileña en 2013, en la categoría Álbum Electrónico, el dúo lanzó en septiembre del año pasado *Subtropical Temperado*, su cuarto disco. *Subtropical Temperado* abre las posibilidades musicales del sur de Brasil y sus fronteras latinas en diez pistas que reflejan el deseo del dúo de Río Grande del Sur por lo tropical. Esa búsqueda incesante por el calor es embalada por su conocido y premiado sonido electrónico, inspirado por los sonidos de la naturaleza.

En el nuevo álbum, Luciano y Roberto incorporan canciones con raíces de diferentes regiones de América del Sur, los sonidos de sintetizadores y timbres que moldearon el final de los años '70 y comienzos de los años '80. *Subtropical Temperado* presenta contornos auténticos a partir de fuertes referencias como Kraftwerk, Jean Michel Jarre, Bjork, Marcos Valle, Azymuth y Donna Summer.

En el disco y en el show participan la cantante Etienne Nadine y el acordeonista y bajista Rafael De Boni. También participan del álbum el DJ y productor radicado en Londres Moisés Matzenbacher y el pianista Ivan Teixeira. El proyecto, que incluye la grabación del disco y shows, fue galardonado con el segundo premio del programa Natura Musical y cuenta con la financiación de Pró-Cultura/RS, ley para el Fomento de la Cultura del Gobierno del Estado de Río Grande del Sur. ■



Luciano Balen (Percusión)

Comenzó a tomar clases de guitarra clásica en 1984, al lado de un salón donde había lecciones de batería. En 1986, después de un viaje al estado de Bahía, de donde regresó con muchos instrumentos de percusión artesanales, montó su primera "batería", cuando tenía 12 años. Desde esa época entendió que la batería podía tener cualquier sonido de percusión. Su primer hi-hat fue una tijera sobre una cacerola de cobre. "Siempre me interesé por la música brasileña y latina, aunque Brasil también es latino. Me interesó la síncopa, el swing, las notas fantasmas. Siempre me he interesado por los bateristas brasileños y los estudié mucho, como Robby Silva, Márcio Bahia, Ivan Mamão... Estudiando a estos artistas surgió naturalmente mi gusto por la música de este continente", dijo.

Un dato interesante que el músico contó es que la música siempre fue una actividad paralela, pero los últimos seis años, después de la finalización del documental *Profissão: Músico*, ésta se convirtió en la única ocupación de su vida.

Hoy con 30 años de batería, un premio de música brasileña, cuatro giras por Brasil y cuatro discos, todos ellos con CCOMA, el músico dijo estar seguro de que tomó la decisión correcta: "¡Nací para ser un músico y utilizar los sonidos de Brasil!".

Actualmente en los shows, Luciano usa cualquier caja, con cualquier bombo. Hi-Hat de Paiste 2002, que

Roberto Scopel (Trompeta)

Su carrera como músico comenzó en 1993 junto con su familia, hermanos y primos. Desde entonces, estudió una gran cantidad de música clásica y lentamente se fue a la música popular, especialmente el jazz. En 2006 descubrió la música electrónica en su entrada a CCOMA. "Creo que todo eso me influencia mucho y se traduce en mi arte. Hoy vivimos una hirviente forma de hacer música. Nunca ha sido más democrático y fácil producir un disco, comprar instrumentos y también difundir el trabajo. Estamos viviendo en una era de arte", comentó.

Como parte del dúo, Roberto usa un teclado MicroKorg XI Plus y una trompeta, pasando por un efecto de guitarra Zoom B21U, controlador MIDI, software Ableton Live, un zurna - instrumento de viento de lengüeta doble de la gran familia de los oboes-, una gaita colombiana y un flugelhorn.



compró usado en 1991. Además de esto, usa un SPD 30 de Roland, con sonidos editados por él, buscando una

referencia en los sonidos electrónicos de finales de los años '70 y principios de los '80, también utiliza un Kaoss PAD KP3 de Korg, en el cual procesa sonidos de voz, percusión y silbatos brasileños.



10 consejos para vender más por Instagram

Quien quiere vender productos y promover su empresa usa constantemente las redes sociales, pero ¿has pensado en Instagram como parte de tu estrategia?



Instagram anunció recientemente que pretende lanzar una nueva sección para ventas. La nueva funcionalidad, que aún está en fase de prueba en Estados Unidos, debe hacer que el mercado de ventas por las redes sociales sea más promisorio, según Ana Tex, especialista en marketing digital y una de las idealizadoras de FashionInsta.

Una investigación hecha en Estados Unidos reveló que 84% de los usuarios de smartphones busca y compara productos por aplicaciones o por la web. De acuerdo con Ana Tex: “El índice de compromiso en Instagram es casi seis veces mayor que en Facebook – 4,1% contra 0,7% de Facebook –, lo que lo

hace un potencial medio de ventas online”. Ana Tex apuesta tanto en Instagram como medio para emprender que creó, junto con Alexandra Moraes, FashionInsta - un curso específico para ventas de moda femenina por la red social, pero que puede ser aplicado en cualquier otro segmento de mercado.

Alexandra Moraes es prueba viva de que invertir en Instagram para vender online puede ser una alternativa con bajo costo y retorno inmediato. Ella comenzó de cero y, ya en el primer mes con una tienda en las redes sociales, facturó cerca de dos mil dólares. Al comienzo, Alexandra desarrolló un método propio para administrar sus ventas, stock y entregas. Después

juntó todo lo que sabía con las técnicas que aprendió con la especialista de marketing digital, Ana Tex. La iniciativa dio tan buenos resultados que Ale Moraes y Ana Tex desarrollaron FashionInsta, un entrenamiento online que enseña todos los pasos para vender por Instagram.

Ahora, con una función de ventas en Instagram, ese segmento debe crecer aún más. Sin embargo, la especialista agrega: “No basta crear una página y anunciar productos. El emprendedor tendrá que adoptar algunas estrategias para conquistar y fidelizar clientes por las redes sociales”. A continuación, Ana Tex da 10 consejos para vender más por Instagram.

1. Perfil en Instagram público

Puede parecer obvio, pero existen muchas marcas que hacen perfiles privados. Eso puede irritar a tu potencial cliente. Para quien tiene como objetivo impulsar un negocio y vender por las redes sociales, tener un perfil público es primordial.

2. Crea contenidos que eduquen, inspiren y entretengan

La estrategia más importante en esta red social es tener un contenido relevante que eduque, entretenga e inspire a los seguidores, porque es eso lo que va a hacer que ellos tengan interés en seguir una cuenta. Para eso, procura hacer una investigación en las redes sociales y en internet sobre qué asuntos tus clientes preguntan más. ¿Qué es lo que más les interesa? Sabiendo qué es lo que las personas preguntan más y sobre qué tema es más fácil crear posts que hablen sobre sus curiosidades. El principal error cometido es querer vender en todos los posts. Las redes sociales fueron hechas para crear una conversación, una relación. Es por eso que 80% de tus posts deben estar compuestos por contenidos que no estén vendiendo, mientras que el otro 20% estará compuesto por ofertas.

3. Crea videos sobre los productos y servicios

Los videos mostrando tus productos o servicios pueden contribuir para acercar al consumidor a tu tienda. Responde sus dudas mostrando detalles, proporciones, terminaciones y ventajas. Recuerda: cuando hablas sobre beneficio del producto en vez de preguntas

técnicas y promociones, eres bien visto en las redes sociales. Ayuda a tus seguidores y no sólo vende. Es así como un producto debe ser expuesto.

4. Usa hashtag

Los hashtags deben ser elegidos de acuerdo con tu nicho y con lo que estás posteando. También usa variaciones de hashtags con y sin acento. Elige 30 hashtags y colócalos en el comentario de tu propio post, da el mismo efecto que los hashtags colocados en la publicación, pero contamina menos el post.

La estrategia más importante en esta red social es tener un contenido relevante que eduque, entretenga e inspire a los seguidores

5. Sé visto

Quien no es visto, no es recordado. Por eso, publica todos los días. Haz una experimento con tres posts a lo largo del día: uno de mañana, uno de tarde y uno de noche y observa los resultados. Si no tienes tiempo para producir tantos contenidos, existen algunos sistemas que agendan posts, facilitando tu trabajo.

6. Da consejos para tus seguidores

Apuesta en consejos relacionados a tu nicho. Las investigaciones hechas para crear contenidos te ayudarán en la creación de esos consejos. Con ellos, pasas a ser una autoridad en el segmento y no sólo un vendedor.

7. Crea competiciones estratégicas

Haz competiciones para capturar el compromiso de tu público objetivo en esta red social.

8. Crea llamadas para acciones

¿Por qué estás marcando presencia en Instagram? Cada post que hagas en Instagram debe ser estratégico e incluir una "Llamada para Acción", esto significa que debes decir a la persona lo que ella debe hacer o dirigirla hacia alguna acción. Si tienes la atención de alguien, necesitas asumir el control de la relación y decir qué es lo que ella tiene que hacer. Envíala a un acceso a tu contenido gratuito o a valiosa información relacionada con tu negocio, donde tendrás la chance de capturar el e-mail y construir una relación con este posible cliente. Ésta es una de las técnicas para transformar a tu seguidor en cliente.

9. Divulga tu Instagram de forma online y offline

Promueve por ahí que tu negocio tiene un perfil en Instagram con contenido relevante. Hazlo en tus otras redes sociales y también de forma offline.

10. Descubre socios estratégicos y formadores de opinión

Investiga sobre socios y formadores de opinión que pueden ayudar con la divulgación de tu negocio en tu segmento. También tienes que estar atento a lo que ellos están haciendo en las redes sociales. Eso puede servir de inspiración. ■

Elation presenta instalaciones recientes en América Latina

La empresa de iluminación continúa destacando su compromiso con la región y muestra tres proyectos que recibieron su toque especial en Guatemala, Puerto Rico y México

Colegio Americano de Guatemala

Ubicado en Ciudad de Guatemala, el Colegio Americano de Guatemala es uno de los más grandes del país. Modelado de acuerdo a las prácticas educativas y metodologías de Estados Unidos, el colegio incluye un teatro con capacidad para 500 personas que recibió una actualización con iluminación LED de Elation Professional.

Este teatro, donde los estudiantes realizan una variedad de obras y musicales, tenía una iluminación y sistema de sonido bastante pobres y sin ningún tipo de luces especializadas para el entretenimiento. Por lo tanto, con la visión de ofrecerles a los estudiantes un ambiente mejor en el cual pudieran desarrollar sus presentaciones, el colegio decidió solicitar a la compañía de audio, video e iluminación Aviitec una solución para su situación.

Para esto, Giovanni Merida, de Aviitec, voló a la oficina central de Elation en Los Angeles para hablar con John Lopez de Elation sobre los detalles de un paquete de iluminación que se ajustara al presupuesto del colegio. El re-



Luminarias en acción en Guatemala



Luz LED blanca en WAPA



Paneles iluminando Mutek México

sultado fue una instalación compuesta por los cabezales móviles LED Platinum Spot III, las luces PAR LED SixPar300 y barras LED full color ACL Curtain.

“Éste es un proyecto emocionante porque tener todo LED en un teatro es único para Guatemala”, dijo Giovanni, quien trabajó con Julio Arenales, también de Aviitec, y John Lopez de Elation en el diseño de iluminación, el cual fue previsualizado por el cliente usando el software de diseño de iluminación distribuido por Elation, Capture Atlas.

El paquete de iluminación instalado consiste de 10 móviles Platinum Spot III para proveer color y gobos en el escenario con algunas unidades adicionales localizadas sobre la audiencia para proyectar sobre el escenario y proscenio, 12 x SixPar 300 también en el escenario con cinco aparatos ubicados sobre la audiencia, y 11 barras ACL Curtain para completar el diseño sobre el telón al fondo del escenario. El montaje fue programado y es operado usando el software de control de iluminación Emulation con un controlador MidiCon.

Estudios WAPA-TV Studios en Puerto Rico

Desde que fueron al aire por primera vez en 1954, la estación de televisión independiente WAPA-TV (Canal 4) en San Juan, Puerto Rico, ha sido un líder en tecnología entre las estaciones de broadcast en la isla. En 2016, WAPA-TV renovó su iluminación para broadcast en tres de sus estudios, instalando sistemas de iluminación LED de la serie TVL de Elation. La instalación de estas luminarias de luz blanca hicieron a WAPA-TV el primer estudio de broadcast en Puerto Rico en realizar transición a la tecnología LED.

WAPA-TV reemplazó todos sus aparatos convencionales con LED en su estudio mayor (llamado Cinema), como también en un estudio separado y otro menor. La empresa de producción portorriqueña Musique Xpress Lights proveyó todos los aparatos LED y trabajó con el diseñador de iluminación de WAPA, Juan Carlos, en el diseño y localización de las luces.

En los tres estudios, paneles LED dinámicos de luz blanca TVL 4000 II son usados como front fill y backlight, con un total de 130 unidades.

Aparatos LED de luz blanca Elation TVL 3000 II son usados en el estudio principal y en el estudio separado para tiro corto o más largo. También usados en la instalación, en el estudio menor como wash de frente y trasero, hay paneles LED de luz blanca TVL 2000 II, cada uno con 450 LEDs de blanco cálido y 450 de blanco frío.

Total de luces en el Estudio Principal: 100 x TVL 4000 II y 20 x TVL 3000 II, en el estudio separado: 20 x TVL 4000 II, 10 x TVL 2000 II y 10 x TVL 3000 II, y en el estudio menor 10 x TVL 4000 II y 6 x TVL 2000 II.



Festival Mutek en México

Mutek es un festival que celebra el potencial de inspiración detrás de la creatividad digital promoviendo al mismo tiempo lo innovador en la música electrónica y las artes digitales. Se originó en Montreal en 2000 y luego se expandió al exterior con una edición mexicana realizada anualmente en Ciudad de México desde 2003.

La 13ª edición de Mutek México se llevó a cabo del 19 al 23 de octubre y fue una de las mayores hasta la fecha con expresión digital creativa distribuida en 10 lugares diferentes por toda Ciudad de México. Actos como Hiroki Umeda,

Richie Hawtin y The Field fueron parte de la música electrónica usando montaje de iluminación Elation consistiendo de 60 paneles móviles LED Elation ACL 360 Matrix, 14 barras LED Elation ACL 360 Bar y 80 matrices LED Elation Cuepix Panel. Serpro Producciones de Monterrey y Power Led de Ciudad de México abastecieron la iluminación Elation para el festival mientras que la dirección técnica para Mutek México estuvo en manos de César Coronado. "Dado que los lugares en los que estaba siendo realizado el evento tenían muchas columnas y no eran muy altas decidimos que sería una buena idea cubrirlas con un aparato que tuviera muchas características en uno pero también que pudiera ser instalado en el piso y cubrir las columnas desde la parte inferior hacia arriba. Nuestra elección fue el Elation Cuepix Panel (usado en Play 1 & 2 y Foto Museo Sala B)", comentó Coronado, quien especificó todos los aparatos de iluminación para el festival de este año.

El director técnico iluminó el escenario de múltiples lados en Play 1 & 2 usando barras LED ACL 360 Bar que ubicó en el piso.

En Foto Museo Sala A – el salón principal de Mutek – Coronado colgó 60 paneles móviles LED ACL 360 Matrix en dos estructuras de andamios.

Coronado destaca la participación del director del festival Damián Romero, quien fue una parte esencial del proceso creativo, como también Alexis Laurence, diseñador de producción de Foto Museo Sala A & B, y Alexandre Péloquin, operador de iluminación de Foto Museo Sala A. ■

MÁS INFORMACIÓN

elationlighting.com

[f ElationProfessional](https://www.facebook.com/ElationProfessional)



Audio-Technica anuncia nueva distribución en Brasil

Encarando el desafiante mercado brasileño, Audio-Technica decide cambiar su estrategia de distribución y anuncia asociación con Pride Music

Audio-Technica ha nombrado a Pride Music, con sede en San Pablo, como su nuevo distribuidor de productos profesionales en Brasil a partir del 1º de enero de 2017. Fundada en 1992, Pride Music se especializa en el suministro y representación de reconocidas marcas de equipos de audio profesional e instrumentos musicales en el mercado brasileño, manteniendo un fuerte compromiso en áreas de servicio, marketing, logística y soporte técnico. El anuncio fue hecho por Philip Cajka, presidente y CEO de Audio-Technica, y significa que A-T sigue enfatizando su expansión en América Latina a través de diversas asociaciones regionales.

“Debido a su estructura de importación y a las condiciones económicas generales, Brasil ha sido un mercado especialmente desafiante para que podamos desarrollarnos plenamente”, dijo Cajka. “Estamos muy contentos de comenzar esta asociación de distribución con Pride Music. Pride



(De izq. a der.): Philip Cajka, Presidente & CEO de Audio-Technica U.S.; Lucio Grossmann, CEO de Pride Music; Alexandre Algranti, Director de Ventas & Marketing en Brasil de Audio-Technica U.S.; Kazuo Matsushita, Presidente de Audio-Technica Corporation; Marcos Brandão, Gerente de Ventas Nacionales de Pride Music; Mary Eisaman, Directora de Ventas & Marketing en América Latina de Audio-Technica U.S.. Foto de Corey Walthall, Clyne Media.

Estamos muy contentos de comenzar esta asociación de distribución con Pride Music

tiene un equipo de ventas fuerte, experimentado y que ha demostrado un gran liderazgo. Juntos, estoy seguro de que podemos aumentar las ventas y construir la marca A-T”.

Lucio Grossmann, CEO de Pride Music, agregó: “Estamos honrados de ser nombrados distribuidores de los productos de Audio-Technica para los segmentos de instrumentos musicales y audio profesional en Brasil. Creemos que con la experiencia de

Pride Music, combinada con la tradición, reputación y tecnología ofrecidas por Audio-Technica, construiremos una exitosa alianza estratégica, brindando un excelente servicio y apoyo a entusiastas, aficionados y usuarios finales en Brasil”. ■

MÁS INFORMACIÓN

pridemusic.com.br
audio-technica.com



Martin & Co.
EST. 1833
#OWNTHEROAD

MADERA SÓLIDA. VALOR SÓLIDO.

GUITARRAS DE MADERA SÓLIDA CON TERMINACIÓN TOTALMENTE
BRILLANTE PARA LLEVAR EN LAS GIRAS



GPCRS

DCRS

#MartinPride

Yamaki, mejor distribuidor de PreSonus para Latinoamérica

Días previos a NAMM Show 2017, Yamaki recibió el premio al Mejor Distribuidor de PreSonus para Latinoamérica en Los Ángeles, Estados Unidos



Oswaldo Rueda, gerente de Yamaki, recibió el galardón de Mejor Distribuidor de PreSonus Para Latinoamérica en el Hotel Sheraton durante la ceremonia que la marca organizó para dar reconocimiento al trabajo de sus distribuidores en todo el mundo.

Este premio representa el trabajo comercial y de desarrollo de mercado realizado por Yamaki para impulsar la marca y posicionarla como una de las mejores de la industria del audio profesional en Colombia.

Yamaki es una empresa colombiana dedicada a la importación, distribución y comercialización de equipos de audio profesional e integración AV, que actualmente es representante de más de 25 marcas reconocidas a nivel mundial.

PreSonus se convirtió en la marca predilecta de interfaces de audio, consolas digitales y monitores de estudio en Colombia gracias a la red de distribuidores de Yamaki, al trabajo y la participación en importantes ferias y eventos locales como InfoComm Tecnomultimedia y la Convención Latinoamericana de AES, así como la realización de entrenamientos y seminarios, liderados por el ingeniero de sonido y desarrollador de mercado de



En la ceremonia de PreSonus

Yamaki, Andrés Ibarra, junto con el director de operaciones de PreSonus para Latinoamérica, Gustavo Lozada.

“Este premio simboliza el trabajo y el esfuerzo de todo un equipo comercial, que, junto con el apoyo de Gustavo Lozada, logró superar los objetivos y cumplir la meta de ventas de 2016, liderando de esta forma el mercado de PreSonus en Latinoamérica”, afirma Andrés Ibarra, desarrollador de mercado de PreSonus para Colombia. “Para 2017, seguiremos brindando apoyo a nuestros distribuidores para continuar impulsando la marca y mantenerla como líder en el mercado de audio”.

Lanzamientos en NAMM

PreSonus anunció durante la feria algunos productos nuevos. Studio 26 es

una interface MIDI/audio 2x4 USB 2.0 que puede grabar audio de hasta 24-bit, 192 kHz. Viene equipada con preamplificadores de estado sólido PreSonus XMAX-L y convertidores high-end, además de software PreSonus Studio One Artist DAW para Mac y Windows, para streaming en vivo, DJs y músicos.

La interface Studio 68 está equipada con cuatro preamplificadores XMAX Clase A, convertidores high-end y monitoreo cue mix y como el modelo anterior viene con software PreSonus Studio One Artist DAW para Mac y Windows, para productores y músicos trabajando en estudios pequeños.

También nueva es la consola StudioLive 16 que cabe en un rack estándar de 19”, presentando 16 canales de entrada analógicos físicos con ocho entradas XLR de micrófono y ocho entradas combo micro/línea, todas asignables digitalmente vía AVB o USB.

Por último encontramos al altoparlante ULT10 de 1.300 W, dos vías y biamplificado para uso en front-of-house, como monitor de escenario o DJ móvil. ■

MÁS INFORMACIÓN

yamaki.com.co
presonus.com



“ Si pudiera pedir un deseo, sería que mis cuerdas de guitarra eléctrica **suenen** y se **sientan** como mis cuerdas **favoritas** pero que **duren** más. ”

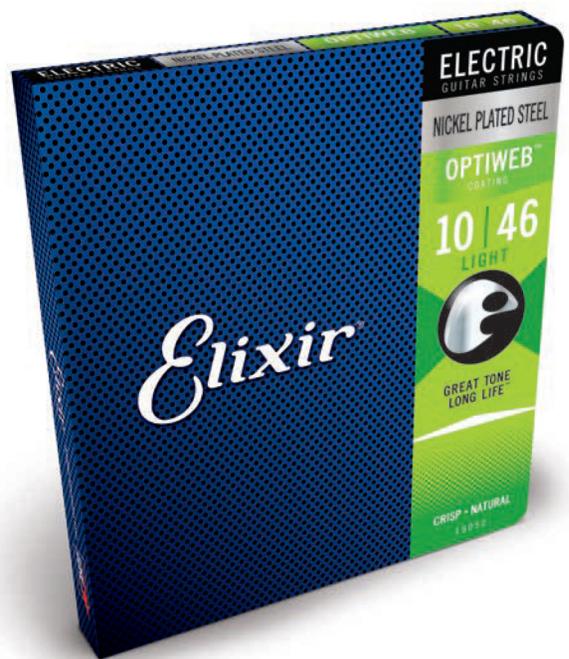
¡DESEO CUMPLIDO!

SE SIENTE COMO UNA CUERDA NATURAL AL TOCAR. DURA COMO CUERDAS ELIXIR.

Las nuevas Cuerdas para Guitarra Eléctrica Elixir® con recubrimiento OPTIWEB™ le dan a los músicos que tocan cuerdas sin recubrimiento todos los beneficios de las cuerdas recubiertas de Elixir sin sacrificar el tono y la sensación que les encanta.*

En extensas investigaciones de campo, los músicos nos han dicho que nuestro Recubrimiento OPTIWEB ofrece una sensación más natural y familiar que los recubrimientos NANOWEB® y POLYWEB®, y suena igual que las cuerdas sin recubrimiento.*

Ahora con la adición de nuestro Recubrimiento OPTIWEB, hay una cuerda recubierta con el tono y la sensación para satisfacer las necesidades de todos los guitarristas eléctricos.



Elixir STRINGS	POLYWEB® COATING	NANOWEB® COATING	OPTIWEB™ COATING
TONO	CÁLIDO	BRILLANTE	NÍTIDO
SENSACIÓN	RÁPIDA Y ATRACTIVA	SUAVE	NATURAL

¡Reabastece tu inventario con tus cuerdas favoritas de Elixir y ahorra en grande con las nuevas cuerdas eléctricas con Recubrimiento OPTIWEB!
¡Consulta a tu distribuidor para más detalles!



*Pruebas de campo de tono eléctrico y sensación de cuerdas Elixir. GORE, Elixir, NANOWEB, POLYWEB, OPTIWEB, great tone-long life, "e" icon and other designs are trademarks of W. L. Gore & Associates. © 1997-2016 W. L. Gore & Associates, Inc.

Situación y soluciones para el mercado español

Con un mercado en lenta recuperación, pero rentabilidad aún complicada, especialista y profesional del sector cuenta más al respecto y da interesantes consejos

La crisis ha sido dura y la descapitalización de las empresas del sector en España ha sido muy severa, dificultando su reestructuración. La revolución digital, la globalización y el estancamiento de las economías europeas está generando mucha incertidumbre.

“Los productos que vendemos, cómo y dónde, la comunicación... Todo está sufriendo un cambio imparable y muy rápido. Pero no es una característica exclusiva de este sector. En todas las actividades económicas hay amenazas y, por supuesto, oportunidades. Sólo es necesario leer cada día los periódicos”, comenzó diciendo Manel Punti, director general de Music Distribución, empresa de distribución de instrumentos musicales y audio con base en Barcelona.

Manel comenzó a trabajar con Gabriel Lara, fundador de la empresa, en el año 1996. Es licenciado en económicas y estudió flauta travesera en el Conservatorio de Música de Barcelona, con atracción también por los teclados y la tecnología. Con el tiempo, su experiencia fue creciendo en ventas, marketing y relaciones con clientes, músicos y productos. A continuación mostramos las palabras de Manel opinando más sobre el mercado español y aportando algunos consejos útiles a tener en cuenta.



Auvisa Drums con las marcas de Music Distribución



Manel Punti, director general de Music Distribución



Stringfield, una de las tiendas que trabaja con la empresa

Venta virtual

Una situación que se está viviendo actualmente en el país se relaciona directamente con la venta virtual y la competencia entre las tiendas pequeñas y los mega retailers que entran al mercado - inclusive desde otros países.

La venta virtual es un posibilidad fantástica para los consumidores. La información de productos y precios disponibles, la entrega inmediata y las posibilidades de devolución eran impensables hace unos años. Pero no todo empieza y acaba con la venta en internet.

La experiencia en tienda es también muy importante, sobre todo para determinados productos. La competencia siempre ha existido. Al final, en el con-

texto donde vivimos, tenemos que definir claramente el servicio que nuestros consumidores van a saber apreciar respecto a nuestra competencia.

Nuestro competidor ya no se encuentra sólo en el mercado local. No tenemos otro remedio que aceptarlo. La existencia de plataformas de distribución es ya un hecho. Tenemos que saber convivir con ellas, y por qué no, intentar aprovechar la ventaja competitiva que podamos tener. De todas maneras, conviene analizar si determinados productos especializados, con un fuerte componente de servicio, vale la pena quemarlos en Internet. Pero esto es trabajo y responsabilidad de los fabricantes.

Consejos para las pequeñas tiendas

Nadie duda de que la proximidad, las relaciones humanas, la experiencia real con el producto y los servicios han tenido y seguirán teniendo un valor imprescindible para las marcas. En esto deberían centrarse las pequeñas tiendas para enfrentar la situación de la venta online, sin olvidar:

a) La especialización en productos, en franjas de calidad, en consumidores determinados es clave. Pero no olvidando que estos consumidores tienen un nivel de exigencia altísimo y esperan mucho de la experiencia que les podamos proporcionar.

- b) El desarrollo del mundo digital nos da múltiples herramientas para ser más productivos, comunicarnos mejor y desarrollar nuevos canales de venta.
- c) Es muy importante fortalecer el trabajo en equipo, colaboraciones, alianzas o fusiones, de tal manera que permita a cada uno desarrollar con más eficacia sus habilidades y posibilidades.

Es muy complicado que los negocios pequeños tengan la capacidad para afrontar los niveles de exigencia de los consumidores, en cuanto a precio, disponibilidad, marketing o de recursos humanos, si no tienen un nivel altísimo de especialización o no cuentan con una relación intensa, colaborativa y muy profesional con sus proveedores.

España hoy

Estamos en un periodo de consolidación de la recuperación, donde la economía crece lentamente y la generación de empleo mejora. Van a haber cambios que permitan resolver los problemas de financiación, tamaño y competitividad en la Europa donde nos relacionamos. Se abre una etapa decisiva en la definición de lo que será en el futuro la red de distribución en España y Europa.

Pero en este momento lo que me preocupa más es la rentabilidad de nuestros negocios. Para poder mantenerlos con las estructuras y servicios adecuados, los márgenes actuales son claramente insuficientes. Lo que está pasando en los últimos años es un completo sin sentido.

Según mi opinión, los fabricantes tienen que clarificar sus estrategias de precios y de distribución para poder lograr que todos los canales de venta puedan coexistir con la rentabilidad necesaria para poder ofrecer lo que a la vez nos exigen. Es un tema que todo el mundo tiene encima de la mesa, y que se está avanzado aunque muy lentamente.

En todos los niveles, cuando la va-

riable más importante es el precio y no hay innovación, todo es mucho más complicado. En este sentido los fabricantes y la distribución tendrían que concentrarse en lo que mejor saben hacer y proporcionar productos o servicios nuevos, únicos e innovadores y que permitan entrar en otra dimensión de crecimiento con mejores márgenes.

Tenemos que volver a encontrar aquella idea, potente y atractiva, que haga de nuestro negocio algo especial y fácilmente reconocible

Una mejor gestión de la gestión de los stocks y de las expectativas de ventas. En mercados maduros con demanda débil, como el nuestro, un exceso de oferta sólo hace que empeorar esta situación.

¿Alguna solución?

¡Comprar instrumentos, tanto online como en tienda, siempre será posible! Lo que no sé, si seré yo o el otro que viene de otro sitio. Lo que sí es claro es que si no aportas nada, no vas a sobrevivir. Tenemos que volver a encontrar aquella idea, potente y atractiva, que haga de nuestro negocio algo especial y fácilmente reconocible. ¡Olvédmonos de llegar a todos! ¡No podemos ser los mejores en todo!

Creo que una de las claves será la potenciación y desarrollo de la experiencia de nuestros clientes en nuestras tiendas o plataformas. Basado en:

- a) Información personalizada, adecuada a sus intereses y necesidades.
- b) Consistencia en la experiencia del cliente en todos los canales (web, móviles, plataformas de atención al cliente, etc.). Importancia determi-

nante de las plataformas móviles.

- c) Cómo conseguir que los clientes nos sigan, tengan interés a través de todos los canales.

Pero quizá el mejor consejo para las tiendas es que visiten otras tiendas que sí funcionan, ¡que salgan de su mundo! Va a ser una fuente de inspiración para todas ellas. Y en España las hay, y en toda Europa, tiendas fantásticas, con gente fantástica y capaz, con problemas pero con ganas e iniciativa suficiente para afrontar el futuro con un proyecto claro.

La educación musical

Otro punto que hay que tener en cuenta y sin duda fomentar para promover también la venta de instrumentos y audio es la educación musical. En España, el cambio que hubo en la educación musical es brutal. Nunca hubo tantos músicos y escuelas en España. La música, según mi opinión, da a las personas una riqueza humana y de relación impresionante. Hay que reconocer que especialmente en los países latinos aún nos queda muchísimo camino por recorrer.

La música es un mundo muy especial, con muchos matices y emociones. Esto hace de nuestro sector algo único; es un nicho de mercado que no interesa a las grandes corporaciones. Un espacio donde muchos amantes de la música podemos trabajar en aquello que es nuestra pasión. Donde las relaciones humanas siguen siendo mucho más importantes que en otros sectores. Donde siempre va a existir la satisfacción de probar un nuevo instrumento. Donde la educación ha sido y seguirá siendo un elemento importantísimo. ¡Y donde los clientes siempre pueden volver! Se vienen tiempos de reflexión y toma de decisiones. ■

MÁS INFORMACIÓN
musicdistribution.com



Allen & Heath busca reposicionamiento en la región

La empresa conocida por sus mixers ha estado aumentando sus acciones para posicionarse y crecer en América Latina durante los tres últimos años

Si bien la marca es conocida en América Latina, Allen & Heath decidió ponerse en acción y mejorar su posición y acciones en este territorio. El primer paso fue la contratación de Berenice Gutierrez como gerente de ventas y Eduardo Quintero, como gerente regional técnico y de marketing, ambos enfocados exclusivamente en la región. “Está siendo una extraordinaria aventura”, dijo Eduardo. “El mercado de Latinoamérica es especial y es una gran oportunidad para mí el poder enfrentarla día a día”.



Berenice Gutierrez (gerente de ventas) y Eduardo Quintero

El siguiente paso

Eduardo cuenta que cuando comenzó a trabajar para A&H encontró al mercado local en un proceso de transición

y cambios en las tecnologías ocupadas por la empresa. También con un gran crecimiento del mercado en el ámbito de las consolas digitales.

Al preguntarle si era un territorio que la empresa tal vez había descuidado un poco, respondió: “Se tenía

un proceso para cubrir el mercado latino el cual ha sido mejorado y estructurado a través de las personas que participamos en este esfuerzo, como Berenice y yo”.

¿Qué vendrá ahora? Entre los planes se encuentra incrementar la atención de su cadena de distribuidores, ser más activos en cada uno de los países y proporcionar un mejor servicio a todos los clientes finales. También se realizará mayor difusión de las actividades, tours, capacitaciones y exposiciones que la empresa realiza en todo el territorio. Esto se hará principalmente a través de las redes sociales y la comunidad creada especialmente para Latinoamérica con un grupo en Facebook.



La nueva serie dLive C Class

Países en destaque

En general, el posicionamiento actual de la marca es muy bueno ya que cada país tiene fortalezas diferentes de acuerdo a sus mercados y debido a que Allen & Heath tiene una gran variedad de productos que va desde mixers análogas, digitales y de DJ. Sin embargo, hay países como Argentina (con el distribuidor ARS Technologies), Chile (Audiomúsica) y México (Representaciones de Audio) que son referentes en la región.

En realidad, la planificación para 2017 se basa en trabajar con la misma intensidad en todos los países debido a que la competencia ha crecido y el interés de A&H es que la marca vaya creciendo en todos los mercados.

“2016 ha sido un año increíble, ya que tuvimos la fortuna de contar con una nueva serie dLive, la cual ha llegado a cubrir muchos mercados con una calidad impresionante y prestaciones de gran formato”, detalló Eduardo, destacando que, por ejemplo “Brasil es una gran territorio y una gran oportunidad de negocio, el cual con gran esfuerzo y constancia lograremos crecer en el siguiente año. Allí es importante trabajar intensamente con nuestro distribuidor y proveer los productos adecuados para los mercados tan diversos que tiene este país”.

Más acciones

Como parte de su estrategia, la empresa ha creado una gran cadena de soporte técnico para dar valor agregado, “ya que estamos en constante contacto con el área de soporte de cada país y eso nos permite tener una mayor calidad y mejores tiempos de respuesta para nuestros clientes finales”.

Además, incrementarán la partici-

pación en el mercado mediante productos con nueva tecnología, mejorando la atención y calidad de servicio al cliente.



Mixers A&H en el stand del distribuidor American Music & Sound (NAMM 2017)

Dos nuevos en NAMM

En la feria americana, A&H presentó los mixers digitales dLive C Class, una nueva línea compacta de superficies y MixRacks para llevar esta plataforma a más eventos en vivo, AV e instalaciones.

Hay tres nuevos MixRacks en la serie (CDM32, CDM48 y CDM64), más tres superficies de control nuevas (la C1500 de 19" para montaje en rack, la C2500 y la C3500 de dos pantallas). Cada superficie y rack posee puerto de entrada y salida de 128 canales, soportado por una serie de tarjetas de red, incluyendo Dante, Waves, MADI, fibra óptica y más. dLive C Class también es compatible con hardware S Class y el sistema de mezcla personal ME, con el soporte de un ecosistema completo de aplicaciones, Director software, y accesorios.

Otro nuevo dedicado al mercado de DJs es el Xone:PX5, un mixer de 4+1 canales equipado con filtro Xone, ecualizador de tres bandas en todos los canales y diseño intuitivo.

Otras características son: alma analógica, calidez de sonido característico de Xone, motor de efectos FX de Xone, librería Xcite FX de Xone, operación instantánea e intuitiva, tarjeta de sonido de 20 canales de 24 bits a 96 kHz USB2, clase analógica con conectividad digital, y es integrable a todas las configuraciones y performance del DJ.



Lanzamiento Xone:PX5 para DJs

“Sabemos que será un año en el cual habrá factores económicos y sociales que pueden afectar a cualquiera, sin embargo confiamos que el que estemos atentos de nuestros clientes siempre será una fortaleza que nos puede mantener constantes y en crecimiento”, dijo Quintero con entusiasmo. ■

MÁS INFORMACIÓN

allen-heath.com

[AllenHeathOfficial](https://www.facebook.com/AllenHeathOfficial)



Tycoon presenta nuevo logo mostrando evolución de marca

El fabricante de percusión Tycoon actualizó su imagen corporativa y lanzó un nuevo logo, mostrando el look moderno de la empresa

También presenta un nuevo símbolo de marca que personifica los principios sobre los cuales la empresa fue fundada. El nuevo logo de Tycoon representa la identidad actual de la compañía como también su misión de ofrecer continuamente los mejores productos posibles de percusión de mano en el mercado.

Durante casi 35 años, Tycoon ha diseñado y fabricado productos de percusión de mano líderes en la industria usados por músicos de todo el mundo. Como la única empresa de percusión de mano en ser propietaria absoluta de sus propias instalaciones de fabricación, localizadas en Samutprakarn, Tailan-

dia, Tycoon es conocida por llevar a los instrumentos hacia un nivel más para lograr calidad sonora y combina una filosofía de fabricación verde con un impulso constante en la innovación.

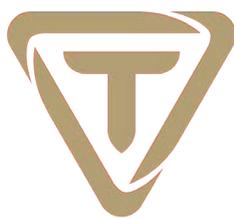
“La evolución de nuestra marca

muestra que Tycoon es una empresa comprobada pero progresiva en una industria musical conectada y en constante cambio”, dijo Quincy Yu, Vicepresidente Senior de Tycoon. “Con el paso de los años, nuestros productos han llegado a personas de todos los rincones del mundo y las conexiones forjadas entre las personas a través de la música es lo que nos motiva para continuar hacia adelante. La

reinención de nuestro logo simboliza los principios de fundación de nuestra compañía: Familia, Innovación y Calidad, mientras al mismo tiempo presenta una afirmación sutil de los valores de fabricación verde y ser responsable por el medio ambiente que se encuentra en el frente de nuestra filosofía de producción”.

Si bien la empresa ha lanzado un nuevo logo y símbolo de marca, Tycoon ha mantenido su slogan original “Made with Heart. Played with Heart” lo cual simboliza el espíritu de la compañía con sus raíces como fabricante llevando instrumentos al usuario final.

En NAMM, la empresa lanzó varios productos nuevos que iremos mostrando tanto en las próximas ediciones como en nuestro sitio web. ■



TYCOON®
Made with heart. Played with heart.



“La evolución de nuestra marca muestra que Tycoon es una empresa comprobada pero progresiva en una industria musical conectada y en constante cambio”

MÁS INFORMACIÓN
tycoonpercussion.com
f TycoonPercEspañol




Pause!

...because you deserve a CafeKit.



Odery[®]
love every beat.

**Precio sugerido al consumidor (EEUU)
USD 349,00 (kit completo con herrajes)**



Sea nuestro distribuidor y tenga las mejores posibilidades de lucro

Contacto: +55 19 9 9184-4724 / mau@odery.com.br / skype: Mauodery

www.odery.com

Las cuatro décadas de los pedales Boss



Boss celebra su 40º aniversario en la fabricación de pedales con el lanzamiento del DS-1-4A Distortion Pedal de edición limitada

Boss introdujo el DS-1-4A Distortion, una edición limitada que conmemora el 40º aniversario de los pedales compactos de la marca. Esta versión especial del pedal DS-1 Distortion, que ha estado en el mercado por mucho tiempo, presenta una imagen visual negra y dorada y el tono clásico que ha sido elegido por guitarristas de todas partes durante casi cuatro décadas. El DS-1-4A es el primer lanzamiento del año de aniversario, que será celebrado con muchas otras actividades a lo largo de 2017.

En 1977, Boss introdujo los modelos OD-1 Overdrive, PH-1 Phaser y SP-1 Spectrum, los primeros pedales en la serie compacta. A través de los últimos 40 años, la línea icónica ha sido adoptada por diversas generaciones de músicos, con más de 110 modelos de pedales producidos hasta la fecha y más de 15 millones de unidades vendidas. Los pedales de la marca son usados todos los días por

todo tipo de niveles de artistas, desde famosos profesionales en gira hasta músicos que tocan en sus hogares. Hoy, Boss produce más de 50 modelos de la serie compacta que cubren las necesidades de efectos de guitarristas, bajis-

Más de 110 modelos de pedales producidos hasta la fecha y más de 15 millones de unidades vendidas

tas y otros músicos en todo el mundo.

Los pedales Boss, con su sonido, durabilidad y diseño, siguen estando activos desde hace cuatro décadas, adaptándose a la evolución constante de la tecnología usada en su interior, desde circuitos analógicos de la “vieja escuela” hasta DSP de alta tecnología.

El pedal de aniversario

El DS-1 Distortion fue introducido al mercado en 1978 como parte de la segunda ola de lanzamientos de pedales compactos. Su ataque definido y sustain suave fueron un éxito entre los guitarristas, llegando a ser parte del sonido característico de numerosas leyendas del rock. Este pedal naranja tuvo tal popularidad duradera que se encuentra en el catálogo de la empresa hasta hoy, vendiendo más que cualquier otro pedal Boss hasta la fecha. La edición limitada DS-1-4A presenta un cuerpo negro con letras doradas, perillas doradas y tornillo de ajuste manual plateado vintage para el compartimiento de la batería. El pedal viene en una caja especial con el logo del 40º aniversario de Boss y estará disponible solamente en 2017. ■

MÁS INFORMACIÓN
www.Boss.info



La Nueva Serie de **dB**Technologies 2016

OPERA

THE NEW ORIGINAL

EXCLUSIVO

600W RMS
LO MAS
POTENTE
1200W PICO

FILTROS FIR
PARA UNA
REPRODUCCIÓN
DE SONIDO
CLARA Y DETALLADA

2 CANALES
INPUT
MIC-LINE/MIC-INSTR



OPERA 10

10", 1" Active Speaker
600W RMS/1200W Pico
128 dB max SPL
12.3 Kg

OPERA 12

12", 1" Active Speaker
600W RMS/1200W Pico
129 dB max SPL
14.3 Kg

OPERA 15

15", 1" Active Speaker
600W RMS/1200W Pico
130 dB max SPL
18.3 Kg

dBTechnologies

Ashdown cumple 20 años

Encontrados en muchos escenarios del mundo desde 1997, los productos de Ashdown han sido dedicados a proveer herramientas adecuadas para los bajistas y su fama aún continúa



Mark Gooday, fundador y managing director de Ashdown

La historia de Ashdown comenzó en 1997, pero ésta no fue una nueva aventura para el fundador de la empresa Mark Gooday, pues él ya conocía el mercado habiendo sido managing director de los gigantes de la industria Trace Elliot — empresa del Reino Unido que produce amplificadores para bajo — durante 12 años anteriores a la formación de Ashdown.

El ojo natural de Mark para el diseño y la atención a los detalles en término de tono para bajos ha ayudado a establecer a Ashdown como una de las marcas de amplificadores para bajos más conocidas del mercado. Con el paso de los años, la marca ganó la confianza de grandes nombres como John Entwistle, Adam Clayton, Paul McCartney y Geezer Butler, por nombrar algunos.

2017 está marcando el 20º aniversario desde el lanzamiento de la empresa, pero construir una marca respetada

Ashdown continúa siendo una pequeña empresa familiar formada principalmente por parientes y algunos amigos cercanos

mundialmente no se logra sin trabajo arduo, pasión y determinación. Después de dos décadas Mark Gooday y su equipo continúan esforzándose en aprender, evolucionar y llevar el nombre Ashdown a la siguiente etapa.

Pasando los límites, Mark y Ashdown han entrado al mundo de nuevas tecnologías y un nuevo mercado con el lanzamiento de Meters Music. Los auriculares Meters Headphones usan el VUmetro característico de Ashdown como visión detrás de la marca y ofrecen, según palabras de la empresa, calidad sonora que se compara con algunos de los más conocidos nombres en el mercado de auriculares.

Las raíces

Si bien la marca es muy conocida actualmente, Mark nunca se olvida de los orígenes de Ashdown. Adoptando el nombre de la familia de su esposa, Ashdown continúa siendo una pequeña empresa familiar formada principalmente por parientes y algunos amigos cercanos.

Los amplificadores Ashdown son diseñados y producidos en un pequeño centro de operaciones localizado en el pueblo de Heybridge, Essex, Reino Unido, con la ayuda de su red de distribuidores mundiales. El equipo de Ashdown incluye a su hijo y a su yerno, Dan y Lee, como también al ingeniero electrónico y gurú de la amplificación valvular, Dave Green. Así, Ashdown mira hacia el futuro esperando continuar con su servicio a la industria por otros 20 años y más.

Productos de aniversario

Para celebrar los 20 años, Ashdown ha producido una combinación muy espe-



cial de cabezal y caja Limited Edition ABM EVO-IV de edición limitada. Los 20th Anniversary ABM-600 EVO-IV y ABM 410T EVO-IV hechos en el Reino Unido se basan en la quinta y más reciente evolución de la línea ABM líder de Ashdown y presentan una cubierta de Tolex lujosa.

También nuevos y en edición limitada de aniversario encontramos a los Limited Edition CTM-30-Tweed Valve Head (cabezal valvular) y 112T-250-Tweed Cabinet (caja). Aquí también cada amplificador es cableado a mano en los talleres del Reino Unido. Los CTM de aniversario vienen envueltos en una atractiva cobertura Vintage Tweed. Disponibles en cantidades limitadas, los modelos del 20º aniversario estarán disponibles hasta finales de 2017 y cada unidad producida vendrá testeada con una etiqueta firmada a mano por el propio fundador y managing director de Ashdown, Mark Gooday. ■



Cabezal y caja ABM EVO-IV de edición limitada



MÁS INFORMACIÓN
ashdownmusic.com
f AshdownBassAmps



MBC-1 MATTHEW BELLAMY SIGNATURE GUITAR



Para más información consulte a su distribuidor Cort de Latinoamérica

- Argentina, Chile, Uruguay	FAMA MUSIC S.A.	www.famamusic.com.br	+54 11 4288-3650
- Brazil	EQUIPO / WALDMAN	www.equipo.com.br	+55 11 2199-2999
- Guatemala	MUSICPRO	www.musicpro.com.gt	+502 2385-0111
- Mexico	CASA VEERKAMP, S.A. DE C.V.	www.casa-veerkamp.com	+52 55 5668-0480
- Peru	MUSIC 4U E.I.R.L.	www.music4uperu.com	+511 482-9002
- Colombia	ORTIZO S.A.	www.musicalesortizo.com	+571 540-0424
- Spain, Portugal	LETUSA	www.letusa.es	+34 914 862 800
- Ecuador	CASA MUSICAL VELASCO	www.velasco.com.ec	+593 4 2-307750



Servicios para eventos de la mano de Fluge

Esta compañía de renta de España inaugura una nueva sección en nuestra revista para conocer la actualidad y tendencias encontradas en el mercado de arrendamiento



Escenario listo para show en vivo.

Fluge surgió en 1990 ante la necesidad creciente de sonorizar conciertos multitudinarios. Por aquel entonces, apenas había equipamiento de este tipo en España y, según iban surgiendo necesidades, se importaban equipos, sobre todo del Reino Unido. Un concierto de Rey Lui en el Parque de Atracciones de Madrid fue el trabajo con el que Fluge comenzó su andadura.

La empresa fue fundada por Luis Berlanga, actual propietario, y Francisco Javier Isabel Bermejo. Hoy, cuenta con aproximadamente 150 empleados y realiza trabajos en toda Europa, así como en Centroamérica, Asia y Oriente Medio, pues cuenta con varias sedes en España (Madrid, Barcelona, Levante, Euskadi, Ibiza, Zaragoza y Galicia) y en el extranjero, en Shanghai, Panamá y Doha.

Los servicios

Fluge abarca un amplio rango de actividades, en su mayoría relacionadas con el sector cultural, de entretenimiento y eventos, a través de diferentes departamentos dentro del grupo. La actividad principal desarrollada por Fluge Audiovisuales es proporcionar equipamiento técnico audiovisual para eventos, giras, musicales, festivales y todo tipo de montajes efímeros. Por su parte, Fluge Proyectos Audiovisuales acomete instalaciones de ingeniería audiovisual de forma permanente en auditorios, aeropuertos, museos, estadios, etc.

En otro sentido, a través de Opera Sites, empresa perteneciente al grupo Fluge, se llevan a cabo labores de asesoramiento, gestión y explotación de recintos. Como promotora de festiva-

les y conciertos, Fluge Entertainment y Disorder desarrollan su actividad desde el año 2014.

Por último, mediante Trade Formación se lleva a cabo la capacitación técnica necesaria para trabajar en este sector cada vez más complejo y profesionalizado.

Para todo esto, la empresa trabaja con todas las marcas del sector audiovisual. Tanto en el ámbito del sonido, la iluminación, el video o la ingeniería escénica, el objetivo es encontrar siempre la solución óptima y para ello es imprescindible una constante investigación del mercado y una estrecha relación con todos los fabricantes.

“Trabajamos en cualquier tipo de evento que requiera de equipamiento audiovisual. En este sentido, Fluge cuen-

ta con departamentos específicos para cada tipo de producción”, dijo Enrique Jiménez, responsable de diseño y comunicación. “Esto cobra especial relevancia cuando trabajamos para eventos corporativos, congresos, etc. cuya producción es muy diferente a la de una gira o un festival de música”.

Equipos de acá y de allá

A la hora de seleccionar los equipos a usar, muchos son los factores que influyen en la decisión de la empresa. En ocasiones, son peticiones expresas de los artistas, aunque a veces también notan una necesidad del mercado y buscan los equipos necesarios para cubrirla. También se da el caso de que, ante una necesidad concreta, no existe ninguna solución técnica en el mercado y allí entra en acción el equipo de ingeniería de la empresa que, en estrecho contacto con las marcas, desarrolla el equipamiento con las características específicas que exige la producción.

¿Y la relación con los fabricantes de equipos en España? “Pues tenemos la suerte de tener grandes fabricantes de equipos españoles y nosotros siempre estamos atentos a sus novedades y a apoyarles en todo lo posible”, señaló Jiménez.

Tendencias técnicas

Al preguntarle sobre posibles tendencias en los requerimientos técnicos o pedido de equipos en los eventos que hacen, Enrique comentó: “Es difícil establecer una tendencia común, ya que cada tipo de producción y cada elemento audiovisual generan necesidades diferentes. Quizás haya una



Puesta en escena en Los Miserables



Luces, sonido, video y estructuras, ¡todo en Fluge!



Montaje en el Mobile World Congress



Sistema de PA preparado para la acción

En los últimos años ha surgido con fuerza el mundo de los festivales de música y es un mercado por el que apostamos

tendencia que podría englobar a todos y es la eficiencia, tanto desde un punto de vista energético como económico. Aprovechar al máximo los recursos disponibles es, sin duda, el gran reto que desde Fluge afrontamos por dos caminos: a través de equipamiento de última generación por un lado y de personal de alta cualificación, capacitado para optimizar al máximo cada producción, por otro”.

Situación del mercado

Claramente, este segmento del mercado ha sido impactado con la crisis de los últimos años, trayendo consigo cambios en diversos sentidos. “Como toda situación de cambio, tiene cosas buenas y cosas malas. Por el lado posi-

vo, quizás la crisis haya servido para profesionalizar aún más el sector y reforzar a las empresas que trabajan bien. También se ha impulsado, más por necesidad que por otra cosa, la eficiencia que comentaba antes. El lado negativo de la crisis ya lo conocemos todos”, destacó Enrique.

A pesar de esto, contó que la realidad que están percibiendo se muestra de diferentes maneras según el sector del que se hable. Si se piensa en el de eventos corporativos, tras un periodo convulso parece que se empieza a estabilizar de nuevo e inicia un paulatino crecimiento. En el sector del entretenimiento, el asunto es más complicado, ya que el desmesurado IVA cultural está lastrando de forma salvaje la salida de la crisis en este ámbito.

Así y todo, “Esperamos que poco a poco todo vaya creciendo y afianzándose. En los últimos años ha surgido con fuerza el mundo de los festivales de música y es un mercado por el que apostamos”, concluyó. ■

MÁS INFORMACIÓN

www.fluge.es

[f](#) FlugeAV



La Virgen del Panecillo iluminada por DTS en Ecuador

Aparatos de la empresa de iluminación italiana fueron usados por diseñadores de Salotec para resaltar a esta estatua sobre la colina El Panecillo

La estatua de la Virgen del Panecillo, también conocida como Virgen de Quito por el nombre de la escultura en la que está inspirada, se encuentra en la cima de la colina El Panecillo, una elevación natural de 3000 metros sobre el nivel del mar, en las afueras de la ciudad de Quito y representa a la ciudad desde el siglo XVIII.

En octubre pasado la municipalidad, según MTE (Empresa Mantenimiento Técnico Especializado) y el departamento de electricidad de la ciudad, requirió un proyecto de iluminación dedicado.

Mónica Velasco y Miguel Salomón, diseñadores de iluminación de Salotec Luminoplastia, respondieron con un fascinante diseño de iluminación. Miguel contó: “La estatua de la virgen es un monumento austero e imponente pero el pedido era tener un diseño de iluminación dinámico. La Municipalidad de Quito encargó el proyecto sabiendo que las dimensiones de la instalación requerían un estudio cuidadoso e indudablemente los proyectores debían estar localizados a una distancia de 50 a 60 metros de la superficie a ser iluminada. Por eso elegimos usar los Delta 12 FC, estos aparatos podían proveer toda la potencia que necesitábamos, gracias a sus 48 LEDs Ostar RGBW”.

“Elegimos usar óptica narrow y el resultado fue excelente”, continuó diciendo. “Los Delta de DTS satisficieron ampliamente nuestras necesidades en términos de confiabilidad, robustez, eficiencia y luminosidad”.

El proyecto se basa en luz neutra



Iluminación DTS destaca a la Virgen del Panecillo



(blanca) pero más colores pueden ser agregados en cualquier momento, de modo que la Municipalidad pueda adaptar la instalación para cada evento. Por ejemplo, el 1º de enero durante la noche, la Virgen del Panecillo fue iluminada en color verde en honor a las víctimas del equipo de fútbol brasileño Chapecoense luego del trágico accidente aéreo sucedido el 28 de noviembre. También, del 3 al 7 de diciembre, la estatua fue coloreada con rojo, azul y blanco en homenaje a los Días de la Fundación de Quito y hacia final de año contó con verde, rojo y blanco para la celebración de la Navidad.

La estatua fue construida en honor a la Virgen María por un grupo de artistas de la Escuela Quiteña y mide 30 metros de altura (más 11 contando la base)

siendo una de las más altas del mundo y sin duda el emblema de la ciudad de Quito. “La Virgen es uno de los principales destinos turísticos y, por lo tanto, era importante iluminarla con un sistema de luces moderno y de bajo consumo de energía para poder destacarla aún más como ícono turístico durante la noche, y lo logramos”, resaltó Miguel. “Estamos realmente orgullosos de este proyecto, pero si tuviera que elegir el detalle que más me fascinó es el efecto que logramos sobre las nubes: la corona de estrellas y el rostro de la Virgen proyectan su sombra en el cielo”. ■

MÁS INFORMACIÓN

www.dts-lighting.it

[f DTS.Lighting](https://www.facebook.com/DTS.Lighting)



a new aurora
of lighting.



SERIE AURO® IMAGINACIÓN SIN LÍMITES.

La serie **Auro®** de Cameo ofrece un conjunto de **funciones excepcionales** que permiten crear diseños de iluminación profesional con resultados espectaculares. Entre las características de la serie **Auro®** destacan la **compatibilidad con RDM**, la **resolución de 16 bits** y unos **motores de 3 fases ultrarrápidos** y de gran precisión. Con sus **LED ultrabrillantes** y de larga duración que generan colores vivos e intensos, su **función de corrección automática de la posición** y su **pantalla alimentada por batería** para realizar ajustes sin conexión a la red eléctrica, ¡los focos **Auro®** ofrecen todo un espectáculo!



DESIGNED & ENGINEERED IN GERMANY

www.cameolight.com

Cameo® is a brand of Adam Hall Group.



www.facebook.com/cameolightandsound
www.youtube.com/cameolightandsound
blog.adamhall.com

 **cameo®**
colours of light

DW Drums festeja con madera especial

La empresa de baterías y accesorios está celebrando sus 45 años en la industria, con el debut de un set hecho a mano con la misma madera de los violines Stradivari

La historia comenzó en 1972 cuando Don Lombardi, fundador y presidente, abrió a los 26 años un estudio de enseñanza en Santa Mónica, California, al que llamó Drum Workshop, ofreciendo clases privadas y talleres mensuales. Hasta él llegó John Good, con 17 años, hoy vicepresidente ejecutivo de DW, para tomar clases luego de ver un anuncio en las Páginas Amarillas.

Pero Don se dio cuenta que los gastos estructurales eran más que las ganancias y decidió llamar inversores y profesores adicionales, además

de comenzar a vender baquetas, libros y baterías para ayudar con el diseño. Así contrató a John como gerente de ventas de medio tiempo y comenzaron a hablar sobre diferentes modos de mejorar los productos de este segmento, llegando al primer lanzamiento de la empresa: un asiento de altura ajustable, vendiendo docenas



Don Lombardi, fundador y presidente

en un solo mes, para lo cual John renunció a su otro trabajo y pasó a trabajar tiempo completo con Don.

Luego llegó una orden de 100 asientos de la empresa Camco Drum Co., pero DW no tenía cómo fabricar tantos. El propietario de Camco Drum Co., Tom Beckman, se reunió con Don en 1977 y le ofreció venderle la maquinaria, matrices y moldes de la empresa para hacer baterías y hardware, y fue así como expandieron su producción y pasaron de enseñar y vender a fabricar.

Hoy, la empresa es dirigida por Chris Lombardi, hijo de Don, y continúa con su sede en California y fabrica y distribuye baterías, pedales, hardware y accessories. La organización también incluye a otras marcas como Gretsch Drums, Latin Percussion (LP) y Ovation Guitars.



Sonido afinado como violines

Celebrando un nuevo aniversario este año, Drum Workshop anunció el debut de su batería Collector's Series 45th Anniversary de edición limitada, siendo el primer fabricante de baterías en la historia en obtener permiso para usar píceas de Noruega del famoso Bosque Paneveggio en el norte de Italia para fabricar baterías. "El Bosco Che Suona" ("El bosque que suena") es un área localizada en el valle Fiemme, cerca de la montaña Dolomite, descubierto en el siglo XVII por el luthier y fabricante de violines Antonio Stradivari y es famoso por tener la "madera acústica" más buscada del mundo.

Creada en los talleres de Oxnard, California, cada set presenta cascós con píceas de Noruega con una capa externa de sicómoro europeo con terminación de laca especial Natural-to-Candy Black Burst. Además, cada batería tiene una banda con incrustaciones presentando el logo de DW y el número romano "45" tallado con maderas exóticas ensambladas a mano y cortadas con láser. La can-



John Good, vicepresidente ejecutivo

tividad limitada de 145 sets también dispone de un logo especial por el aniversario y viene con hardware de níquel plateado, True-Hoops, True-Pitch 50 Tuning, S.T.M (Suspension Tom Mounts), M.A.G. Throw-Off System, parches DW de Remo U.S.A y otros. El set preconfigurado de seis piezas incluye toms de 8x10", 9x12",

12x14" y 14x16", un bombo de 18x22" y snare drum de 6,5x14", con certificado firmado de autenticidad para los coleccionistas. ■

MÁS INFORMACIÓN

www.dwdrums.com

[f](#) DWDrums



SABEMOS ALGUNAS COSAS SOBRE INNOVACIÓN

Mira hacia dónde nos dirigimos en tycoonpercussion.com

An advertisement for Tycoon Percussion featuring a collection of various percussion instruments. The instruments are arranged in the center, including different styles of cajons, acrylic timbales, and udukere. The background is dark with a red tint, and there are images of people playing the instruments. Text labels identify the products: PRACTICE CAJON, TRIPLE PLAY CAJON, 30TH ANNIVERSARY SERIES, ACRYLIC TIMBALES, CRATE CAJON, UDUKERE, and CHOCALHO. The Tycoon logo is in the bottom left, and social media icons and the website URL are in the bottom right.

MADE WITH HEART

TRIPLE PLAY CAJON

30TH ANNIVERSARY SERIES

ACRYLIC TIMBALES

PLAYED WITH HEART

PRACTICE CAJON

CRATE CAJON

UDUKERE

CHOCALHO

TYCOON



WWW.TYCOONPERCUSSION.COM

NAMM Show 2017: un show a parte

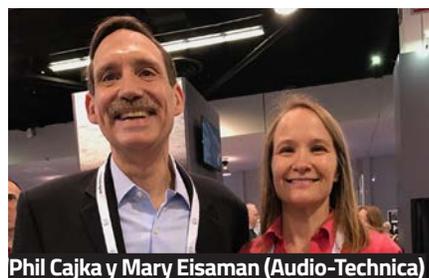
La feria muestra vigor y se posiciona como la principal muestra de instrumentos musicales del planeta



Lanzamientos de Sabian



Maurício (Odery Drums)



Phil Cajka y Mary Eisaman (Audio-Technica)



Stand dBTechnologies



Emmanuel Tonnelier (Vandoren)



Priscila, Chris Adams y Luiz Fernando

Realizada entre los días 19 a 22 de enero, en el centro de convenciones de la ciudad de Anaheim, a 50 minutos de Los Angeles, en Estados Unidos, NAMM Show 2017 marca la largada e impone el ánimo del mercado de la música en el planeta.

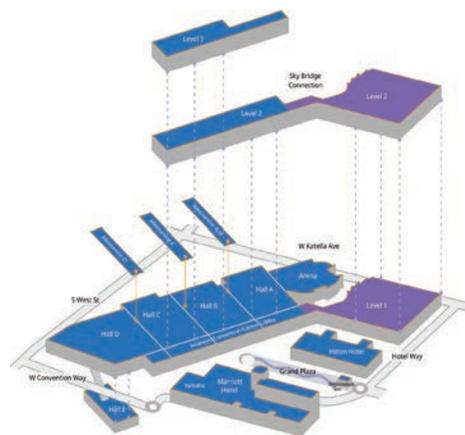
En esta feria, marcas de todos los países se encuentran con compradores y artistas para una gran comunión entre el mercado, las ventas y el conocimiento. Más que el acto mercantil, NAMM Show promueve el sector en diferentes aspectos, tanto por los seminarios que se realizan como, obviamente, por el ambiente y atmósfera propicia al networking.

Si hace pocos años atrás las empresas se dividían para lanzar parte de sus productos en NAMM y parte en

Musikmesse, en Frankfurt, Alemania, mayoritariamente ahora NAMM Show se volvió el escenario principal de la industria para lanzamiento de productos. Además de ser una plataforma para reuniones con distribuidores de las marcas más importantes del planeta.

Plano de la Feria

En el Hall E, en el piso inferior, se encuentran las empresas menores, pero no por eso menos carismáticas o innovadoras, por el contrario. El primer piso de la feria es un lugar donde se ve gran innovación y creatividad. Curiosamente, un lugar donde ingenieros de algunas grandes marcas van a buscar 'inspiración'. En el Level 1, piso al nivel normal, renombradas marcas disputan la atención del público. Allí están, Marshall, Mapex,



Tama, Ibanez, Warwick, Gemini, Celestion y muchas otras empresas distribuidas en cuatro pabellones lado a lado. En el piso superior, en la división entre ellos, había salas de reuniones.

En el Level 2 y 3 marcas como Taylor Guitars, Mackie, Ampeg, Pearl Drums,



Adriano (izq. IBOX)



Premio de LAN Music para Promúsica



50 años de Yamaha Drums



Gustavo Bohn (B&C Speakers)



Stand Elixir



Stephen y John (Celestion)



Novedad de Dixon



Tagima USA



Representantes Harman y NAMM



Stand Ludwig



Stand Zildjian



Stand Tycoon

Roland, Fender, Boss, Dean y otras tantas marcas de pianos, exponían sus productos en salas cerradas.

Hoteles en clima de negocio

A ambos lados de la feria, los hoteles Hilton y Marriott también son centros de acción con exposición y música. Escenarios con músicos de diferentes estilos son atracciones al final de cada día de la expo. En la parte de negocios, los hoteles no se quedan atrás. Yamaha, por ejemplo, que ocupaba buena parte de los salones del Hotel Marriott, expuso 77 lanzamientos. Destaque para la edición limitada de la batería que conmemora 50 años de fabricación de baterías en la empresa.

2018: la entrada del audio profesional

Inclusive con grandes empresas de audio profesional ya exponiendo en NAMM Show, la feria es hasta entonces más reconocida por su trabajo en el sector de instrumentos musicales y accesorios.



Sin embargo, esa perspectiva deberá ser alterada cuando, en 2018, dos pabellones enteros que están siendo construidos a lo largo de 2017, serán dedicados al audio profesional y sus periféricos. La feria pretende consolidarse como la principal plataforma de networking para el sector de entretenimiento de las Américas y figurar entre las mayores del mundo.

Considerando el profesionalismo y capacidad del equipo de NAMM para promover una atmósfera de negocios favorable al mercado global, el resultado positivo de estas acciones no demorará en llegar. Resta saber si el



Stand StudioMaster



Stand FBT



Stand Audiocenter



Stand DAS Audio



Gabriel Medrano (Adam Hall)



Lyndon Laney (Laney)



Sergio Bueno y Gus Lozada (PreSonus)



Stand Casio



Stand IK Multimedia



Stand Pioneer



Catherine Ptasinski y Priscila Berquó (Shure)



Dowson y Sherry (JTS)



Stand API Audio



Stand Cort



Daniel Salomao (PRV Audio)



Nadine Metayer (Sabian)

proteccionismo y otras acciones de la diplomacia de los grandes países van a colaborar para tal. ■

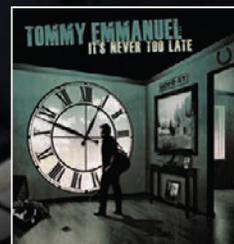
Números de la edición 2017

El espíritu creativo y emprendedor de la industria de productos musicales estuvo en destaque entre las 7.000 marcas con 1.779 empresas expositoras registradas. El aumento de 3% en las empresas expositoras es un reflejo directo de las capacidades ampliadas, innovaciones y nuevas maneras por las cuales las personas - y las empresas - están haciendo música hoy. Esta tendencia

también fue demostrada en nuevas marcas expositoras, que representó un crecimiento de 2% en relación al año pasado. Sobre la presencia internacional se contó, en total, con una representación de 125 países y 17.964 visitantes - un aumento de 13% en relación a 2016. El número total de inscripciones de visitantes en total aumentó 5% dando una suma de 106.928.



STRINGS PERFECT FOR PLAYERS FROM BEGINNERS TO HARDCORE PROFESSIONALS TO FINGERSTYLE GODS.



#staytuned
martinstrings.com/FlexcoreSP

TOMMY EMMANUEL
It's Never Too Late
tommyemmanuel.com

Industria Argentina & Brasileña en NAMM 2017

Fabricantes argentinos y brasileños participaron una vez más de la feria americana con stands especiales que se destacaron con su presencia y productos

Los participantes argentinos tuvieron un pabellón especial, con un stand grande y bien organizado – contando con ayuda de la Cancillería argentina – donde se presentaron diversas marcas nacionales como



Expositores argentinos



Rotosound y argentinos

Medina Artigas y Magma Music de cuerdas y correas para instrumentos musicales, Dedalo FX con sus pedales de efectos, KW Cables con cables para instrumentos musicales, DS Pickups y sus micrófonos para guitarras y bajos, dbDrums con baterías eléctricas, Solidrums por el lado de baterías acústicas y accesorios, Harmonic Stop con geles antiarmónicos, felpas para platillos, asientos para platillos y mariposas para platillos, StageFix con limpiadores para instrumentos musicales y líquidos de efecto (nieve, burbujas, humo) y la novedad de este año, participando por primera vez, vino de la mano de Tecno Group con cables para diversas aplicaciones, Oruga y su sistema de sonajas flotantes para tambor y/o baterías y Delleddonne Luthier, que se especializa en la construcción, reparación y restauración artesanal de instrumentos de cuerda pulsada entre los que se destacan las guitarras clásicas y una variedad de instrumentos latinoamericanos tales como charango, requinto, tres cubano y cuatro venezolano.

Por el lado de Brasil, fueron XX las empresas que expusieron en la expo,



Stand de Odery Drums

atrayendo la atención de compradores de todos los continentes. En este caso no hubo un pabellón dedicado sino que cada fabricante brasileño contó con un stand propio, distribuidos por todos los sectores de la feria.

Entre ellas encontramos a Odery Drums de baterías, la empresa de maderas Ronay Tonewood, la conocida Santo Angelo de cables que cuenta con una sucursal en Estados Unidos desde 2010; el fabricante de guitarras SGT que llevó algunos modelos de su línea para el mercado externo con maderas brasileñas; Stomp Audio Labs con sus pedales de guitarra y planes para llevar la sede de la empresa al exterior; Stone Guitar



Ney Nakamura presentando Tagima USA

también con una variedad de guitarras, Urbann Boards con sus calzados para bateristas y Tagima, empresa que lanzó en la feria su filial norteamericana, Tagima USA, siendo la primera vez que la marca se presentó bajo ese nombre, que forma parte de la estrategia de crecimiento global de la empresa.

Tantos los expositores argentinos como los brasileños expresaron la importancia de participar en esta expo para mejorar y ampliar sus contactos con compradores y distribuidores extranjeros y exponer su presencia de marca entre los consumidores locales. ■

SONIDO LEGENDARIO CON LIBERTAD INALÁMBRICA



Sistemas Inalámbricos BLX

Para los músicos que desean desconectarse de los cables, los Sistemas Inalámbricos BLX ofrecen los confiables micrófonos Shure. Disponibles en configuraciones de cuerpo y de mano, los Sistemas Inalámbricos BLX han sido diseñados para un sonido legendario.

- El SM58: La primera serie inalámbrica de Shure disponible con micrófono de mano SM58.
- Calidad de audio y RF: Excelente audio complementado con una transmisión confiable y fuerte.
- Versatilidad: 9 configuraciones de sistema para satisfacer todas las necesidades.
- Calidad de fabricación: El diseño y la construcción superior de Shure.
- Hasta 14 horas de uso continuo con baterías doble AA.



Lanzamientos y novedades en NAMM 2017

Presentamos una serie de noticias y nuevos productos de algunas de las marcas participantes

Si bien la feria contó con aproximadamente 7000 marcas representadas y una cantidad enorme de nuevos productos, como es de imaginar, se haría imposible presentarlas a todas en unas pocas páginas de esta revista, así que les mostramos aquí una corta selección de noticias de instrumentos musicales, sonido e iluminación.

Instrumentos musicales

BLACKSTAR

La empresa inglesa introdujo el amplificador mini Fly 3 Bluetooth, una versión actualizada del popular Fly 3, que viene con conectividad Bluetooth, altavoz de 3", dos canales, ISF tone-shaping y efecto de delay 'de cinta'. También trae entrada MP3 y salida de línea emuladas y puede obtener energía por batería o corriente eléctrica.

www.blackstaramps.com



CORT

La marca introdujo varios



modelos en la expo, como la Manson Stage (MS) Series desarrollada en colaboración con el diseñador de guitarras y luthier británico Hugh Manson, la Gold Series con terminación vintage, la GB Series de bajos, la G Series que contó con una actualización este año y el modelo NDX

Baritone, que es una guitarra electroacústica cutaway con escala de 27", cuerdas afinadas en Si, profundidad de cuerpo de 125 mm y electrónica Fishman Presys Blend. En su stand, Cort presentó a varios de sus artistas como Frank Gambale, Jeff Berlin, Yvette Young y el guatemalteco Hedras Ramos.

www.cortguitars.com

D'ADDARIO

Las noticias en cuerdas llegaron de la mano de una extensión de la línea NYXL Bass con el nuevo set de cuatro cuerdas 55-110 Heavy. También nuevas son las cuerdas EXP Phosphor Bronze para el bajo acústico Taylor GS Mini recientemente lanzado, desarrolladas junto con Taylor Guitars. Vienen en Custom Light (.037-.090) y combinan materiales de cable y micro-revestimiento para mayor durabilidad. También hubo novedades en la parte de accesorios.

www.daddario.com



DEAN MARKLEY

Los productos nuevos lanzados son la serie de cuerdas Blackhawk, los cables Blue Steel y las cuerdas signature de DJ Ashba. Las nuevas cuerdas con revestimiento de la serie Blackhawk son construidas sobre un cable de acero de alto carbono y chapeadas con níquel, y están cubiertas con un revestimiento micro-delgado. Disponibles en todos los calibres para guitarra eléctrica, y ahora también para



guitarra acústica en Phosphor/Bronze y 80/20. Durante la expo, la empresa cerró distribución en China y Emiratos Arabes Unidos, y está también a punto de empezar a trabajar con compañías en Brasil, Andorra, Uruguay, Chile, Perú, Ecuador, Bolivia, Portugal, España y Chipre. ¡Pronto vendrán más novedades!

www.deanmarkley.com

DIXON

Dixon presentó varios productos nuevos y accesorios que iremos mostrando en



nuestras próximas ediciones. Hoy les presentamos la Fuse Series Zebrawood con un pack de cuatro piezas de carcasas de 8x10", 9x12", 14x16" y 18x22". Es un kit de edición limitada que presenta un laminado exótico de zebrano, una terminación nueva exclusiva creada por Dixon. También nueva es la batería Motion Blue Burst de edición limitada que presenta una terminación eléctrica única que se "mueve" según el ángulo desde que se la ve, creando un efecto de lámpara de lava y viene con hardware negro. Este modelo tiene tres carcasas de 9x12", 16x16" y 14x24".

www.playdixon.com

EVANS

La marca de D'Addario mostró la serie de parches UVI, que es la primera en el mercado con revestimiento curado UV para durabilidad y consistencia de textura.

También presenta nueva película de 10 mm y un nuevo logo. Viene en tamaños que varían de 10", 16" y 14".

www.evansdrumheads.com



FENDER

Fender presentó varios productos nuevos de guitarras, bajos,



amplificadores acústicos y agregó un subwoofer a la serie Fortis, además de dos monitores in-ear profesionales, pickups Gen 4 Noiseless y correas Classic Color en su sección

de accesorios. Entre ellos encontramos a la serie American Professional que toma los modelos clásicos de Fender y los lleva a una nueva generación de músicos. Hecha a mano en Estados Unidos, contiene los modelos Stratocaster, Telecaster, Precision Bass y Jazz Bass y agrega nuevas plataformas con Tele Deluxe, Jaguar y Jazzmaster, este último con electrónica flexible y los nuevos pickups V-Mod Jazzmaster de la empresa diseñados por Tim Shaw. En total son 16 modelos y 92 códigos disponibles en 11 colores, incluyendo tres nuevos: Sonic Gray, Antique Olive y Mystic Seafoam.

www.fender.com

FISHMAN

Sí, hubo pickups nuevos como los Signature Fluence de los guitarristas Adam Dutkiewicz y Joel Stroetzel de la banda americana de metalcore Killswitch Engage, Will Adler de la banda de heavy metal Lamb of God, y Tosin Abasi, de Animals As Leaders, que se unió a la familia de Fishman recientemente. Pero tal vez la noticia que más llamó la atención fue el lanzamiento del sistema de audio SA Performance Audio System, una solución para refuerzo sonoro en un paquete portátil y fácil de montar, que consiste de un sistema de parlante line array modificado de amplia dispersión SA330x, el subwoofer SA Sub y el mixer/expansor SA Expand de cuatro canales. El SA330x, solo o en conjunto con los SA Sub y SA Expand, puede ser usado por solistas tocando en acústicos, pequeños grupos, DJs, tecladistas, presentadores corporativos en ferias o en salas de conferencia. Produce 330 W en un diseño de amplia dispersión e incluye dos canales de micro/instrumento con entradas 1/4"/XLR, EQ de tres bandas en cada canal de entrada, cuatro efectos de reverb digitales con control de nivel de reverb por canal, potencia fantasma de 48 V y mucho más, hasta un bolso para transporte.

www.fishman.com



IBANEZ

Ibanez está celebrando el 30º aniversario de su relación con Steve Vai, y la creación de la legendaria guitarra JEM, con el nuevo modelo JEM777 de edición limitada, siendo una reproducción del primer modelo JEM disponible en tres colores llamativos (Shocking Pink, Loch Ness Green y Dessert Sun Yellow). Trae cuerpo de tilo, cuello de arce/nogal JEM de cinco piezas, tratamiento en los bordes de los trastes,

TAPA

inlays piramidales, trastes jumbo, pickups DiMarzio Evolution signature de Vai y puente tremolo Ibanez Edge con Ultralite Tremolo Arm.

www.ibanez.com



KORG

Korg mostró una variedad de nuevos productos, con foco en el resurgimiento del sintetizador ARP Odyssey, llamado ahora ARP Odyssey FS (Rev1, Rev2, Rev3) ensamblado en Estados Unidos como ediciones limitadas full size con teclados estándar, ofreciendo alternativas a las versiones de teclado delgado de 86% del tamaño disponibles previamente. Estarán disponibles todos los modelos de la línea ARP Odyssey original, cada uno representando su propia era, respetando sus características individuales: el panel blanco en el Rev1 (Modelo 2000) producido en 1972–1974, el Rev2 (Modelo 2810–2813) producido en 1975–1976 con su panel negro y serigrafía dorada, y el Rev3 (Modelo 2820–2823) producido en 1978–1981 que presentaba un panel negro icónico y serigrafía naranja. También lanzaron una edición limitada del Korg KROME Music Workstation Platinum, disponible en color platino, con modelos de 61, 73 y 88 teclas.

www.korg.com



LANEY

La empresa está festejando sus 50 años y, en homenaje a este hecho, recibió el Premio NAMM Milestone por sus cinco décadas de servicio en la industria de productos musicales. Laney comenzó su historia en 1967 y pocos años después atrajo la atención de Tony Iommi, quien empezó a usar sus productos durante la grabación del álbum “Black Sabbath”, lanzado en 1970, banda que este año está realizando su última gira. Conmemorando ambos hechos y la amistad con Iommi hasta hoy, la compañía lanzó el cabezal LA100BL y la caja LA412 hechos a mano con cableado punto a punto, tablero perforado a mano y transformador de salida estilo marco de la caja original. Otra pieza importante en el montaje de



Tony era su Rangemaster treble booster modificado, algo que Laney replicó con el pedal signature TI-Boost. Estas tres unidades están siendo comercializadas en un pack de 50 unidades limitadas en todo el mundo.

www.laney.co.uk

LUDWIG

Entre varias novedades, encontramos la nueva serie Evolution Maple con seis piezas de carcasas de arce norteamericano con terminación laqueada y bordes a 45°. Vienen con parches Remo y están disponibles en colores Red Burst, Transparent Blue, Mahogany Burst y Transparent Black. También nueva es la 45° Anniversary Vistalite Limited Edition, marcando el aniversario de esta serie lanzada en 1972, en configuración de bombo 14x22”, tom de piso 16x16”, tom tom 9x13” y color Tri-band Black o bombo 14x24”, tom de piso 16x18” y 16x16”, tom tom 9x13” y color Freen Sparkle.

www.ludwig-drums.com



MARTIN GUITAR

C.F. Martin & Co. (Martin Guitar) agregó tres nuevos modelos a su serie 16: D-16E, DC-16E y OMC-16E, que incluyen el sistema de amplificación acústica de Fishman Matrix VT Enhance. Por ejemplo, la D-16E es una guitarra Dreadnought, con profundidad 000, construida con tapa de Sitka spruce y laterales y parte posterior realizadas con sicomoro. Presenta uniones plateadas, puente de ébano y diapasón de ébano con incrustaciones de madreperla en forma de diamantes y cuadrados. Un cuello ovalado modificado con un taper de alto rendimiento hace que esta guitarra sea fácil de tocar. Les mostraremos los otros modelos en nuestras próximas ediciones.

www.martinguitar.com



PALMER

La marca Palmer de Adam Hall estuvo de estreno en Estados Unidos con el Pocket Amp Bass portátil y los BatPacks 4000 y 8000. Gracias a sus posibilidades de configuración del sonido, al usarse como pedal de efectos y preamplificador, el Pocket



Amp Bass constituye una polifacética herramienta no sólo para ensayos y grabaciones, sino también para actuaciones. El BatPack 4000 y su variante BatPack 8000, con una potencia de 4000 mAh y 8000 mAh respectivamente, ofrecen un suministro de corriente eléctrica independiente para varios efectos de piso y pedaleras.

www.palmer-germany.com

PEACE DRUMS

Este año, Peace Drums llevó a NAMM su DNA Series, que cuenta con terminación de laca para adornarla e imprimirle un aspecto



llamativo. El kit de la DNA Series utiliza nueve capas de concha de arce con baja masa, agarraderas de perfil bajo y soportes de media luna, permitiendo que el calor y el poder del arce resuene con claridad. La DNA Series se ofrece en dos paquetes de cinco piezas en versiones como un kit power rock o un set de jazz-fusion, ambas incluyen hardware resistente.

www.peace-drums.com

PEARL

Celebrando 30 años de colaboración con los músicos Omar Hakim y Eric Singer, la marca lanzó sus propias Limited Edition Signature Snare para ellos. El snare de Omar comienza con una carcasa de acero de 14" x 6,5" de 1 mm que obtiene una superficie más dura usando un proceso llamado Physical Vapor Deposition que agrega una capa de nitrato de titanio al exterior, dando un color púrpura tornasolado. El baterista de Kiss, Eric Singer, y Pearl tomaron los modelos Jupiter Chrome-over-Brass originales y les dieron una actualización para su serie signature con una carcasa de latón recubierta en cromo de 1 mm estilo Jupiter y presenta trabas Click-Lock.



www.pearldrums.com

PLANET WAVES

El D'Addario Acoustic CinchFit presenta una forma rápida de sujetar una correa a las guitarras acústicas con salidas

jacks de botón. Los jacks de botón son notorios por crear molestias cuando se colocan o quitan correas estándar para guitarras, y usualmente requieren modificaciones para la correa que resultan en un ajuste poco agradable. Este nuevo accesorio se asegura con un ojal a través del extremo de cualquier correa de instrumento, y su acción de sujeción con cinchas permite una fácil aplicación y remoción, utilizando el peso del instrumento para permanecer bloqueado en el botón, de manera que la guitarra siempre se mantenga firme.



www.planetwaves.com

PROMARK



El destaque vino con dos nuevas baquetas para Kimberley Thompson y Anton Fig. El modelo para Kimberley Thompson, quien toca con Beyoncé y se unió a la familia Promark hace poco tiempo, es una baqueta 7A, midiendo .535" de diámetro y presentando 1/2" extra en longitud para un poco más de alcance, con punta redonda pequeña. El modelo Anton Fig ActiveGrip presenta las mismas dimensiones que el modelo signature previo de Anton (.595" (5B) diámetro, 16 3/4" longitud) pero ahora incluye terminación ActiveGrip. También hay dos nuevos bolsos para baquetas: el Sliver Essentials Stick Bag y el Transport Deluxe Stick Bag.

www.promark.com

SABIAN

El nuevo AA Mini Holy China es uno de los platillos que Sabian presentó en NAMM, como muestra de lo que la marca trae para los bateristas. El Chad Smith signature AA Holy China ganó múltiples premios cuando fue lanzado en 2010. Este año, el nuevo AA Mini Holy China comprime todo el volumen, trash y corte del Holy China en un formato mini-China. Con un alto perfil exagerado, filas de pequeños orificios y una campana fuerte, el "Mini Holy" corta su tamaño más que cualquier otro platillo. Diseñado para un trash potenciado y carácter tonal reducido, el poder de corte del Mini Holy China no proviene de decibeles más altos, sino más bien de la sonoridad percibida. Disponible en tamaños de 8", 10" y 12" en terminación brillante o natural.



www.sabian.com

TAPA

TYCOON

Tycoon regresó a NAMM para exponer los productos que tiene listos para lanzar al mercado este año, demostrando una amplia variedad de instrumentos, como los que presenta en su Supremo Select Line. Consciente de la necesidad de los músicos por expresar su individualidad y estilo tanto musical como estéticamente, Tycoon siempre ha buscado la manera de ampliar la paleta de ofertas para sus instrumentos, sumando a la familia de tambores Supremo Select Line, la nueva Lava Series. Con terminaciones Dark Iris, Chiseled Orange y Dessert Palm, la Lava Wood Series trae otro condimento, que puede encontrarse en congas, bongos, djembes e incluso un cajón. Los instrumentos de la serie están contruidos con roble de Siam de alta calidad, amigable con el medio ambiente, proporcionando durabilidad y buen sonido. Ideal para principiantes y entusiastas de la percusión. ¡Más productos en breve!

www.tycoonpercussion.com



VANDOREN

Vandoren no sólo mostró su variedad de productos Sino también celebró los 10 años de su evento Vandofam con artistas como



Jerry Vivino quien abrió la presentación, seguido por Eric Marienthal y el cierre de Roxy Coss.

www.vandoren.com

VIC FIRTH



Varios modelos nuevos de baquetas como los cinco de la Modern Jazz Collection desarrollados con los batistas Jeff Ballard, Greg Hutchinson, Joe McCarthy y Lewis Nash. También mostraron el Cajon Bru-llet, de nogal americano que combina una escobilla con una maza, el accesorio VKB4, una cabeza de gomaespuma para usar en cajones, y varias ediciones limitadas de la serie de baquetas Artist Milestone, como la Buddy Rich Signature Stick con logo conmemorativo del 100º aniversario y la Carmine Appice

Signature Stick en negro con logo dorado para celebrar 50 años en la industria de grabación.

www.vicfirth.com

YAMAHA

Este año la empresa lanzó 77 productos nuevos, además de celebrar sus 50 años realizando instrumentos de viento, guitarras y baterías, y 30 años de las categorías



Disklavier y mixers digitales. Por el lado de las baterías, encontramos la Limited-Edition 50th Anniversary, basada en la exitosa serie Absolute Hybrid Maple lanzada en 2014, ofreciendo carcargas disponibles en dos maderas de arce, cada una con una terminación llamativa propia. En guitarras, anunciaron mejoras en la serie de electroacústicas A Series, con el modelo A5, basado en el modelo A6 limitado de 2015 y hecho en Japón, con tapa sólida de Sitka spruce y otras características.

www.usa.yamaha.com

ZERBERUS-GUITARS

Frank Scheucher de Zerberus-Guitars, quien ha construido guitarras con topes hechos de genuinas gemas preciosas, tales como



amatista, ojo de tigre, ónix y venturina, llegó a NAMM 2017 para presentar su nuevo modelo Chronos. El modelo Chronos pertenece a la serie Gorgonized, la cual está compuesta por guitarras con tapas de piedras preciosas. Cada una se diferencia de la otra como una huella dactilar, ya que su creador se enfoca en los detalles, añadiéndole su propio diseño característico. Frank también ha diseñado perillas poti especialmente para las guitarras Gorgonized, permitiéndoles descansar en capas de piedra.

www.zerberus-guitars.de

ZILDJIAN

Los nuevos modelos incluyen las baquetas Josh Dun y Thomas Pridgen, pertenecientes a la Artist Series y la baqueta 9 Gauge de la Gauge series. Entrando a escena en 2015 con

Estos platillos ride son grandes, oscuros y dinámicos, y ofrecen tanta complejidad y versatilidad que ¡no podrás parar de tocar con ellos!

PRESENTAMOS LA COLECCIÓN

BIG AND UGLY

BIG AND UGLY: DIVERTIDOS, VERSÁTILES Y COMPLETOS



Sabian.com/bigugly

TAPA



el lanzamiento de su cuarto álbum "Blurryface", Josh Dun y Twenty One Pilots han cultivado un sonido que mezcla géneros. La baqueta Josh Dun Artist Series está diseñada para soportar los grooves agresivos que maneja Twenty One Pilots. Presenta un eje reforzado de 5A con longitud extra para mayor alcance y velocidad. Su taper medio mantiene todo en equilibrio y la punta oval crea una superficie ideal para los bombos y los platillos brillantes. En esta atractiva baqueta roja se puede observar una reproducción de la firma de Josh y del logo "Alien Josh" Skeleton Clique de Twenty One Pilots. También hubo varias novedades en platillos que se las mostraremos en la próxima edición.

www.zildjian.com

Audio

AUDIO-TECHNICA

Audio-Technica ofrece dos nuevos paquetes de auriculares de estudio:



el ATH-PACK4 incluye un juego

de auriculares profesionales de monitoreo ATH-M40x y tres juegos de auriculares profesionales de monitoreo ATH-M20x (indicados para mezclas y rastreo, respectivamente). Ya el paquete ATH-PACK5 incluye un juego de auriculares profesionales de monitoreo ATH-M50x y cuatro juegos de auriculares ATH-M20x. Ambas configuraciones suponen un importante ahorro respecto a la compra de los componentes por separado. También presentó dos nuevas configuraciones de su popular sistema inalámbrico digital para montaje en bastidor System 10 PRO: el System 10 PRO ATW-1366 con micrófono/transmisor de superficie y System 10 PRO ATW-1377 con transmisor de sobremesa para micrófonos.

www.audio-technica.com

BEYERDYNAMIC

beyerdynamic lanzó el sistema inalámbrico TG 500 para escenarios pequeños, producciones teatrales, discursos o presentaciones. Disponible en



cinco sets, cada uno conteniendo un receptor individual y dos antenas removibles. El TG 550 Vocal Set viene con transmisor de mano TG 500H-D dinámico con una cápsula TG V50 dinámica. El TG 556 Vocal Set tiene un transmisor de mano TG 500H-C con una cápsula TG V56 de condensador cardioide. El microfono clip-on TG L58 del TG 558 Presenter Set puede ser usado en un lugar discreto durante conferencias, mientras el TG 534 Headworn Set con un micrófono TG H34 de condensador supercardioide es recomendado para producciones teatrales.

www.beyerdynamic.com

CELESTION

El nuevo altavoz de guitarra G12H-150 Redback contiene una bobina de voz de 2" con imán G12 y da 150 watts de manejo de potencia. Otro producto presentado es la FTX



Series de altavoces coaxiales

con motor de imán común, que

incluye los modelos FTX1225 de 12" de diámetro, FTX0820 de 8" y FTX0617 de 6,5". Estos altavoces ofrecen respuesta en frecuencia full-range en un solo driver autocontenido al alinear concéntricamente drivers de alta y baja frecuencia con ensamble de "motor de imán común" en el que el mismo imán es usado para ambos elementos.

www.celestion.com

DB TECHNOLOGIES

La nueva línea de altavoces B.Hype del fabricante italiano debutó en la expo.



Combina un amplificador Clase D con SPL

agresivo de hasta 126,5 dB para la caja de 15". Incluye cuatro altavoces de dos vías, todos equipados con drivers de compresión de 1" y woofers de 8", 10", 12" y 15" respectivamente. El diseño acústico interno presenta una corneta asimétrica. Además, el equipo de dBTechnologies creó un procesador de sonido digital preciso, permitiendo a los usuarios elegir entre dos presets de equalización: Flat o Boost. Las cajas vienen con diseño de rejilla que aumenta tanto la portabilidad (tres asas, una por lado y otra en la parte

superior) como su multifuncionalidad. Cada altavoz puede ser usado de forma horizontal como monitor de escenario (en ambos lados), y presenta un adaptador de montaje en poste, con el fin de que pueda usarse en trípodes o apilado en subwoofers de dBTechnologies.

www.dbtechnologies.com

DENON DJ

Entre los debutantes estuvo el media player DJ SC5000 Prime con display táctil y reproducción de audio de dos capas.

Es el primer aparato capaz de analizar internamente archivos de música (beatgrid y musical key). Cuenta con un procesador interno multinúcleo dedicado que opera Engine Prime, la versión más reciente del software de librería musical de Denon DJ, ofreciendo acceso directo para mayor creatividad. También tiene ocho trigger pads multifunción para hot-cues, loops, slices y roll playback y hasta cuatro unidades pueden ser montadas en red LAN permitiendo transferencia sincronizada de datos.

www.denondj.com



DIGICO

Este año DiGiCo celebró sus 15 años fabricando consolas de mezcla digital. Su éxito llegó

con la D5 Live estableciendo tanto a la empresa como al concepto de mezcla digital. Le siguió la SD Series con el modelo SD7 a la cabeza. En 2015, lanzó la S Series con un nuevo flujo de trabajo moderno. En 2016, introdujo el software Stealth Core 2, que multiplicó la potencia de la línea SD. Ahora presentaron la nueva SD12 que presenta las mejores características de las SD y S Series. El nuevo modelo cuenta con 72 canales de entrada con procesamiento completo, 36 aux/group busses con procesamiento, una matriz 12 x 8 con procesamiento, LR/LCR buss con procesamiento, 12 unidades FX estéreo, 16 EQs gráficos, 119 EQs dinámicos, 119 compresores multibanda y 119 DiGi-TuBes, entre otros. Este lanzamiento fue realizado el 19 de enero no sólo en NAMM sino también en más de 30 territorios de todo el mundo en paralelo a través de sus distribuidores, entre ellos Codisco



(Colombia), Equaphon (Argentina), Hermes (México), Rental Multi Spain (España) y SIPro (Nicaragua).

www.digico.biz

DPA Microphones

DPA mostró sus micrófonos de instrumentos y accesorios d:vote,

diseñados para uso con todos los instrumentos de viento y acústicos, siendo los más populares guitarra, violín, chelo y trompeta/saxofón. DPA también ofrece cuatro diferentes kits de gira d:vote, con cantidades de cuatro a 10 micrófonos empacados en estuche, así como 10 ó 25 soportes, respectivamente. La serie d:vote también ofrece soluciones de montaje, como las tres adiciones más recientes AC4099 Clip para acordeón, el SM4099 Stand Mount y el CM4099 Clamp Mount. La marca también contó con su gama de micrófonos de mano d:facto, trayendo la última adición d:facto 4018VL que es un micrófono vocal lineal, cuya cápsula se puede quitar y reemplazar con cualquier otra cápsula d:facto para adaptarse a diferentes requisitos de grabación o rendimiento.

www.dpamicrophones.com



ELECTRO-VOICE



Electro-Voice celebró sus 90 años con su nuevo mensaje Loud & Clear para los clientes de altoparlantes portátiles, diciendo que “Es bueno tener muchos watts pero la claridad es la clave. Sin importar el sonido que hagas, haz lo mejor con EV”. Con este lema, el stand sirvió como un espacio para actuaciones en vivo mostrando varios modelos de los productos más vendidos de su familia de altavoces portátiles (ZLX, ELX, EKX, ETX) y los nuevos micrófonos ND Series, con cuatro modelos para voz y cuatro para instrumentos para aplicaciones en estudio y actuaciones en vivo. Nueve artistas de diversos géneros actuaron durante la feria.

www.electrovoice.com

EMINENCE

La empresa americana presentó seis altavoces nuevos: Alpha 3-8, N151M-8, PF-350 Paul Franklin Signature,

TAPA

JS-1250
Josh Smith
Signature,
Wheelhouse 150
Guitar Speaker
y Legend CA1059 Bass Guitar
Speaker. El Alpha 3-8 es un driver

full-range compacto creado para aplicaciones en array de columna y line array de audio profesional con poco espacio. Con potencia programa de 60 W, este driver de 3" utiliza un imán de ferrita de 8,3 onzas junto con un imán de neodimio interno para aumentar la sensibilidad y extender la respuesta hasta 20 kHz. El cono altamente comprimido intercala papel con una capa de polipropileno resistente al agua para mayor rigidez y menor distorsión. Disponible en 8 ohms, ofrece 88,6 dB de sensibilidad y tiene un rango de frecuencia usable de 150 Hz a 20 kHz.

www.eminence.com



ofrece headroom optimizado y compresión analógica en cada canal. Ambos proveen potencia fantasma, medidor LED de cinco segmentos, conectividad ADAT simple y reloj digital para integración total con sistemas digitales.

www.focusrite.com

HARMAN

Además de celebrar los 70 años de JBL, Harman tuvo novedades en todas sus marcas. AKG debutó el micrófono P5i y el micrófono de condensador de mano C636, también nuevo es el sistema Harman Connected

PA — integrando micrófonos AKG, stage boxes dbx, altavoces JBL y mixers Soundcraft en nuevos modos, todo controlado por una app central. Soundcraft introdujo el sistema de grabación múltiple y mezcla digital Ui24R, y por el lado de JBL las novedades fueron el sistema de afinación para manejo de monitoreo Intonato 24 Studio para asistir en la calibración automatizada y control completo de sistemas de monitoreo en estéreo, surround y salas de producción de audio de sumersión, y los monitores de referencia 7 Series Powered.

www.harman.com



FBT

NAMM marcó el debut americano de la Ventis Series compuesta por cuatro altoparlantes versátiles para uso portátil o instalación fija. Disponibles en versiones pasiva y biamplificada, cada uno de los modelos (Ventis 115, 112, 110 y 206) contiene drivers de compresión de B&C y woofers de larga excursión personalizados de FBT. Los 115, 112

y 110 son diseños bass reflex de dos vías en una caja de madera de abedul contrachapada de 15 mm que pueden ser usados para instalación fija o en el escenario. El Ventis 206 puede ser usado como front fill, under-balcony fill, como parlante principal o simplemente como acompañante de un subwoofer. Viene en madera de abedul contrachapada de 12 mm, con asa trasera incorporada y ménsula de montaje opcional.

www.fbt.it

FOCUSRITE

Dos nuevos preamplificadores: Scarlett OctoPre y Scarlett OctoPre Dynamic, ambos con ocho canales de los preamplificadores Scarlett de segunda generación de la empresa y conversión 24 bit/192 kHz embutida para grabación de audio en alta resolución. También contienen dos preamplificadores de micrófono con alto headroom para entradas de instrumentos, permitiendo conectarlos directamente, aunque el OctoPre Dynamic



LD SYSTEMS

LD Systems, del grupo Adam Hall, presentó los nuevos sistemas de columna activos compactos MAUI 11 G2 y MAUI 28 G2. Algunas de las características son un aumento de la potencia con un menor peso y numerosas nuevas soluciones llenas de detalles, como una columna separada en el MAUI 11 G2, o el sonido optimizado en ambos sistemas. Los sets para voces e instrumentos de la nueva serie inalámbrica U500 de LD Systems están ahora disponibles en tres bandas de frecuencia: 584 - 608 MHz y 655 - 679 MHz, en cada una de las cuales se pueden utilizar 12 sistemas de forma simultánea, mientras que en el rango 823 - 832 MHz y 863 - 865 MHz es posible utilizar seis sistemas al mismo tiempo. Dentro de los estrenos se dio a conocer la nueva serie G3 Stinger, cuya disponibilidad está prevista para febrero de 2017. También nuevo es el CURV 500 iAMP, diseñado para la instalación de sistemas CURV 500.

www.ld-systems.com



Zildjian®

SE EXPRESIVO

CON LA NUEVA FAMILIA S

La nueva Familia S de Zildjian redefinirá tus expectativas en cuanto a lo que los platillos con aleación B12 pueden proveer. Hemos invertido años de investigación y diseño creando estos platillos desde el principio. Donde la tecnología no existía, la inventamos. Con una respuesta en frecuencia balanceada, un sustain largo y un amplia variedad de modelos para elegir, tendrás todo lo que necesitas para abrirte paso.

Así que sé audaz. Sé expresivo. Y que puedan oír como *realmente* suenas.



#SeExpresivo

Para saber más sobre la Familia S y oír los diferentes modelos, ve a Zildjian.com/SFamily

Mike Fuentes / Pierce the Veil

TAPA



QSC

El K Cardioid Subwoofer es un subwoofer cardiode amplificado para aplicaciones en instalación y entretenimiento portátil, donde la energía de baja frecuencia debe ser minimizada. Cuenta con un amplificador Clase D de 1000 W, procesado con tecnología DSP y presenta drivers de larga excursión de 12" dobles, cada uno localizado en una recámara bandpass de 6° orden. Todos los componentes se combinan para producir una salida de 15 decibeles más en el frente de la caja que en la parte trasera. Contiene asas de aluminio y cuatro ruedas en la parte trasera. Dos conectores M20 aceptan poste para parlante de 35 mm en orientación horizontal o vertical.

www.qsc.com



RCF

Presentó varias extensiones a su Touring and Theatre Series, la línea profesional de subwoofers y la D Line Series de cajas compactas para la industria de touring. Otra novedad en destaque es la E Series de consolas de mezcla analógicas, con preamplificadores de mezcla diseñados especialmente, compresores dinámicos, EQ de cuatro bandas semi-paramétrico, puerto USB estéreo para grabación o reproducción, puerto de energía USB para alimentar dispositivos externos, entrada de pedalera para controlar efectos, faders de largo alcance y efectos DSP Z.Core DSP incorporados dentro del equipo.

www.rcf.it

Renkus-Heinz

En el stand se pudo ver al Iconyx Gen5, la más reciente generación de la tecnología de array orientable digitalmente Iconyx, los sistemas IC Live y IC2, el sistema de array modular VARIAi y el nuevo software de control RHAON II. Pero la empresa adelantó también la nueva C Series de



altavoces profesionales para aplicaciones de sonido instalado. Los modelos de esta línea estarán disponibles en versión amplificada (CA Series) y pasiva (CX Series), en terminación en negro o blanco. El altoparlante CX42, una versión actualizada del aclamado CFX41, sólo estará disponible en diseño pasivo. Se espera su distribución para el segundo semestre del año.

www.renkus-heinz.com

ROLAND

Entre los muchos productos presentados, encontramos a la serie de interfaces de audio Rubix y al mixer de audio para smartphones Go:MIXER.

Rubix es una nueva línea de interfaces para Mac, PC e iPad,

consistiendo de Rubix22, 24 y 44, con preamplificadores de micrófono de bajo

ruido y soporte para resoluciones de audio de hasta 24 bit / 192 kHz. Ya Go:MIXER facilita la captura de audio al vuelo, sin importar donde el usuario esté. Simplemente hay que conectarlo al celular y funciona al instante, permitiendo conectar también un instrumento musical, media players o micrófonos para mezclar mientras se está grabando.

www.roland.com



SAE AUDIO



SAE preparó la Suitcase series, compactos amplificadores que están listos para múltiples combinaciones. A estos los acompañan la Duo series con la nueva tecnología DSP y Power Factor Corrector (PFC), THD+N más bajo y un rango de voltaje más amplio (de 100V - 260V). También se les unen las series PCM y PQM. La primera compuesta por

el amplificador para aplicaciones en giras de la gama de dos canales SMPS, con más de 8200 W de potencia, en dos unidades rack. Por su parte, la PQM es la solución presentada para line arrays, monitores de escenario o sistemas de altavoces multivías. Compartiendo la tecnología de la PCM series, la PQM ofrece hasta 10000 W y 4 canales.

www.saeaudio.com

SAMSON

La novedad fue el amplificador para auriculares QH4 de cuatro canales, diseñado para distribuir audio para hasta cuatro auriculares individuales, cada uno con su propio control de volumen, ideal para usar por artistas múltiples en un estudio, grabación de podcast o escucha de música recreativa, no sólo para usar en estudio o estación de trabajo, sino también con laptops o celulares. Incluye entradas 1/4" estéreo y una entrada auxiliar 1/8" estéreo para reproducir música en un smartphone o MP3 player. Salidas de auriculares individuales permiten a los usuarios conectar hasta cuatro pares, con control de volumen por canal independiente y control de volumen master para ajustes de nivel en general. Se pueden conectar varios QH4 en red y posee un botón master mute para silenciar todas las salidas.

www.samsontech.com



SHURE

Shure mostró la nueva generación de la línea GLX-D: los sistemas inalámbricos GLX-D Advanced. Este sistema cuenta con administración automática de frecuencias – si se detecta cualquier interferencia en la transmisión, el sistema cambia la frecuencia del micrófono de manera automática y sin ninguna interrupción en el audio. Este modelo ofrece un paquete de productos que incluye el Administrador Avanzado de Frecuencias GLX-D, el sistema receptor en rack, antenas y accesorios, para ser usado en iglesias, instituciones educativas, auditorios o salas de eventos con múltiples requisitos de sistemas inalámbricos. Con una nueva configuración en rack, el GLX-D Advanced permite la conexión de hasta seis receptores GLXD4R a un Administrador Avanzado de Frecuencias GLX-D a través de los puertos de RF. A fin de



simplificar la instalación, el Administrador de Frecuencias asigna automáticamente las frecuencias óptimas a los seis receptores que utilicen comunicación de datos patentada a través de los cables de RF existentes. Si se conectan dos Administradores de Frecuencias, permitirá la utilización de sistemas adicionales en rack.

www.shure.com

TASCAM

Nuevos productos en la línea de micrófonos, incluyendo al modelo de condensador TM-80 para estudios, con diafragma de aluminio de 18 mm y patrón cardioide. Su circuito interno está optimizado para reducir la distorsión de ruido e incluye cable XLR y un soporte shock mount elástico para reducción de ruido durante grabaciones. También lanzaron los filtros TM-AR1 para control acústico que reduce el ruido ambiental en una sala capturado por el micrófono durante una grabación y el TM-AG1 para ayudar a lograr una grabación vocal más limpia con pantalla de nailon de dos capas.

www.tascam-ca.com



VERITY AUDIO

En el caso de Verity Audio tenemos el IWAC208, un line array doble vía de 8" para aplicaciones de refuerzo de sonido de tamaño medio. Éste ha sido diseñado para proporcionar una dispersión de sonido sutil en todos los rangos de frecuencia, y se puede unir al subwoofer SUB118T. La gama también posee el IWAC210, un line array compacto que permite ser usado en múltiples aplicaciones sin sacrificar la calidad del sonido o SPL. Este sistema doble vía de 10" puede colgarse fácilmente o ser apilado en diferentes configuraciones junto al subwoofer SUB115T. Los altavoces Ambience, la Voice series, la Sub series de subwoofers y los amplificadores para gira de la V series, también estuvieron presentes en NAMM.

www.verityaudio.com



Iluminación

Las marcas de iluminación presentes siempre son pocas en NAMM, pero ¿se esperan novedades para el próximo año con un posible incremento de este sector!

AMERICAN DJ

El POW-R BAR65 fue presentado por primera vez

en el mundo para conectar múltiples aparatos eléctricos para actuaciones móviles, músicos y técnicos AV. Combina seis enchufes AC protegidos y un hub USB 3.0 de cuatro puertos. También nuevas son las unidades con cuatro efectos cada una Boom Box FX1 (efecto moonflower que proyecta diversos haces con rotación y otros movimientos, láser rojo y verde, ocho LEDs RGBA 1W para wash y efecto beam estilo Dekker con LED) y Boom Box FX2 (efecto gobo, también con láser rojo y verde, ocho LEDs RGBA 1W para wash y efecto beam estilo Dekker con LED).

www.adj.com



CAMEO

La marca de iluminación profesional de Adam Hall presentó productos destacados de la serie Auro con las cabezas móviles LED Auro Spot 400 y Auro Spot 300 que constituyen los modelos estrella de esta serie y están destinados al mercado profesional. También estuvieron los focos PAR Zenit Z120, P130 y P40 con clase de protección IP65 para uso al aire libre. El modelo Zenit Z120 puede ajustarse dentro de un rango de 7° a 55° mediante el zoom del motor. La empresa también anunció que ahora con la interfaz DMX de 512 canales (en modo "en directo") Cameo® DVC 4 y el software de control D 4 (desarrollado por Daslight) correspondiente se pueden controlar dispositivos de iluminación compatibles con DMX mediante PC o Mac. Los 256 canales DMX permiten el uso de la memoria flash integrada en modo independiente.

www.cameolight.com



CHAUVET

Hubo varios productos nuevos: el Helicopter Q6 es un multiefecto diseñado para pistas de baile con haces de luz RGBW ajustables, estrobo SMD circular y láser rojo/verde; el FXpar 3 es una luminaria compacta

con múltiples tecnologías en un solo dispositivo (tres LEDs centrales RGB+UV de 8 W, LEDs RGB SMD y luz estrobo SMD); el FXarray Q5 viene con LEDs de cuatro colores RGB+UV para baños de luz sobre las pistas de baile. Para quienes buscan un efecto de bola de espejos, presentaron el Rotosphere Q3, un equipo con LEDs de cuatro colores divididos en tres zonas para proyectar hasta tres colores diferentes simultáneamente. También nuevos en la serie EVE están el EVE F-50Z, un fresnel de LED que emite una suave luz de color blanco cálido, el EVE TF-20, una luminaria compacta y de bajo consumo.

www.chauvetlighting.com



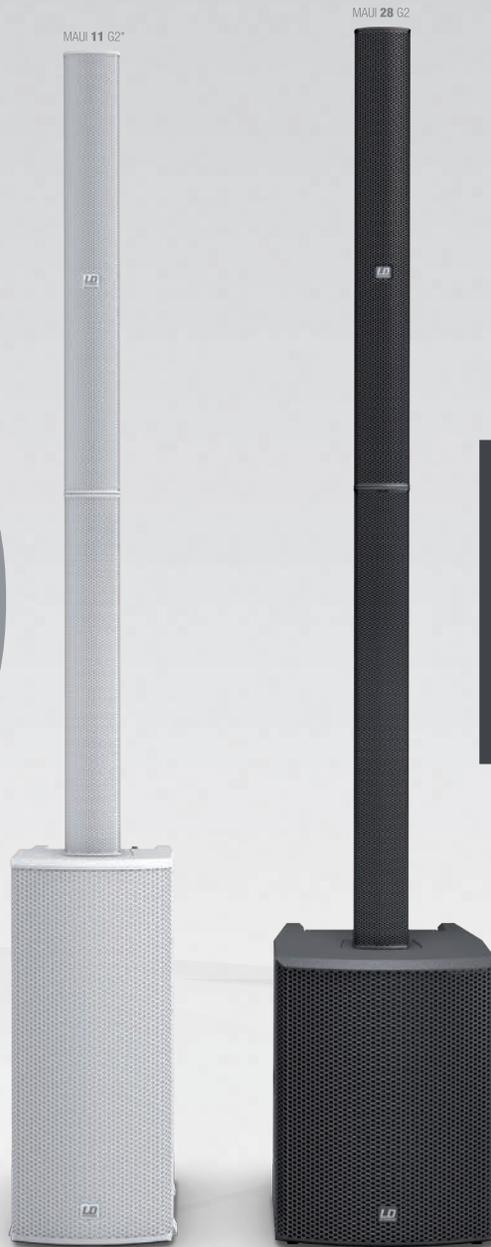
ELATION

La empresa mostró su nueva barra ZCL 360 BAR, una luminaria versátil con efecto de barra móvil con zoom que incorpora (5) LEDs RGBW 4 en 1 de 60 W individuales y una nueva lente óptica colimadora. También nuevo es el LED spot Artiste DaVinci que incorpora un nuevo LED blanco de 270 W, que ofrece más de 12.000 lúmenes, zoom de 6° a 48°, con mezcla de colores CMY y CTO completa, entre otras características. Por último, mostraron la serie de luminarias LED Fuze para efectos wash, utilizando LEDs tipo COB y ofreciendo una amplia paleta de colores. Disponibles en cabezal móvil y en versiones PAR con grado de protección IP65, con mezcla RGBW.

www.elationlighting.com



SO ND



MAUI® G2 SERIE

SISTEMAS DE PA COMPACTOS EN COLUMNA



COLUMNA
DESMONTABLE

VARIAS OPCIONES DE
MONTAJE EN PARED

- 1.000* / 2.000 VATIOS DE POTENCIA MÁXIMA
- 2 DRIVERS DE AGUDOS DE 1" PARA UN SONIDO RICO EN DETALLES
- DISPERSIÓN UNIFORME CON LA GUÍA DE ONDAS OPTIMIZADA MEDIANTE BEAM
- TECNOLOGÍA DSP DYNX® PATENTADA POR LD SYSTEMS
- MEZCLADOR INTEGRADO DE 4 CANALES
- STREAMING DE AUDIO ESTEREO POR BLUETOOTH®
- COLUMNA DE 2 PIEZAS PARA OPTIMIZAR EL TAMAÑO EN EL TRANSPORTE

2000
W



Sonido fenomenal y potencia de sobra. Diseño sin concesiones y una excepcional facilidad de uso. Esos eran nuestros objetivos cuando diseñamos la gama MAUI® G2. Nuestros sistemas de columna, con un sonido sin distorsión, cobertura uniforme y máxima portabilidad, le permiten centrarse en lo que más importa: la música y la actuación.



JOEY GROSS BROWN

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

El límite de la razón

Vida virtual, una realidad que no tiene horarios. ¿Estás pasando por esto también?



Son 22:30 hs de un día cualquier y aquel sonido característico hace que el sueño que estaba llegando vuelva adonde quiera que estaba. Un sonido agudo, incómodo, fóbico y causador de ansiedad.

En un gesto intuitivo, automático, casi natural, poso mis ojos sobre mi aparato celular, que hoy llaman smartphone, y yo, cariñosamente, de Phobia-phone.

Y allí está él: un mensaje en el grupo de trabajo, una pregunta irrelevante, una solicitud, un dato o in-

formación que en aquel minuto no me sirve para nada más allá de ahuyentar mi sueño aún más.

Si bien la movilidad está cada vez más presente en nuestra vida, las aplicaciones de chat se han vuelto el instrumento perfecto para un control absoluto, impaciente y acelerado. Creadas para facilitar el intercambio de frases rápidas entre personas, éstas se volvieron herramientas de trabajo que aceleran negocios, conversaciones y decisiones. Pero ¿por qué son usadas de manera indiscriminada? ¿Sin crite-

El uso de aplicaciones debe ser hecho para extraer más productividad

rios o reglas? Noto que inclusive en los días de hoy, antes de llamar a alguien, sea a la casa, sea al número de celular, doy un vistazo al reloj y veo si la llamada no sería inconveniente a aquella

hora. Pienso bien si la información que deseo transmitir no podría ser entregada el día siguiente. Entonces, ¿por qué la aplicación es diferente?

“¡Ah! Porque la persona que recibe el mensaje responde cuando quiere... Es así que funciona”. Yo pienso: ¿prueba no responder a mi jefe para que veas qué pasa!

No. Esto no se trata de responder cuando pueda. Se trata de un colega, jefe o familiar que está necesitando algo urgente. Y fatalmente miraremos. No hay más límite de horario. Se acabó la privacidad. ¿Y a todos nos parece genial! Al final, estamos atentos y conectados y ya no necesitamos teléfonos, ni autos con motores a combustión, ni siquiera inclusive de realidad, aunque ésta sea la ruta directa de nuestras conquistas y ganancias. ¿Sería entonces mejor vivir en un mundo virtual? ¿Comprar un auto eléctrico y olvidarse de una vez de aquel V8?

Producción móvil

El uso de aplicaciones debe ser hecho para extraer más productividad. Son creadas para uso en ambientes donde sistemas de plataformas cruzadas alargan distancias entre las diversas unidades de una compañía. En eso se vuelven efectivas y productivas. Utilizadas con parsimonia, de manera que no surjan malentendidos, y en los horarios de trabajo adecuados, son sí una manera de obtener respuestas rápidas y así mejorar el desempeño.

¡Sí! También sirven para que tu jefe te active a la hora que quiere y saber cómo anda aquel proyecto, importante o no. Sirve inclusive para modificar la manera en la que planeamos, ya que en este mundo inmediatista, las respuestas están cargadas de dudas y un ‘typo’ (error de tipeo que puede causar una mala interpretación del interlocutor sobre algún asunto) puede echar todo a perder. ¿Y el corrector entonces? Después que el “enviar” es apretado, resta sólo disculparse.

¿Pero y sobre las ventajas? Pueden llamarme viejo, anticuado, pero no veo ninguna. Bueno, tal vez tipear mientras se está en una reunión para buscar información, sin tener que interrumpirla, sea una ventaja. Por otro lado, ¿por qué no fuiste a la reunión ya preparado?

Pero funciona también como un backup de datos, probando que tal conversación fue efectivamente mantenida el día tal, a la hora tal, en caso que necesites comprobarlo. Bien, ¿eso es realmente necesario? ¿Dónde quedó la confianza?

Y también funciona como un instrumento de comunicación para clientes a través del cual todo el tiempo mando stock, promociones y todo lo que se me pase por la cabeza. ¿Yo te bloquearía! Obviamente, como una herramienta extremadamente útil para compartir cosas inútiles que, al menos, nos hacen reír.

¡Bloqueado!

¿Y qué tal si pasamos a utilizarlas menos? Con más eficiencia e inteligencia, en horarios específicos y adecuados. ¿O será que ya se convirtió en un vicio? ¿Una patología? ¿Una dependencia? Intenta pasar un día sin una aplicación de éstas. ¡Caos nacional! ¡Una barbaridad! ¡Mi herramienta de trabajo está desconectada! ¡Sin ella no soy nadie!

¿Ni siquiera entre las 22 hs y las 6 hs? Creo que es mejor buscar ayuda. Y tal vez, si yo durmiera mejor, mi sonrisa parecería más fácil. Pero en fin, pido que me dejen interrumpir esta nota, pues tengo que responder este mensaje aquí de las 23:59 hs, es de mi jefe y no puede esperar. ¡Hasta la próxima! ■

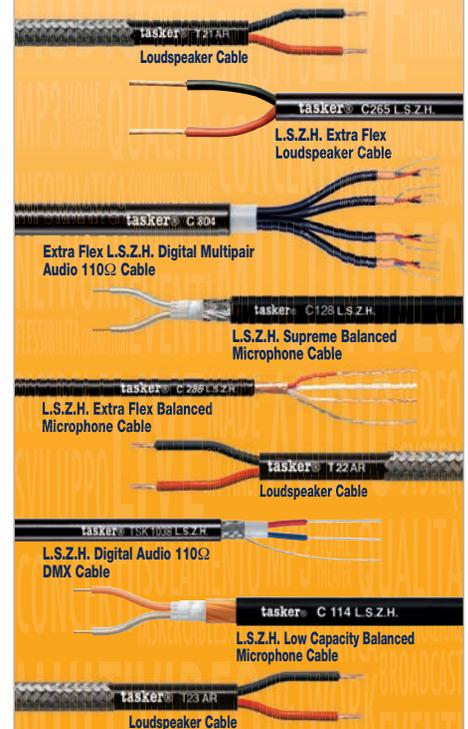
NOTA: Ésta es una obra de ficción y una crónica de los nuevos tiempos y de sus herramientas que se vuelven cada vez más parte de nuestras vidas.



Since 1977
tasker
...a project further...
quantity maker
www.tasker.it
made in Italy

NEW
ARMORED and L.S.Z.H.
AUDIO CABLES

RoHS2
2015/85/EC
2011/65/EU
OFC
COPPER



THE BIGGEST RANGE OF AUDIO VIDEO BROADCAST



Require Our New Catalogues

Look at the catalog available on www.tasker.it

VISIT US!

Integrated Systems Europe
7-18 February 2017

ISE 2017 Amsterdam
Hall 1 Stand M16

Prolight & Sound 2017 Frankfurt
Hall 4.1 Stand D55

tasker® trade mark of MILAN S.r.l. 20090 Cusago - Milano Italy

LOOKING FOR DISTRIBUTOR
info@tasker.it

Tienda del Músico se enfoca en la venta virtual

Con 10 años en el mercado, la tienda siempre ha operado exclusivamente con las ventas a través de su sitio web, dando la posibilidad de reducir costos y ofrecer mejores precios

Tienda del Músico comienza su operación en febrero de 2007 con mucho entusiasmo y gusto por los instrumentos musicales, teniendo como principal motivación llegar a todo el territorio colombiano, especialmente los municipios en los que no había presencia de almacenes físicos de instrumentos musicales, para que todos pudieran acceder a ellos fácilmente, con buena calidad y al mejor precio.

“Sólo somos una tienda virtual. Desde el comienzo, ése ha sido nuestro enfoque ya que nos ha permitido tener costos de operación más bajos que se trasladan al comprador directamente en el precio final. El cliente puede comprar desde su casa u oficina y recibir allí directamente, fácil, rápido y a buen precio”, comentó Jorge Guerra, gerente de la tienda.

Tienda del Músico fue fundada por Jorge Guerra y familia. La idea surge principalmente de la posibilidad de ofrecer un buen catálogo de productos debido a la cercanía con un gran distribuidor nacional. Comenzaron con un catálogo limitado de artículos en sitios de ventas online comunes, pero con el tiempo la cantidad de artículos en venta fue creciendo así como su pasión por lo que hacían.

“Hemos descartado hasta ahora tener una tienda física. Nuestra visión principal está enfocada en destacarnos en la red, evolucionar y mejorar nuestro proceso logístico para llegar a todo el territorio colombiano. Nos



Laboratorio multimedia en las oficinas



Jorge Guerra, fundador de la tienda online



Almacenamiento de productos

esforzamos en avanzar en nuestro servicio virtual, en hacerlo muy fácil e intuitivo, confiable, seguro y rápido. Algunos clientes desean hacer la compra físicamente, sin embargo los clientes que nos compran y comprueban nuestra seriedad y seguridad siguen siendo nuestros más fieles compradores”.

Beneficios de la venta online

Con la tienda online, pueden ofrecerle a sus clientes facilidad en pagos rápidos, menores costos de operación debido a no tener un local físico, evita desplazamientos de los usuarios al lugar de la compra pues tienen su producto al alcance de un clic y en la puerta de su casa. “No existe dependencia de los horarios comerciales o de oficina para el contacto con la tienda y no tenemos los instrumentos expuestos al polvo, luz y factores externos que puedan afectarlos, se envían intactos tal cual los recibimos”, agregó Jorge.

Dependiendo de la temporada, a modo general los productos más vendidos en Tienda del Músico son los instrumentos musicales de cuerdas como guitarras, bajos, violines y ukuleles, estos últimos con una gran acogida en los últimos meses. Los accesorios y consumibles como cuerdas, baquetas, kits de mantenimiento, etc. también son de amplia acogida.

Opciones de pago y equipos

La evolución principalmente de esta tienda ha sido en la mejora de los sistemas de pago que se ofrecen al cliente. Al inicio de la operación los pagos se recibían por consignación bancaria o por giro, actualmente se cuenta además con buenas pasarelas de pago online con operación fácil, rápida e intuitiva. “Comenzamos con unos pocos instrumentos que fueron ofrecidos a través

de portales de mercadeo, poco a poco los instrumentos fueron más especializados y en más cantidad, surgiendo la idea de crear nuestra propia página web, la cual poseía un diseño novedoso para los siguientes años. Posteriormente nuestra página cobra una nueva vida, con un estilo limpio y moderno que mejoró la experiencia de usuario”.

Sobre la elección de los instrumentos musicales y las marcas con las cuales trabajan, Jorge comentó que siempre miran que sean unas de las mejores opciones para el cliente de cara a una buena relación costo-beneficio. “Somos conscientes de garantizar la satisfacción de nuestros clientes, que en la mayoría de los casos tienen su primer contacto con el artículo adquirido sólo cuando ya lo han comprado. Esto genera una responsabilidad grande en nosotros, ya que debemos asegurar que cuando el cliente reciba su pedido, éste supere sus expectativas y sea una de las mejores compras que haya realizado. Elegimos marcas reconocidas por su excelencia en calidad, innovación y especialmente su sonido, garantizando un buen precio”.

También manejan productos de manufactura nacional con excelente calidad, especialmente en líneas de estuches, correas, accesorios para instrumentos musicales y algunos instrumentos musicales. Pero la aceptación por parte del cliente es mayor en productos importados. “Parte de nuestra visión a futuro está en fortalecer nuestro catálogo con productos nacionales innovadores y de calidad. Así apoyamos el producto nacional y minimizamos la dependencia de instrumentos importados en moneda extranjera con las fluctuaciones de precio que ello implica”, detalló.



Presencia en Colombia y en las redes sociales

Actualmente Tienda del Música sólo vende en Colombia. La exportación a otros países de la región tiene costos logísticos muy altos, en ocasiones más altos que el mismo precio del artículo vendido, lo cual resta competitividad. Sin embargo han tenido casos de compras que se hacen desde el exterior y se pagan en línea, para ser enviadas en el territorio colombiano. “Esto es una forma muy útil y novedosa para dar regalos a familiares”, dijo Jorge.

Como planes para seguir creciendo, la tienda piensa acercarse más a sus clientes con una presencia activa en redes sociales, además de incrementar el catálogo adicionando más tipos de instrumentos musicales, accesorios y sonido, y generar valor a su operación mediante la creación de contenido musical online para los clientes. ■



RAYOS X: Tienda del Música

Año de creación: 2007
 Sitio web: www.tiendadelmusico.com
 Facebook: [Tienda-del-Musico-194831235329](https://www.facebook.com/Tienda-del-Musico-194831235329)



Reserve



NUEVA BOQUILLA PARA CLARINETE X25E RESERVE

- Consistencia incomparable
- Precisión y foco mejorado
- Mayor profundidad y calidez tonal

D'Addario
daddario.com/woodwinds

© D'Addario Woodwinds L.A.

D'Addario and D'Addario Woodwinds are registered trademarks or trademarks of D'Addario & Company, Inc. or its affiliates in the US and/or other countries. © 2016 D'Addario & Company, Inc. All rights reserved.

Electromusic sigue apostando en el crecimiento

Parte de la familia Inversiones OL.MAR.ELI. de Pococí S.A., Electromusic ha estado presente en el mercado desde 2005 y continúa trabajando para ofrecer más servicios

Aunque es parte de la familia “Inversiones OL.MAR.ELI. de Pococí S.A.”, que abrió sus puertas por primera vez en 1978, Electromusic tiene su origen en 2005, cubriendo necesidades que precisaban atención.

La tienda Olmareli comienza como negocio familiar, siendo fundada por los padres, hermana y el propio G. Eliécer Blanco B., hoy gerente administrativo. A medida que él y su hermana Marianela crecían, fueron testigos de la ampliación del departamento de música, por lo cual fue una necesidad sacarlo de la tienda, abriendo así Electromusic.

La expansión de la tienda se ha visto un poco afectada, ya que como confesó Blanco: “Tuvimos dos sucursales, y nuestro plan era seguir abriendo más (ya teníamos dos lugares más en mente). Pero nuestro plan de expansión no funcionó como lo planeamos por las enormes cargas sociales de nuestro país y la economía actual; por lo cual decidimos regresar a nuestras raíces y replantearnos nuestra forma de trabajo”, obteniendo así un crecimiento notorio cada año, con clientes cada vez más exigentes que los impulsan a tener equipos de mejores marcas y personal más capacitado.

Marcas e instrumentos

Al respecto, Blanco comentó que su estrategia no ha sido ser importador



G. Eliécer Blanco B., gerente administrativo



Amplificadores, guitarras acústica y eléctricas



Selección de altoparlantes



Teclados y mixers

y tener sus propias marcas, pues compiten a nivel nacional para ser los mejores distribuidores de los importadores. “En nuestra tienda el cliente puede elegir entre gran variedad de marcas. Los años de experiencia nos ha dejado claro cuáles marcas no tenemos que trabajar, por más que nos insistan. Hoy por hoy, tenemos claro con cuáles marcas debemos seguir fortaleciendo lazos comerciales”.

En Electromusic se manejan diversas marcas y se ofrecen instrumentos y equipos que se diferencian de lo que el cliente podría conseguir en tiendas que no son especializadas en su área. Aún así, cuentan principalmente en su zona con la distribución exclusiva

de Yamaha, abarcando productos que van desde armónicas y flautas hasta sintetizadores y baterías. Sus lazos comerciales con Yamaha son tan fuertes que fueron premiados por esta marca con un viaje por dos semanas a Japón, para lograr conocer sus fábricas y cultura. En dicho viaje, realizado en 2014, lograron obtener más capacitación y pudieron entender su filosofía de armonía con la música.

En cuanto a las marcas nacionales, Eliécer comenta que, como gerente administrativo de Electromusic, ha luchado para que no se erradique la buena práctica de ofrecer marcas nacionales, las cuales de igual forma se pueden encontrar de muy elevada



Cables y otros accesorios



Variedad en micrófonos y auriculares

calidad. Algo que se ha convertido en un reto, porque la sociedad está demandando lo económico, antes de preocuparse por la calidad.

Sobre la Academia de Música

“Nuestra academia es un pequeño diamante sin pulir, es algo que, por las circunstancias, no hemos explotado como debemos. Es cierto que por el hecho de ubicarse dentro de nuestra tienda nos ayuda a tener más ventas, pero se requiere más espacio físico para optimizar su funcionamiento. Nuestro proyecto a futuro es sacar la academia de la tienda y ampliar los horarios. Al lograrlo, se asegurará el poder aumentar drásticamente la matrícula”, contó.

Actualmente en la tienda hay dos aulas acondicionadas para la enseñanza. En la misma están inscritos un total de 50 alumnos. Las carreras que se imparten son: guitarra clásica, guitarra eléctrica, bajo, teclado, batería y audio.

Servicio al cliente

Con una filosofía de vender y capacitar, en Electromusic siempre intentan que cada venta se convierta en una pequeña lección, donde le explican al cliente por qué se les recomienda cierto producto, y a la vez, se le muestra otros productos que le puedan ayudar con lo que buscan. También, junto con las marcas, se imparten seminarios o clínicas, ya sea

para mostrar productos nuevos o para capacitar a sus clientes en diferentes temas, tanto de audio como musicales.

“Otro mercado meta son las iglesias. Somos una empresa con altos valores cristianos. Colaboramos ofreciendo lo mejor en instrumentos y equipo para que la palabra de Dios llegue a todo sector del país. Pero a pesar de este enfoque, nosotros atendemos con prontitud y calidad a todos los segmentos del mercado”, agregó Eliécer.

Por otra parte, tienen una sociedad con otra empresa llamada Marsonic, que se dedica al mantenimiento y reparación de instrumentos musicales y equipos de audio. Ellos también ofrecen instalaciones y asesorías.

A corto plazo, la tienda también planea iniciar el proyecto de grabar videos. En ellos se incluirán “Tips” que ayudarán a formar más a los clientes en el área musical. También en los videos se incluirán entrevistas a músicos locales y recomendaciones para el óptimo uso de los diferentes equipos que ofrecen.

Como parte del crecimiento, Electromusic realizará festivales anuales de música, donde se pueda premiar a los músicos en diferentes disciplinas. Igualmente esperan poder reconstruir la tienda y con esto tener unas instalaciones 100% listas para facilitar las ventas y poder generar un ambiente más profesional y cómodo para los clientes. ■



RAYOS X: Electromusic

Año de creación: 2005
Sitio web: www.electromusiccr.com
Facebook: ElectromusicCR



HYDRAULIC RED



AHORA CON TECNOLOGÍA LEVEL 360

CON SU APARIENCIA Y SONIDO ORIGINAL

MÁXIMA DURABILIDAD

SONIDO ROBUSTO, PROFUNDO Y CORTO

FACILIDAD DE AFINACIÓN

Evans Latinoamérica
evansdrumheads.com

D'Addario and Evans are registered trademarks or trademarks of D'Addario & Company, Inc. or its affiliates in the US and/or other countries. © 2016 D'Addario & Company, Inc. All rights reserved.

Sonorama Musical marca territorio en Alicante

La tienda entró para satisfacer las necesidades de los músicos locales que buscaban algo diferente en el mercado, aportando nuevas opciones para gustos variados

¿A qué músico no le gustaría tener una tienda de instrumentos? Y ¿a qué músico no le gustaría recibir una atención totalmente personalizada por alguien que sabe de lo que le estás hablando? Pues así surge la idea de montar Sonorama Musical. Después de mucho meditarlo y conseguir el capital necesario para comenzar, fue en febrero de 2008 cuando comenzó su historia.

El fundador es Paco González, quien toca la batería desde los 15 años (hoy con 37) y desde entonces siempre ha estado participando en grupos en el ámbito del underground de la zona de Alicante con múltiples proyectos hasta que, junto con otros compañeros, montó el grupo alicantino Fuckop Family, “gracias al cual he podido aprender mucho en cuanto al mundo de la música en lo que se refiere a girar con una banda en grandes festivales, grabar discos, videoclips, etc. También soy endorser de baterías Ludwig, platos Bosphorus y parches Aquarian, y también soy baterista del grupo de covers Patrulla 66”, contó Paco.

Ya la idea de la tienda nace a raíz de sufrir la necesidad, como músico, de tener una tienda especializada en la zona que estuviera al día en todas las novedades del mercado y con amplio conocimiento tanto en lo que se refiere a instrumentos clásicos como modernos. “Los músicos de la zona estábamos cansados de tener que recurrir a tiendas de fuera para poder adquirir instrumentos



Percusión, especialidad de la tienda



Paco González, fundador y gerente



Alta demanda en guitarras

o accesorios específicos que se salieran un poco de lo ‘tradicional’. Las tiendas que había aquí no se preocupaban por facilitarnos lo que buscábamos e intentaban vendernos lo que ellos querían que compráramos”, explicó.

En la tienda

Sonorama Musical ha tenido un crecimiento progresivo a lo largo de sus nueve años. Comenzó con un stock muy básico y de instrumentos económicos de inicio debido a que tenía que ajustarse al presupuesto para poder iniciar con una presencia digna y actualmente hay en exposición instrumentos desde gamas económicas a medias y altas

con mucha variedad.

Allí se pueden encontrar instrumentos de todos los estilos, desde clásico, como guitarras clásicas, violines, viento, pianos, etc. a moderno con guitarras eléctricas, amplificadores, e inclusive equipos de home studio, grabación y sonido e iluminación profesional.

Paco dijo: “Trabajo con casi todas las marcas del mercado exceptuando las que exigen unas condiciones comerciales absurdas para el tipo de tienda que es y teniendo en cuenta la ubicación. Aunque parezca mentira a estas alturas hay marcas como Fender o Gibson que exigen las mismas condiciones para vender sus productos a una pequeña tienda de barrio como a un gran megastore. Esto es ridículo pero es lo que hay”.

Entre las marcas nacionales con las que trabajan cuentan con Admira, Alhambra y Manuel Rodríguez que “son ejemplos de algunos constructores de guitarras clásicas con los que trabajo y la aceptación de sus instrumentos por



Showroom en Alicante



Amplificadores y accesorios también presentes

parte de los clientes es excepcional”. De hecho, las guitarras de todo tipo y ukeles son los productos que están teniendo más demanda en la tienda.

Más servicios

Además de la venta y asesoramiento en la compra, en Sonorama Musical los clientes disponen de servicio de luthier para ajustes y arreglos de instrumentos de cuerda de la mano de un profesional local dedicado a estas labores.

También ofrecen clases de guitarra para todos los niveles, impartidas por una eminencia de las seis cuerdas local.

Además de la tienda física, también hacen envíos a toda España (sólo península) y buscan cada día la manera de ser más eficientes a la hora de atender a los clientes con sus necesidades. Anualmente organizan varios eventos como masterclasses y demostraciones en la tienda.

La venta en España

Sobre este delicado tema, Paco opinó: “El negocio de la venta de instrumentos en España comenzó a caer con la aparición de grandes webs de venta de instrumentos como Thomann, las cuales entraron fortísimo en el mercado ofreciendo al público unos precios excesivamente bajos, consentido por los fabricantes que al parecer no les importaba perder la red de distribución de sus productos en las tiendas físicas de España ya que el clien-

te, antes de ir a la tienda de su ciudad, se informaba en internet del precio al que vendían estas webs lo que quería comprar y cuando iba a la tienda a preguntar cuánto le costaba el mismo producto pues claro, siempre era más caro”.

“Es de cajón que una tienda de ciudad no puede competir en precio con estas webs porque no tiene el mismo volumen de venta, así que comenzaron a cerrar tiendas y esto hizo que los distribuidores nacionales abrieran los ojos y se pusieran de acuerdo en presionar a los fabricantes que marcaran unos mínimos precios de venta al público y que estas webs los respetaran. Desde entonces, año tras año se ha ido regularizando y hoy en día cualquier tienda de ciudad puede ofrecer los mismos precios que estos sitios, pero el daño ya está hecho y durante todo este tiempo los consumidores ya se han acostumbrado a acabar comprando con ellos”.

“Resumiendo, para mí, considero que, no sólo en la venta de instrumentos sino también de otros sectores, en general la venta online está acabando con las pequeñas y medianas tiendas debido al descontrol en los precios de venta al público, siempre a ver quién lo ofrece todo más barato y esto ha hecho que el público olvide los valores que ofrece una tienda física como pueden ser el trato, la atención, el servicio añadido a la hora de solucionar incidencias y un largo etcétera”, concluyó. ■



RAYOS X: Sonorama Musical

Año de creación: 2008

Sitio web: www.sonoramamusical.com

Facebook: SonoramaMusical



PROMARK
ACTIVEGRIP™

TOMA EL CONTROL

**PRESENTAMOS
LA PRIMER BAQUETA
DEL MUNDO
QUE SE ACTIVA
CON CALOR**

No importa cuan fuerte toques. La tecnología ActiveGrip reacciona a la temperatura de tu cuerpo para darte todo el control que necesitas.



Pro-Mark Latinoamérica
promark.com

D'Addario and Promark are registered trademarks or trademarks of D'Addario & Company, Inc. or its affiliates in the US and /or other countries. © 2016 D'Addario & Company, Inc. All rights reserved.

Sound.check Xpo estará de festejo

La reconocida feria mexicana celebra este año su 15º aniversario, prometiendo más de 12 mil metros cuadrados de exposición con importantes distribuidores locales y marcas internacionales

15
Años

sound:check

La Industria de la Música y el Espectáculo



Las empresas — que el año pasado fueron cerca de 100 representando más de 340 marcas internacionales — mostrarán, del 23 al 25 de abril en el WTC de Ciudad de México, productos de reconocidos nombres de audio, iluminación, DJ, proyección de contenido visual y escenarios para la industria del entretenimiento, disponibles para que los visitantes conozcan las novedades y las tecnologías que podrán aplicar en sus shows y eventos.

También podrán presenciar demos en salas especiales, poniendo a las marcas en contacto directo con los usuarios finales para mostrar las ventajas que sus productos pueden traer a las producciones locales.

Por supuesto, no podemos olvidarnos del área de capacitación técnica y profesionalización, conteniendo, por

ejemplo, la Conferencia Anual de la AES México, trayendo al país figuras del audio internacional como Ken Scott (ingeniero y productor de nombres como The Beatles, Elton John y Pink Floyd, entre otros), David Bottrill (productor de Peter Gabriel y Tool), John Meyer (cofundador de Meyer Sound), Eduardo Vaisman (diseñador de audio para videojuegos), Ryan Hewitt (ingeniero de mezcla y productor de Blink182 y The Dixie Chicks), Vance Powell (productor e ingeniero de mezcla de Jack White y The Racontrues), Alex Case (presidente de AES Internacional y profesor asociado en tecnología de grabación de la Universidad de Massachusetts), Andrés Mayo del estudio Andrés Mayo Mastering & Audio Post, y Sylvia Massy (productora e ingeniera de bandas como System of a

Down, Prince y otras), quienes darán sesiones de alto nivel abordando todo tipo de temas de audio.

También estará el Entrenamiento LDI:México para los profesionales de iluminación y una master class del baterista Kenny Aronoff, hablando sobre sus experiencias en la industria al haber trabajado con The Rolling Stones, John Fogerty y Carlos Santana, por ejemplo.

Habrà más sorpresas en esta edición de aniversario. ¡No te la pierdas! ■

MÁS INFORMACIÓN
soundcheckexpo.com.mx



Summer 17 NAMM®

the **inspiration** begins here

1,600 + brands • Retail Boot Camp • NAMM U Breakfast Sessions • NAMM Idea Center
TEC Tracks • Live Music • Top 100 Dealer Awards

Set within one of America's most musical cities showcasing a complete product landscape with all the gear your customers want, Summer NAMM celebrates the local community music store and honors our industry's Top 100 Dealers.

Discover the latest product innovations for the fall and holiday season, learn from free professional education across four tracks, network, build business relationships and have some fun in Music City, USA.

Register for badges and book your hotel beginning
Wednesday, March 29, 2017

Nashville
MUSIC CITY

SUMMER NAMM®

JULY 13-15, 2017 • MUSIC CITY CENTER • NASHVILLE, TENNESSEE • NAMM.ORG/SUMMER

Join the conversation! #SUMMERNAMM

Musikmesse y PL&S están llegando a Frankfurt

Alemania se prepara para un nuevo encuentro anual. Musikmesse será del 5 al 8 de abril mientras que Prolight & Sound abrirá sus puertas del 4 al 7, compartiendo tres días en paralelo

Este año, Messe Frankfurt continúa invitando a los minoristas de instrumentos musicales calificados a registrarse en el programa de clientes "Musikmesse Insider". Los participantes registrados podrán visitar la feria internacional de instrumentos, partituras, producción musical y conexiones del negocio musical los cuatro días gratuitamente. Serán recibidos personalmente en el Reception Counter exclusivo en el Hall 11.1 - con servicio de guardarropa y catálogo de la feria gratuitos para los participantes. También se beneficiarán con el nuevo programa de "formación de parejas" en Musikmesse que acerca a los visitantes directamente a aquellos expositores que son de más relevancia según su interés.

Junto con un amplio resumen de los más recientes productos en el mercado, Musikmesse ofrece un programa educativo completo, enfocándose en los dealers y distribuidores. Todas las conferencias del programa estarán disponibles con traducción simultánea en alemán e inglés.

Nuevo concepto en PL&S

Por su lado, Prolight + Sound introducirá a los visitantes el concepto de "Escenario Silencioso" ("Silent Stage"), dando a los músicos y profesionales de



PL&S traerá novedades este año



Oportunidades para las tiendas en Musikmesse

tecnología para eventos la oportunidad de aprender cómo este innovador montaje de escenario puede ayudar a mejorar no sólo la mezcla sino también la realización de los actos musicales. Las ventajas de un escenario silencioso serán explicadas junto con oportunidades de implementación del concepto ilustradas con demostraciones en vivo con un presentador y banda.

Numerosas empresas están parti-

cipando de este área especial y estarán mostrando sus productos y tecnologías allí, entre ellas Audio-Technica, Box of Doom, Cymatic Audio, Fischer Amps, Hearsafe, InEar, Kemper, Klang Technologies y Vision Ears.

La idea detrás de este montaje es reducir los niveles de ruido sobre el escenario al mínimo usando, por ejemplo, simulaciones de amplificación, cajas de aislamiento, cabinas para batería e instrumentos musicales electrónicos. Al mismo tiempo, no se usarán altoparlantes para monitoreo y los músicos se escucharán a sí mismos y a los otros miembros de la banda vía una mezcla de auriculares ajustable individual. Todo esto traerá varias ventajas para la irradiación acústica, además de proteger la audición de los músicos.

El nuevo Silent Stage estará en el Hall 4.1 (audio + multimedia) donde los visitantes pueden ver productos y servicios relacionados con micrófonos, sonido portátil, sonido para conciertos, sonido instalado, producción, radio y tecnología para redes y medios. ■

MÁS INFORMACIÓN

musikmesse.com
prolight-sound.com



Audio | Video | Iluminación | Instrumentos Musicales | DJ | Escenarios

sound:check

La Industria de la Música y el Espectáculo

XPO

15
Años



ABRIL Dom Lun Mar 2017

CIEC-WTC CIUDAD DE MÉXICO

¡Regístrate 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.

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

ALIADOS:



Primera edición de Expo Music en Guatemala

Krea organizó por primera vez esta feria para la industria musical local, realizada del 27 al 29 de enero en el predio Forum Majadas en Ciudad de Guatemala



Escenario al aire libre



Vista general de la expo



Stand de Inresa



Stand de Crossroads

El evento presentó tres escenarios y más de 4.000 m2 con la participación de empresas de productos y servicios musicales, más de 30 artistas guatemaltecos, capacitaciones, conferencistas nacionales e internacionales, concursos de canto y guitarra y, sobre todo, música.

Los visitantes participaron de un acercamiento con todo tipo de instrumentos, equipos musicales, artistas,

músicos y pudieron aprender de las conferencias, dictadas por profesionales locales y también de las marcas internacionales que se hicieron presentes en los stands de los distribuidores, como Do Mi Sol, SuperSonidos, iShop, ProSound, Inresa, Crossroads, Super Bocinas y Electrónica Panamericana, entre otros.

También se impartieron varias sesiones educativas a través de AES Sección Guatemala y Escuela Superior de

Arte, y se contó con la participación de diversos tipos de bandas locales tanto dentro de la expo como en el escenario montado en el exterior de día y de noche.

Entre el público hubo músicos, productores, managers, DJs, estudiantes y también niños, dispuestos a descubrir más conocimientos y experimentar con los equipos e instrumentos disponibles. Los organizadores ya están trabajando en la edición 2018. ¡Más noticias en breve! ■



Stand de Electrónica Panamericana



Stand de ProSound



Stand de iShop



Do Mi Sol Music School



Los niños también presentes



Stand de Super Bocinas



Stand de SuperSonidos

MÁS INFORMACIÓN
expomusicgt.com
ExpoMusicGT



CONOCE A LAS NUEVAS ESTRELLAS DEL ESCENARIO



PLATINUM SEVEN™
19 LEDs multichip de 25 W
(RGBW + Ámbar + Cyan + UV)

PLATINUM 1200 WASH™
19 LEDs RGBW de 65 W Con aparatos
wash de descarga de 1500 W

RAYZOR 360Z™
3 LEDs RGBW de 60 W
Rotación continua completa 360°

CREA LA VISIÓN | ENTREGA LA EXPERIENCIA

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

ELATION PROFESSIONAL EUROPE
info@elationlighting.eu
+31 45 546.85.66

ELATION PROFESSIONAL MEXICO
ventas@elationlighting.com
+52 (728).282.7070



mPiano de Alpha Pianos

Conoce un nuevo concepto de piano, con diseño moderno y diferente de lo que hemos visto hasta ahora, que inclusive puede ser controlado por una app



Los creadores son Alpha Pianos, una empresa de Austria que está en el mercado desde 2008 y desarrolla y distribuye instrumentos musicales electrónicos de diferentes tipos teniendo siempre en cuenta el diseño y las propiedades técnicas.

mPiano es un controlador MIDI dando la oportunidad de tocar con teclas de piano reales con opciones de control incorporadas.

Superficies de teclas sensibles al tacto y sensibilidad de presión/liberación dan control en tiempo real cada vez que se toca una nota musical.

Sensibilidad al tacto

Por debajo de cada tecla hay un sensor que reconoce la localización y movimiento de cada dedo, los cuales pueden ser configurados por altura tonal, aftertouch o cualquier otro controlar continuo (MIDI CC) a través

de la aplicación para iPad mPiano. Inclusive la longitud del área sensible al tacto de las teclas puede ser definida y personalizada en hasta cuatro zonas divididas de teclado.

Resortes con memoria

Una de las innovaciones de mPiano es el peso de las teclas. Por primera vez es posible tener una "contrafuerza" constante en cada tecla, sin importar cuánto sea presionada - una propiedad de acción de piano real. Esto es logrado por resortes con memoria de formato debajo de cada tecla que recuerdan su forma cuando la tecla es liberada.

Sensores ópticos debajo de cada tecla miden la velocidad del movimiento vertical, dando diez veces más precisión que MIDI.

Características:

- 88 teclas de piano largas originales;
- Sensor debajo de la superficie de cada tecla;
- Resistencia de tecla constante a través de resortes de aleación innovadores con memoria de formato;
- Sensores ópticos de alta resolución que miden hasta los más mínimos movimientos de las teclas;
- Hasta cuatro zonas de división de teclado con características individuales;
- App iOS para configurar seteos de controlador en tiempo real individuales y crear set lists;
- Superficie de teclas Nanotech;
- Se puede usar la App para transferir programación y playlists al controlador vía WLAN o LAN (configuración de note-on y note-off threshold, deslizador sensible al tacto, presión de tecla; configuración de pedal, set lists para operación en vivo, entre otros) ■

MÁS INFORMACIÓN

www.m-pianos.com

Alpha Pianos





¡Pida ya mismo su lista de precios!

música&mercado
Síguenos!



Fique por dentro de todas las noticias del mercado de audio,
iluminación e instrumentos musicales!

www.musicaymercado.org

fb.com/musicaymercado



twitter.com/mmlatinamerica



[plus.google.com/
+musicaymercadoorg](https://plus.google.com/+musicaymercadoorg)



instagram.com/musicaymercado



B&C SPEAKERS
15RBX100

El subwoofer de alta proyección 15RBX100 presenta una bobina de voz de alambre de cobre de 25mm de altura, 4" (100mm) de diámetro, que está combinada con una araña de silicona doble laminada, un cono curvilíneo resistente al agua y triple envoltura de rodillos para una linealidad y excursión aún mayores. Su estructura de motor resistente a la corrosión incorpora un anillo de demodulación de aluminio que controla aumento inductivo, así como la distorsión armónica y de intermodulación.

Contacto: www.bcspeakers.com



HOHNER

Ozzy Osbourne Harp

Ozzy Osbourne y HOHNER se han unido para entregarle al mundo la armónica más rockera. Sé parte del viaje del padrino del heavy metal y sigue sus pasos musicales con este instrumento, incluyendo 30 días de lecciones gratuitas de armónica. Además, hay 50 tickets dorados ocultos al azar en las Ozzy Osbourne Harp, algo tipo Charlie y la Fábrica de Chocolate. Así que si consigues el ticket ganarás una edición especial de la armónica, firmada y tocada por Ozzy.

Contacto: www.playhohner.com



ELIXIR

OPTIWEB Coated Electric Strings

Estas nuevas cuerdas con revestimiento Optiweb fueron creadas para los músicos buscando el tacto natural de una cuerda sin revestimiento, sin sacrificar la vida del tono. Están disponibles en cinco calibres. Las cuerdas Electric Nickel Plated Steel Strings with OPTIWEB Coating son para guitarra eléctrica construidas con cable de envoltura de acero recubierto en níquel, con tecnología que protege contra corrosión común y la acumulación de desechos, además de enchapado antioxidante.

Contacto: elixirstings.com



IK MULTIMEDIA

iRig Nano Amp

iRig Nano Amp es un micro amplificador e interfaz para iOS compacto y autónomo que funciona con pilas y que se puede usar por sí mismo, con auriculares o con una caja de altavoz. Este amplificador puede operar con una caja de guitarra de hasta 4x12", aunque su versatilidad está dirigida por sus circuitos que le permiten conectarlo a un iPhone o iPad con el cable TRRS incluido. Se puede operar en dos modos diferentes: Amp (un amplificador independiente para practicar espontáneamente en cualquier lugar) y Device (como una interfaz y amplificador para dispositivo iOS).

Contacto: ikmultimedia.com



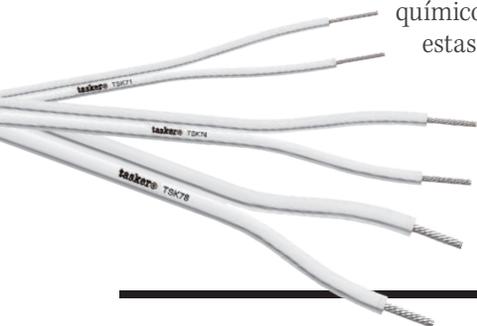
TASKER

Cables planos divisibles

Los nuevos cables planos con secciones diferentes van desde los 0,35mm² hasta 4,00mm², destacando por su suavidad y flexibilidad. Los cables son realizados con una cobertura de goma de silicona para ocasiones especiales. La goma de silicona es un material retardante sin halógeno y resistente al aceite, agua, rayos UV, así como agentes químicos y ambientales. Todas estas características lo

hacen particularmente adecuado para aplicaciones en exteriores.

Contacto: www.tasker.it



POWERSOFT

Serie Quattrocanali

La nueva plataforma de amplificación de cuatro canales de Powersoft incluye tres modelos: Quattrocanali 4804: 1200 W por canal @ 8 ohms; 1500 W por canal @ 2 ohms; 3000 W en configuración puente @ 4 ohms; Quattrocanali 2404: 600 W por canal @ 8 ohms; 800 W por canal @ 2 ohms; 1200 W en configuración puente @ 4 ohms; y Quattrocanali 1204: 300 W por canal @ 8 ohms; 500 W por canal @ 2 ohms; 1000 W en configuración puente @ 4 ohms. Este lanzamiento completa la Serie de Instalación de Powersoft que incluye a las líneas Duecanali (2 canales) y Ottocanali (8 canales).

Contacto: powersoft-audio.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 • 37
MARTIN GUITAR..... martinguitar.com • 25
TWIN TRADE MUSIC CORP..... twinstrademusic.com • 81

Batería / Percusión

EVANS evansdrumheads.com • 69
ODERY odery.com.br • 33
PEACE DRUMS..... peace-drums.com • 19
PROMARK..... promark.com • 71
SABIAN..... sabian.com • 55
TYCOON..... tycoonpercussion.com • 43
ZILDJIAN zildjian.com • 59

Amplificadores / Audio Profesional

AUDIO-TECHNICA..... audio-technica.com • 2
AUDIO CENTER..... ac-pro.net • 7
B&C SPEAKERS..... bcspeakers.com • 17
CELESTION..... celestion.com • 83
D.A.S. AUDIO dasaudio.com • 84
DB TECHNOLOGIES dbtechnologies.com • 35
EMINENCE..... eminence.com • 4

FANE..... fane-international.com • 9
FBT..... fbt.it • 3
FISHMAN..... fishman.com • 13
FOCUSRITE focusrite.com • 11
JTS jts.co.tw • 6
LD SYSTEMS ld-systems.com • 63
SHURE..... shure.com • 49

Iluminación

CAMEO LIGHT cameolight.com • 41
ELATION..... elationlighting.com • 5, 77

Accesorios

D'ADDARIO..... daddario.com/woodwinds • 67
ELIXIR elixir.com • 27
IBOX..... iboxmusical.com • 79
MARTIN STRINGS..... martinstrings.com • 47
TASKER tasker.it • 65

Ferias / Eventos / Asociación

SOUNDCHECK XPO soundcheckexpo.com.mx • 75
SUMMER NAMM namm.org/summer/2017 • 73



Latin America Music Market Distribution



They choose...

Twins Trade Music Corp.

info@twinstrademusic.com

7950 NW 53rd St., Suite 337, Miami, FL 33166, USA

Tel.: +1 (786) 228-5855 • +1 (866) 480-9591

www.twinstrademusic.com

@twinstrademusic

fb.com/twinstrademusic



Errores que las empresas cometen con el marketing relacional

Especialista en marketing digital enseña formas de relacionarse con el cliente que todas las empresas pueden usar para aumentar la facturación

Con más de ocho años de experiencia en marketing digital con la Agencia Mestre, Fabio Ricotta destaca que, dentro de todos los factores considerados para el crecimiento de una empresa en internet, la relación con el cliente es uno de los más semejantes a lo que debe ser hecho en el ambiente offline. “Al final de cuentas, el comportamiento frente a un cliente, sea él cual fuera, debe ser siempre atento y enfocado en la calidad”, explica el empresario. Por eso, Ricotta detalla algunos errores más comunes que pueden ser evitados por cualquier empresa en la relación con los clientes.

¿Cuál es el primer error en general?

“Encarar al cliente como un simple número. Tanto un contacto vía e-mail como un comprador de una tienda o un posible representante a realizar un negocio, es un gran error considerarlo sólo uno más. Es importante entrenar siempre la visión de que los clientes no son sólo un número. Son personas con problemas que puedes resolver”.

¿Qué recomendaciones hacer para vender más de una vez?

“El remarketing es una de las prácticas más importantes para vender más y aumentar la facturación. Si bien ad-

ministrar listas de remarketing en Google AdWords y Facebook forma parte del trabajo primordial de marketing digital, es posible mantener el pensamiento de que no se vende o no se llega a un cliente una sola vez. El simple hecho de encarar a todo cliente como alguien que deberá regresar, y todo potencial cliente como alguien a pocos pasos de la compra, permite crear acciones inteligentes y dirigidas a la experiencia del cliente”.

¿Qué debemos tener en cuenta en la posventa?

“Hasta las encuestas de satisfacción, que son material básico para que cualquier empresa pueda comprender cuán satisfechos están los clientes, son poco utilizadas. Es necesario dedicar parte del esfuerzo a saber el nivel de satisfacción de los clientes, pues eso puede evitar que la empresa pierda el cliente. También hay que estar alerta al hecho de que no es necesario quedarse sólo con las encuestas de satisfacción. Dependiendo de tu negocio, puedes simplemente enviar un e-mail o llamar a los clientes y entender qué ellos piensan de los productos o servicios. Existen herramientas de encuestas online que también pueden ser utilizadas”.

¿Qué otro error debemos evitar?

“Olvidarse del cliente. Aunque parezca obvio, existen empresas que terminan olvidándose de determinados clientes, sea porque creen que el servicio viene siendo prestado sin problema, o porque no hubo más interés en comprar más productos. Lo importante es intentar siempre adelantarse a las demandas que pueden venir del cliente, y usar todas las herramientas posibles para recordar las fechas importantes, como el día de la profesión de él o la fecha de cumpleaños, especialmente en las tiendas minoristas”.

¿Es importante invertir en la solución de los problemas?

“¡Sí! Es importante invertir en facilitar al máximo la vida del cliente. El mundo en general ya presenta dificultades, por eso vende más la empresa que logra facilitar todo lo que fuera posible para el cliente. Actualmente, una atención al cliente vía Whatsapp puede ser la manera más fácil de mantener contacto. Todo necesita ser lo más simple posible, por eso es necesario invertir en sitios y sistemas intuitivos. Siempre pregúntate si estás ayudando al cliente a tener menos problemas o dándole aún más trabajo”. ■

Información Interna

Los mayores nombres en PA cargan sus cajas con Drivers de Audio Pro de Celestion

Ya sabías que Celestion es la voz del rock & roll cuando se trata de altavoces para guitarra. Pero ¿sabías que marcas líderes en PA eligen los Drivers de Audio Pro de Celestion para sus productos de mejores ventas?

Nuestro enfoque innovador en el diseño nos ayuda a desarrollar altavoces de gran sonido que proveen confiabilidad y funcionamiento de alto nivel a precios verdaderamente competitivos. Dale a tus clientes la elección de la industria. Ten en tu stock Drivers de Audio Pro de Celestion.



Descubre más



celestion.com

CELESTION



Ovi12

El Ovi12 es un altavoz único y versátil. El Ovi 12 se puede montar en paredes, empotrar en estructuras de techos o suspenderse como un altavoz colgante. Todo con la claridad y potencia de un verdadero sistema de dos vías.

Incluyendo un altavoz coaxial de 12" alojado en un ligero armazón de polipropileno, el Ovi 12 se puede utilizar para proporcionar una excelente inteligibilidad de la palabra y una completa y rica reproducción musical, en espacios abiertos como restaurantes, discotecas, tiendas, iglesias y salas de convenciones. Dispone de una amplia variedad de accesorios para facilitar su instalación.



Para montajes en el techo necesita accesorio AXC-Ovi12-60

www.dasaudio.com

D.A.S. Audio, S.A.
C/ Islas Baleares, 24
46988 Fuente del Jarro
Valencia - Spain
Tel. +34 961 340 860

D.A.S. Audio of America, Inc.
6900 NW 52nd Street
Miami, FL 33166 - U.S.A.
Toll Free: 1 888 DAS 4 USA

D.A.S. do Brasil
Rua dos Andradas, 382 SL
Santa Efigênia - São Paulo/SP
Tel.: (11) 3333-0764