



MÚSICA & MERCADO

AUDIO PRO & ILUMINACIÓN | PRODUCTOS MUSICALES | ENTERTAINMENT BUSINESS



Bruno Moura, Rodrigo Rihl Kniest y Luciano Sasso

HARMAN EN AMÉRICA DEL SUR

La filial brasileña de Harman se está encargando desde hace un año del resto de América del Sur. Siguiendo la estrategia exitosa empleada en Brasil, está replicando las acciones en el resto de los países, con más personal capacitado distribuido por la región. El foco: mejorar la experiencia de los distribuidores y clientes. Rodrigo Rihl Kniest, vicepresidente para América del Sur y presidente de Harman de Brasil, explica el trabajo de la empresa en esta entrevista exclusiva. PÁG. 40

LEGATO SALES

La empresa se encarga de representar diversas marcas en nuestra región y trabajar junto a los distribuidores. ¡Conócela! PÁG. 28

MONSTER GUITAR LAB

Reparaciones, personalización, modificación de instrumentos y mucho más desde Ecuador. PÁG. 68

PRS GUITARS

El mercado de las guitarras sigue activo y así lo demuestra PRS. Mira cómo está siendo el trabajo en América Latina aquí. PÁG. 22

MUSIC CHINA

La feria cerró su edición de 2018 con más de 100.000 visitantes y 2.252 expositores. Allí estuvimos para mostrarte la acción en sus pabellones. PÁG. 38



NUEVA Serie 3000

El sistema inalámbrico de cuarta generación amplía las posibilidades de rendimiento

- Ancho de banda de sintonización UHF de 60 MHz extremadamente ancha, líder en su clase, para ofrecer la máxima versatilidad
- Función True Diversity, que reduce las pérdidas de señal
- Botón multifunción exclusivo en los transmisores de mano y *body-pack* que puede emplearse para conmutar a una frecuencia de respaldo en caso de que se produzca interferencia
- Función de silenciador automático (Auto Squelch) que ajusta el valor del silenciador a fin de maximizar el rango de funcionamiento y minimizar la posible interferencia
- Escaneo de frecuencias y funcionalidad de sincronización por infrarrojos (IR) para una fácil configuración
- Transmisor de mano con adaptador de rosca estándar que permite el uso de seis cápsulas de micrófono de A-T intercambiables, así como otras cápsulas compatibles
- Nuevo conector de 4 pines para enroscar estilo cH en el transmisor *body-pack*



Bases de carga inteligentes opcionales

audio-technica.com

audio-technica

VENTIS



CALIDAD Y VERSATILIDAD

NUEVO DSP | 700W BF + 200W AF | MODELOS ACTIVOS O PASIVOS



206A

108A

110A

112A

115A

112MA

115MA

FBT

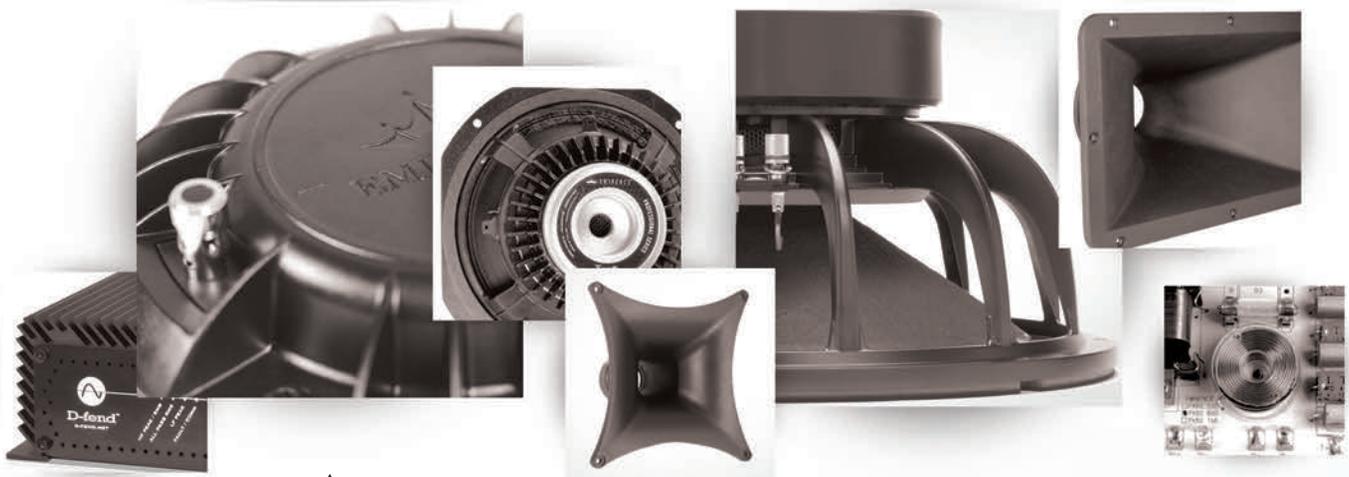
Made in Italy

www.fbt.it



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.cotzul.com

Bless Technology
www.blesstech.com.br

Intermark Industries
www.intermarkindustries.net

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

Oidos
www.oidos.net

Prind-Co
www.prind-co.com

Sensey Electronics
www.sensey.com.mx

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

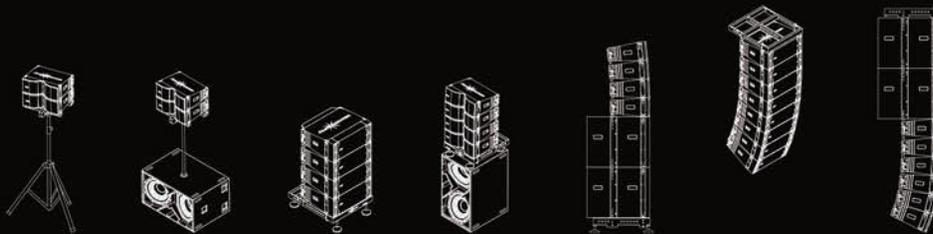
Audiocenter

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



el paso fácil hacia la **mezcla digital en vivo**

Studiomaster
since 1976

digilive 16
DIGITAL MIXING CONSOLE 16RS
16P-600



digilive16

digilive16RS



- 16 canales de entrada - 12 micro / 2 estéreo
- 2 entradas digitales estéreo - USB & s/pdif
- 16 buses internos
- 8 motores de efecto internos de alta calidad
- 8 salidas asignables inteligentes
- 9 faders motorizados de 100 mm (digilive16)
- Pantalla táctil de 7" grande e intuitiva
- Control total por tablet con app* gratuita
- Performance superior a un precio increíble

* App digilive gratuita disponible en el App Store de Apple



mezcla digital facilitada

ARGENTINA
Elecom
www.elecom.com.ar

BRASIL
Turbo Music
www.turbomusic.com.br

BOLIVIA, CHILE & PERU
CYV Music
www.cyvmusic.cl

ECUADOR
Vallparr
www.vallparr.com

MEXICO
Hi Tech Audio
www.hta-audio.com

PORTUGAL & ESPAÑA
CSSOM
www.cssom.pt



RŪ-8011DB · RŪ-8012DB

Sistema Diversity UHF PLL de canal simple o doble

¡Pasa a lo inalámbrico con JTS!

Los modelos RU-8011DB y RU-8012DB están diseñados con tecnología inalámbrica de 2º generación de JTS, que provee características completas incluyendo larga distancia de operación, audio sorprendente y varias funciones innovadoras. Aún así la serie RU ofrece precios muy accesibles.



REMOSET[®] patentado por JTS

Tecnología de Sincronización Ultrasónica
Envía fácilmente el canal/grupo y otros datos de programación al transmisor con sólo apretar un botón.



Auto Apagado

La característica de Auto Apagado puede programarse para apagado o encendido con selección de 1, 10 y 30 minutos. Esto ahorrará vida de batería y evitará sobre descarga.



Rápido interruptor Mute ON / OFF

La función Mute puede ser fácilmente encendida o apagada por el usuario.

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



MÚSICA&MERCADO

10 EDITORIAL

12 UPDATE

14 ÚLTIMAS Noticias

18 SET UP Myles Kennedy

62 CHILE Audiomusica – Parque Arauco

64 ESPAÑA Musical Campos

66 BRASIL Music Store

74 INNOVACIÓN ProPles IQ Tester de TMB

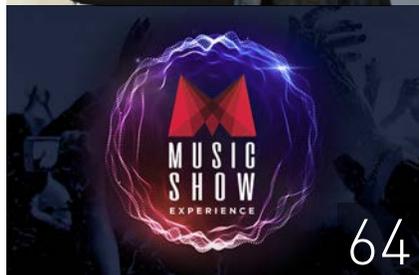
76 PRODUCTOS

82 CONTACTOS

COLUMNISTAS

55 ¡Jamás anticipes el no!
por Luiz Carlos Rigo Uhlík

56 Acelerador de ventas
por Joey Gross Brown



38 TAPA

Harman en América del Sur

Harman de Brasil ha tenido éxito en su trabajo en el país. Tal ha sido su buen trabajo y resultados que desde hace un año se ha hecho cargo de las operaciones de Harman en el resto de los países de América del Sur. Mira qué estrategias están siendo aplicadas en este artículo.



NOTAS

20 **MUNDO DIGITAL** Siete consejos de inbound marketing para aplicar en el e-commerce

22 **DISTRIBUCIÓN** Legato Sales: representación de marcas en América Latina

24 **GESTIÓN** Adam Hall Group amplía su equipo de ventas internacional

26 **HANDMADE** Personalización de instrumentos en Monster Guitar Lab

28 **ILUMINACIÓN** ONYX: nuevo software es el lanzamiento de Obsidian Control Systems

30 **ENTREVISTA** Los primeros pasos de Antonio Zacarías en Bose

32 **CORPORATIVO** RCF anuncia la adquisición de EAW

34 **MERCADO** PRS Guitars activa en los países de habla hispana

44 **SOFTWARE** Powersoft lanza nuevo ArmoníaPlus para control de amplificadores y altavoces

48 **VISIÓN DE PRO** Rayani Martins entra a la familia Shure

50 **EVENTO** Pablo Alborán usa iluminación Robe en su gira "Prometo"

51 **TECNOLOGÍA** Nuevos Custom Shop online y sistema WMS en Sabian

52 **VENTAS** Cómo la herramienta NPS puede ayudar en tu negocio

54 **COLABORACIÓN** GHS Strings se asocia con Eastwood Guitars

64 **FERIA** Music Show Experience

66 **FERIA** CAPER Show en Buenos Aires

68 **FERIA** Music China 2018 se afirma como la principal feria de instrumentos de Asia

72 **FERIA** Musikmesse y Prolight + Sound 2019: ¡Unidas son más fuertes!

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

Editorial y Marketing

Ann Lévizon

Director de Arte

Dawis Roos

Ventas internacionales

sales@musicaymercado.org

Administración y finanzas

Rosângela Ferreira

Suscripción

Caio Macedo Bacci

assinaturas@musicaemercado.org

Colaboradores

Carlos Cruz, Joey Gross Brown,
y Luiz Carlos Rigo Uhlik

Impresión

Nywgraf Gráfica e Editora

Música & Mercado®

Phone: +55 (11) 3567-3022

P. O. Box: 79.766

CP (Zip code): 04601-970

San Pablo/SP – Brasil

TreeMedia 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

Síganos: twitter.com/musicaemercado

Socios Estratégicos/Strategic Partners

NAMM



musikmesse

music
CHINA



DANIEL A. NEVES

CEO & PUBLISHER



“Errar es humano.
Culpar a otra persona es política.”
— Hubert H. Humphrey*

LOS MOTIVOS PARA SEGUIR CREYENDO Y LA VIGILANCIA

No es de ahora que los extremistas tomaron la línea de frente de los debates políticos en diversos países del mundo. Por un lado, aquellos que se ponen en el papel de entidad mayor del bien supremo y apuntan en dirección del otro, como quien delata al demonio. El problema de este tipo de actitud es una sociedad dividida.

Al final, queremos un país mejor para vivir, con seguridad, vivienda, alimento y educación y deberíamos discutir la forma en la cual llegar a estos puntos, no el carácter de las personas.

En este nuevo año, debemos ser vigilantes con el proceso de los proyectos políticos. Menos precipitados y más atentos.

Hablando del mercado de audio e instrumentos musicales, la búsqueda también es por el mejor futuro de los comerciantes y marcas. Para muchos proveedores, la venta directa a través de canales digitales es una realidad, no un futuro. La cuestión es el peso de la marca y la política de venta en sus canales. Hay quienes quieren vender productos más baratos y el que sufre es el mercado. Proveedores sin marca establecida, necesaria y fuerte, han estado teniendo dificultad para poner sus tiendas virtuales en práctica.

Por otro lado, más tiendas han importado directamente, sea a través de Alibaba.com o contrabandistas. En la práctica, esto disminuye la venta de las tiendas que trabajan legalmente, representantes comerciales y de los proveedores oficiales.

Para aquellos que no se adaptan a los cambios, el prójimo es quien tiene que cambiar, pero el mundo no funciona así.

Que 2019 nos de sabiduría y madurez para enfrentar los desafíos y todas las cosas buenas que el año traerá. ¡Feliz año!

DANIEL NEVES

CEO & PUBLISHER DE MÚSICA & MERCADO

TWITTER/DANIEL_NEVES

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

*(1911-1978). Fue el 38° vicepresidente de Estados Unidos, durante el mandato del presidente Lyndon B. Johnson, de 1965 a 1969.



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: HARMAN IN SOUTH AMERICA

Almost a year ago, Harman Brazil has taken charge of the company's business and operations all over the South American market. The strategy made the company grow in Brazil so they decided to replicate actions in the rest of South America. The company has dedicated teams to develop brands in the region even more and has created and implemented a well structured plan to get things well done, with customized regional strategies and local staff to provide a better service to partners and customers. Rodrigo Rihl Knies, vicepresident for South America and Harman Brazil's president, gives all details in this exclusive interview. **PAGE XX**



INTERVIEW: ANTONIO ZACARÍAS IN BOSE

Bose Professional announced the hiring of Antonio Zacarias as manager for Latin American markets. Would you like to know which his moves will be? Check this interview out! **PAGE XX**



HANDMADE: INSTRUMENTS CUSTOMIZATION IN MONSTER GUITAR LAB.

The company was founded 10 years ago in Ecuador and provides different services to repair and maintain several kinds of musical instruments. Meet them here. **PAGE XX**



CORPORATE: ADAM HALL GROUP PIDEN INTERNATIONAL SALE TEAM

Como grupo global en rápido crecimiento, Adam Hall Group is growing all over the world and has decided to widen its sales team to take the most of its company development and positive results. See all the information on **PAGE XX**



LIGHTING: ONYX, NEW SOFTWARE BY OBSIDIAN CONTROL SYSTEMS

ONYX has been designed to be used with all Obsidian lighting control systems. Learn more on the new platform on **PAGE XX**



DISTRIBUTION: LEGATO SALES

The company was born this year but owner already had a wide experience in the market. They represent big brands like Orange, Fender Specialty Brands and Celestion, among others, in Latin America. What do they do? We show you on **PAGE XX**



MARKET: PRS GUITARS'S ACTION IN SPANISH-SPEAKING COUNTRIES

The guitar market is definitely not dead! PRS will show you how the company and products are doing in this article. **PAGE XX**



TRADE SHOW: MUSIC CHINA 2018

Four days, 110,381 visitors and 2,252 local and international exhibitors. With those numbers, Music China positions as the most important trade show in Asia. We've been there and show you some of the action. **PAGE XX**

TRADE SHOW: MUSIKMESSE AND PROLIGHT+SOUND 2019 ARE COMING

Both shows will be carried out in parallel again, from April 2nd to 5th in Frankfurt. Why organizers decided to run them over the same days once again? All explanations on **PAGE XX**





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

AUDIO

COLOMBIA

VIO L212 de dBTechnologies en Tecnomultimedia InfoComm Colombia

dBTechnologies y su distribuidor oficial en el país All Music Corp., participaron de la expo en Bogotá y realizaron la presentación oficial del sistema VIO L212. Combinando rendimiento y versatilidad, VIO L212 se adapta a una variedad de aplicaciones, siendo de esta manera, el line array que incluye mayor cantidad de características tecnológicas de la compañía. Tecnomultimedia Infocomm Colombia brindó la mejor oportunidad de presentar esta solución de sistemas de line array a gran escala para conciertos y giras e introducirlo en el amplio mercado latinoamericano, con la realización de dos jornadas de demostraciones.



ARGENTINA

Rose in Río agrega más equipamiento Powersoft

Desde su inauguración en agosto de 2017, Rose in Río se posicionó como el club nocturno de mayor crecimiento en la noche de Buenos Aires. Para continuar proviendo altos estándares de entretenimiento, sus propietarios decidieron realizar algunas adaptaciones de las zonas internas y fundamentalmente de la gran terraza externa situada sobre la ribera del Río de la Plata. En la parte interna fue agregado un amplificador Powersoft M50Q DSP+ETH que amplifica ocho gabinetes STS Línea V10, marca propia de Equaphon, distribuidor de Powersoft en Argentina y Uruguay. El rack quedó ahora constituido por un amplificador Powersoft X4 y cinco amplificadores Powersoft M50Q DSP+ETH, todo controlado con el software Armonía Pro Audio Suite. Otro de los cambios fue la incorporación de una segunda cabina de DJ en la terraza externa. Para sonorizar este sector fueron utilizados seis gabinetes STS Línea V5 (tres por lado) y cuatro gabinetes STS Concerto SUB (dos por lado) como sistema principal. Este sistema se encuentra amplificado por dos Powersoft K3 DSP+AESOP y un K10 DSP+AESOP.



INTERNACIONAL

Shure anuncia nuevos vicepresidentes de ventas globales

Peter James fue nombrado vicepresidente de ventas globales para audio profesional. Peter ha sido parte del mercado de audio desde hace 30 años, más de 20 de ellos en Shure. Bajo su liderazgo, Shure Reino Unido obtuvo un crecimiento de ventas considerable en importantes sectores de mercado. Peter trabaja en Waltham Abbey, Reino Unido. Asimismo, Abby Kaplan fue nombrada vicepresidente de Ventas Globales para Retail. Abby está en Shure desde 1998, habiendo ocupado varios puestos de ventas. Abby trabaja en la oficina de Shure en el centro de Chicago. Por su parte, José Rivas fue nombrado vicepresidente de Ventas Globales para Mercados Emergentes. José liderará las organizaciones de ventas en los mercados en desarrollo en todo el mundo. José trabaja en la ciudad de San Pablo, Brasil. Y finalmente, Jim Schanz fue nombrado vicepresidente de ventas globales para sistemas integrados. Jim entró a Shure en 1998 y actuó con éxito en diversos puestos de ventas. En 2011, asumió el liderazgo del área de desarrollo de mercado de Shure. Sus esfuerzos e iniciativas han producido una subida considerable en las ventas desde 2013. Jim trabaja en la oficina de Shure en el centro de Chicago.



ARGENTINA

Audio-Technica captura el audio en los Juegos Olímpicos de la Juventud en Argentina

Los Juegos Olímpicos de la Juventud se celebraron entre el 6 y el 18 de octubre en Buenos Aires, un evento multideportivo organizado por el Comité Olímpico Internacional. Buenos Aires 2018 fue el escenario de 32 deportes y 36 disciplinas. Para el mismo se empleó una amplia selección de micrófonos Audio-Technica: micrófonos de condensador línea + gradiente (tipo cañón) BP4071, micrófonos de condensador línea + gradiente (tipo gradiente) BP4073, micrófonos lavalier de condensador omnidireccional subminiatura AT899 y micrófonos dinámicos cardioideos BP4001 (de mano, para entrevistas).



INTERNACIONAL

Tasker ofrece recubrimientos de cable para todo tipo de aplicaciones

Con investigación y desarrollo constante de materiales de construcción,

Tasker proporciona la posibilidad de producir cables para audio y video con diferentes recubrimientos dependiendo de la aplicación específica. Para el mercado de la música, el cable con PVC suave con pocas orillas es más apreciado, mientras que los clientes de servicio prefieren la flexibilidad y resistencia mecánica del material Poliuretano, resistiendo varios agentes atmosféricos. Todo eso lo hace apropiado para aplicaciones en interiores y exteriores, al igual que el Polietileno que permite a los clientes tener alta resistencia al agua y los químicos con bajos costos de instalación. Para instalaciones públicas, la empresa recomienda el recubrimiento Low Smoke Zero Halogen (bajo humo, halógeno cero) pero para aplicaciones médicas recomienda la Silicona. Para instalación bajo tierra, aunque no tienen protección, la empresa hace blindaje trenzado metálico cubriendo toda la funda del cable. ¿Quieres más información? Puedes encontrar muchos datos en el nuevo sitio web de la empresa tasker.it.



MÉXICO

Harman tiene nuevo formato de capacitaciones

Para facilitar el aprendizaje de las tecnologías Harman, la empresa está brindando capacitación técnica para los usuarios. “El éxito de Harman se mide por el éxito de nuestros clientes, razón por la cual, nuestra estrategia comercial en México consiste en brindar un soporte completo que ofrezca servicio técnico, capacitación, asesoría y certificaciones de primera calidad que le darán un valor a nuestros distribuidores en el mercado,” comentó Roberto Fonseca, Service Manager en Harman Professional. A través de este nuevo formato de capacitaciones, Harman ofrece a sus socios, integradores y distribuidores la oportunidad de dominar el uso de los equipos por medio de sesiones “Hands-On”, que consisten en desarmar y armar los equipos, con el fin de que los participantes puedan solucionar y diagnosticar fallas eléctricas y mecánicas de manera adecuada, brindando así a sus clientes un servicio de posventa completo y especializado.



Hand-On en México

ARGENTINA

Equaphon contrata nuevo gerente comercial

Equaphon ha incorporado a su staff a Gabriel Priore como gerente comercial. Con amplios conocimientos en materia de comercio exterior



Gabriel Priore

y desarrollo de nuevos mercados, Gabriel se unió al equipo para potenciar el crecimiento comercial de la compañía y el posicionamiento de marcas tanto en el mercado local como en el exterior, colaborar en el desarrollo y la implementación del plan estratégico, y a su vez seguir profesionalizando el área. Con 25 años de experiencia en el gerenciamiento de empresas de distintos rubros, siendo los últimos 15 de audio profesional, Gabriel se sumó a Equaphon en agosto con base en las oficinas comerciales y administrativas en Devoto, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, quedando al mando de un amplio equipo de ventas y aportando nuevas ideas para seguir apostando a la mejora continua, y de esta manera continuar brindando soluciones cada vez mejores.

Sistema portátil de line array

- Rango de frecuencia ancha
- Line array de 4x2" con subwoofer de 10"
- Amplificador Clase D de 450 W
- DSP para cambio de tono

Representación en Latinoamérica
SSI / info@studiosoundintl.com

USA Office :
Cell (201)-519-0299

E-mail annie@leem.co.kr
Web www.leemusa.com / www.leem.co.kr
www.forceonaudio.com

INTERNACIONAL

Impulse Responses de Celestion en el nuevo sistema operativo de Kemper

Kemper ha lanzado el nuevo sistema operativo Profiler 5.5.2, que incorpora un paquete de funciones y complementos que incluyen 18 Impulse Responses de Celestion especialmente seleccionados. El clásico tono de altavoz de guitarra Impulse Responses que se incluye con el nuevo sistema operativo 5.5.2, viene con muestras selectas de los altavoces A-Type, Celestion Blue, Celestion Cream, Classic Lead 80, G12H Anniversary, G12-35XC, G12H-150 Redback, G12M Creamback, G12M Greenback, Neo Creamback y otros, que ya han sido formateados previamente para usar con el sistema Kemper. Los tonos Celestion IR adicionales disponibles para descargar en CelestionPlus se pueden formatear fácilmente para el Profiler utilizando Cab Maker.



MÉXICO

Tonio Ruiz a cargo de Focusrite Guitar Masterclass

Focusrite y Casa Veerkamp presentaron la primera masterclass de guitarra en México con el guitarrista y productor Tonio Ruiz. El evento gratuito dio a los entusiastas de la guitarra la oportunidad de oír algunos consejos de Tonio y trucos de grabación. Tonio Ruiz ha sido guitarrista profesional, cantante y productor desde hace más de 25 años y ha lanzado colectivamente 10 álbumes con sus bandas de metal QBO y CODA. El evento fue realizado en QualityGuitar, una tienda de instrumentos musicales en Ciudad de México.



BRASIL

Fallecimiento de Giorgio Giannini

Chairman de Giannini, centenaria empresa de guitarras acústicas y otros instrumentos de cuerda, falleció el día 16 de octubre. Carismático y una de las personalidades más reconocidas en el sector, Giorgio deja tres hijos, siete nietos y un bisnieto. Giorgio fue una de las personalidades centrales del mercado de la música en Brasil en los últimos 60 años. Reconocido internacionalmente por su trabajo al frente de la empresa Giannini, y nacionalmente por su espíritu emprendedor.



ILUMINACIÓN

INTERNACIONAL

Synergy de Avolites gana premio de innovación PLASA

El software Synergy, que se lanzó en ProLight + Sound 2018 en Frankfurt, ha

sido elegido por un panel de jueces expertos, destacando que “abre las oportunidades creativas para los efectos visuales en el escenario y brinda oportunidades de ahorro de tiempo en el flujo de trabajo de producción”. La función Lightmap de Synergy permite que los usuarios puedan transmitir datos de color de video Ai a través de cualquier grupo de dispositivos, incluyendo aparatos RGB y CMY, para integrarlos instantáneamente en un lienzo de video más grande, lo que significa que todo, desde pantallas LED de alta resolución, hasta grupos de aparatos LED pueden ser controlados desde una interfaz de usuario intuitiva.



Equipo con el premio en Londres

MÉXICO

ADJ ilumina el club nocturno The City Cancún

Alejandro Vázquez, director de producción de Grupo AntroMex, es el responsable de la producción de audio, video e iluminación en todos los proyectos de la compañía. El espectáculo de iluminación en The City Cancún está construido sobre una gran estructura que Alejandro describe como una ‘araña’. Los Vizi Beam 5RX de ADJ fueron seleccionados por Grupo AntroMex para el club. Noventa de estas luminarias están instaladas en el techo, en su mayoría en ‘la araña’, con 40 unidades más colocadas en estructuras estáticas que se ubican en los lados del lugar y alrededor del escenario. Ocho Vizi Beam 5RX están instaladas en la truss circular central, 16 unidades más colocadas alrededor del círculo exterior. Esto crea un punto focal en el centro del gran espacio, directamente sobre la pista de baile principal, y permite movimientos circulares. Cinco luminarias más cuelgan de cada una de las ocho trusses a las que llaman ‘patas’.



INTERNACIONAL

Robert Juliat SpotMe gana Premio PLASA 2018 a la Innovación

SpotMe es el sistema de seguimiento en 3D a medida de Robert Juliat para los followspots y el único sistema de rastreo que se ejecuta a través de un seguimiento real.

El sistema SpotMe comunica las posiciones X, Y, Z y los parámetros del tamaño del haz a la consola. La consola utiliza todos los parámetros para controlar las luces automáticas o estáticas, y coordina la iluminación de la escena para seguir a los artistas, sin la necesidad de sensores o cámaras en el escenario/artista. Es un sistema atornillable que se puede agregar a los puntos de seguimiento existentes sin la necesidad de invertir en sistemas completamente nuevos. Los jueces consideraron a SpotMe merecedor de un Premio a la Innovación por "el enfoque que Robert Juliat ha tenido para el seguimiento de followspot usando un protocolo abierto para proporcionar datos de posición, no sólo iluminación, sino también sistemas de audio o video" y también fue notable por 'ser una unidad atornillada en lugar de un dispositivo de reemplazo'.



INTERNACIONAL

Brian Dowd es el nuevo director de ventas de GLP



Mark Ravenhill, presidente de GLP US, dijo: "Es fantástico que Brian se nos una en GLP. Habiéndolo conocido por muchos años, su conocimiento de la industria y su habilidad de hacer crecer mercados consistentemente, serán una gran adición a la compañía". Por su parte, Brian Dowd agregó: "Fui atraído a GLP porque no siguen a la manada, son únicos en seguir su propio camino creativo. La conexión tipo familiar entre el equipo de GLP fue algo inmenso para mí. No puedo exagerar la vibra positiva que el personal tiene". Con 40 años de experiencia en la industria, Brian estará bien equipado para ajustarse a la nueva posición. "Mi papel en GLP en América es crear crecimiento en el mercado. La innovación de producto combinada con soporte de clase mundial y el mejor equipo que puedas desear, alimentará ese crecimiento. Hay muchas oportunidades emocionantes ahí afuera, estoy esperando por todas ellas".

PUERTO RICO

Luces Robe en show de Bad Bunny

Bad Bunny, estrella puertorriqueña urbana de rap latina y reggaetón, está realizando su gira 'La Nueva Religión Tour', con diseño de iluminación de la profesional Krizia Velez.



La gira inició con 86 luminarias en su rig, incluyendo 22 Pointe y 18 LEDWash 800 de Robe, entre otras. Sin embargo, con la explosión de interés acerca de Bad Bunny, los conciertos se movieron a salas más amplias y tuvieron que ampliar el montaje. Las especificaciones actuales para el rig superior incluyen 28 BMFL WashBeam, 22 BMFL Spot y 40 Pointe/MegaPointe que se organizan en trusses con cinco capas dinámicas de iluminación. También tienen seis elevadores en el escenario, tres en cada lado, y el kit de piso incluye seis Pointe/ MegaPointe, 16 Spider de Robe y seis estrobos LED.

tasker Since 1977
...a project further...
NEW
HAVE YOU EVER THOUGHT ABOUT USING TASKER ACCESSORIES IN YOUR HIGH QUALITY INSTALLATIONS?
tasker trade mark of MILAN S.r.l. a socio unico 20090 Cusago - Milano Italy

THE BIGGEST RANGE OF AUDIO VIDEO BROADCAST

Require our new catalogues or download it from tasker.it

Over 70 certified products!

Integrated Systems Europe
VISIT US!

TP01, TP02, TP10, TP11, TP20, TP30, TP40

SP80 max. ø 5 mm, SP506RCAM max. ø 6 mm, SP82GB3.5S max. ø 6,5 mm, SP8463.5S max. ø 6 mm, SPM6_36A max. ø 6,5 mm, SPM6_36B max. ø 6,5 mm, SPM6S3XLR max. ø 7 mm

TK50 Jack stereo 3,5/2 Jack mono 6,3, TK60 Jack stereo 3,5/2 RCA, TK75 Jack stereo 6,3/XLR 3 Pin Male, DMX 110Q on 100 m. drum, DMX 110C on 100 m. drum

Premium Series Premade Cables

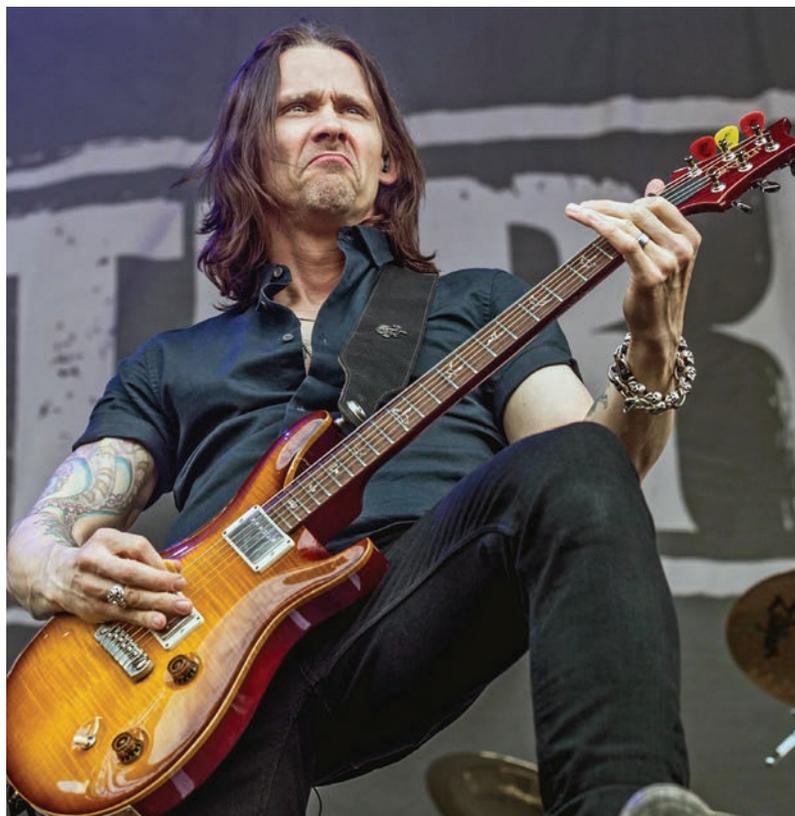
LOOKING FOR DISTRIBUTOR info@tasker.it

LOS ELEGIDOS DE MYLES KENNEDY

En marzo del presente año, salió a la luz “Year of the Tiger”, el primer trabajo solista del músico americano, cantante, compositor y antiguo instructor de guitarra, Myles Kennedy

Conocido como el vocalista principal y guitarrista rítmico de la banda de rock Alter Bridge, así como el vocalista en la banda Myles Kennedy and the Conspirators, que respalda al icónico Slash; Kennedy lanzó este año su primer álbum solista y por eso le echaremos un vistazo a su equipo.

Kennedy, cuyo primer instrumento que aprendió a tocar fue la trompeta, a los 10 años, se inició más tarde en la guitarra copiando el estilo del legendario guitarrista de Led Zeppelin, Jimmy Page. En cuanto a su capacidad vocal, fue algo que descubrió mientras escuchaba los discos de Marvin Gaye y Stevie Wonder de sus padres. Myles tocó la guitarra en la banda de jazz de su escuela y la trompeta en la banda marcial. ■



Myles Kennedy (Guitarra e voz)

Guitarras: Una de sus favoritas es la PRS SE Angelus, a la cual se le une la guitarra eléctrica PRS McCarty, una de las que siempre toca mientras está en casa, y la guitarra eléctrica PRS SC 245. Por parte de la marca Gibson, tiene una SG Standard y una ES-335, mientras que también posee dos Taylor: la 814ce y la 714ce.

Amplificadores: Tres amplificadores se destacan entre su equipo, el Diezel Herbert 180w Tube Guitar Head, las cajas 4x12” también de Diezel y el Mesa/Boogie Mark IV Amp Head.

Efectos y pedales: De Fulltone, se encuentran el efecto Mini DejaVibe Stereo Chorus, el pedal Ultimate Octave y el Clyde Wah. De Line 6 destacan el pedal de delay DL4 y el pedal de efectos de modulación de guitarra MM4. También tiene un M193 GT-OD y MC404 CAE Wah ambos de MXR, un Boss TU-2 Chromatic Tuner, un Radial Engineering Tonebone JX-2 Pro Switchbone y un TC Electronic Flashback Delay.

Micrófonos: Siendo un destacado vocalista, con un rango vocal de cuatro octavas, proyecta su potencia con el micrófono vocal Beta 58A y SM58 ambos de Shure, un micrófono de condensador Neuman TLM 103 y otro micrófono de condensador, esta vez de AKG, el C 414 XL II.

Accesorios: Para completar el equipo, Myles usa las cuerdas EXL140 Nickel Wound, Light Top/Heavy Bottom, 10-52 de D’Addario y las correas para guitarra de 2” Classic de Red Monkey.



SONIDO LEGENDARIO CON LIBERTAD INALÁMBRICA

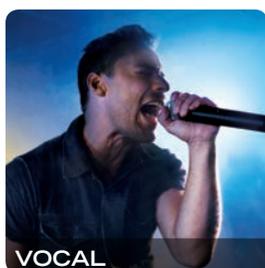
SHURE[®]
LEGENDARY
PERFORMANCE™



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.



fb.com/ShureEnEspanol



instagram.com/shureenespanol



twitter.com/ShureEnEspanol



youtube.com/shureenespanol

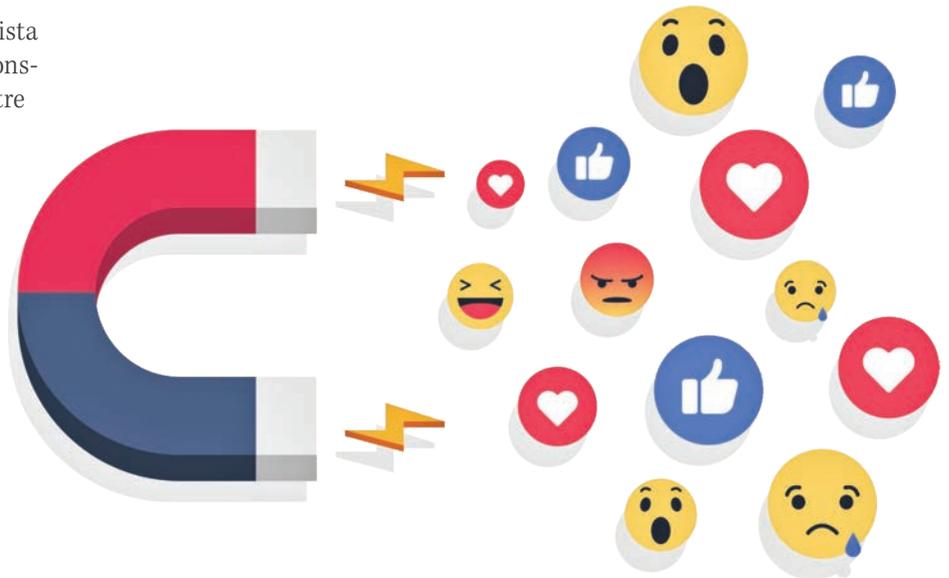


POR VINICIUS GUIMARÃES
 Coordinador de marketing e interior de Tray,
 unidad de e-commerce de Locaweb

7 CONSEJOS DE INBOUND MARKETING PARA APLICAR EN EL E-COMMERCE

¿Anunciar en la radio? ¿En la TV? ¿Colocar fondos en campañas en las que no es posible medir con precisión el retorno de la inversión? Quien apuesta en el inbound marketing para e-commerce no suele tener idea de qué es todo eso

Con el enfoque en la conquista de clientes a través de la construcción de confianza entre el consumidor y la marca, este modelo de marketing digital es hoy uno de los más importantes para quien desea aprovechar sus números con ayuda de internet. Sin embargo, para que funcione, hay que entender bien lo que se está haciendo. Así que separé siete consejos para conseguir mejores resultados. ¡Míralos!



1. Conoce la jornada de compra de tu personaje

Tanto si son hombres de 34 años que viven en la región sudeste o mujeres de 28 años con educación superior completa, lo importante es entender quién es el público objetivo de la tienda virtual y saber cómo es su jornada de compra.

Divídela en cuatro etapas: aprendizaje y descubrimiento, reconocimiento del problema, consideración de la solución y decisión de compra. Esa jornada apunta todas las fases por las cuales el público pasa antes de convertirse en cliente de una empresa. Por eso es tan importante entender cada

una de ellas y qué tipo de contenido y oferta pueden ser presentados, así como tener buenos vendedores.

2. Crea y mantén un blog

¿Ya notaste cómo hay gente que sale diciendo por ahí que ahora “el contenido es rey”, como si eso fuera una gran novedad? Dicho por Bill Gates en marzo de 1996, la frase ya mostraba cómo el marketing de contenido sería uno de los puntos más importantes de la web. En este escenario, la mejor manera de invertir es a través de un blog. Con él, la empresa puede:

- Convertirse en una autoridad en un segmento de mercado;
- Tener su percepción de marca aumentada;
- Ganar más relevancia en los resultados de búsqueda de Google;
- Entregar contenido útil y de calidad para los clientes y posibles clientes;
- Crear nuevos puntos de comunicación en línea con la audiencia.

Sin embargo, hay que tener cuidado: además de bien escrito, el contenido necesita estar en constante actualización.

3. Proporciona contenidos ricos
En el marco de la jornada de compra, los contenidos ricos, como e-books, webinarios e infográficos, son aquellos tipos más extensos y completos, ofrecidos para la audiencia en la audiencia, con el intercambio de alguna forma de contacto, como e-mail y teléfono.

Este tipo de material es uno de los más utilizados en estrategias de inbound marketing para e-commerce justamente por ser uno de los responsables de convertir a los usuarios de la tienda virtual en preciosos leads.

4. Invierte también en contenido de audio y video
De acuerdo con datos de Cisco, empresa del área de tecnología, se estima que hasta el año que viene al menos 80% de todo el tráfico en la web en el mundo va ser a través de la transmisión y el consumo de videos.

El escenario de podcasts ha mostrado no sólo el aumento del consumo de este tipo de medios, sino también su poder sobre el público. Es decir, además de puestos en blogs y e-books, vale la pena invertir en contenido de audio y video en las estrategias de inbound marketing.

5. Produce una (buena) landing page
No basta con producir un buen podcast, e-book o post de blog y esperar que ellos, por sí solos, conviertan a los usuarios en leads. Es necesario dirigir a los interesados a una buena página de destino, en la que se puedan capturar los datos de contacto.

A diferencia de una página tradicional del sitio, las páginas de destino se centran en la conversión del usuario y, por lo tanto, no cuentan con un menú rebuscado, ni otra forma de salida de aquel visitante que no sea por medio de un registro. Sin embargo, para que esta página de hecho funcio-

ne, es necesario que sea bien diseñada. Algunos consejos son:

- Crear títulos simples y que vayan directamente al punto
- Utilizar el contraste de los colores para ayudar a la conversión
- Poner pruebas sociales (como testimonios) en la página
- Hacer pruebas de versiones diferentes de la misma página de destino para saber cuál funciona mejor entre el público
- Planificar un excelente CTA (o Call to Action)
- No contaminar la página, utilizando adecuadamente los espacios en blanco.

6. Apuesta en el correo electrónico de marketing
Apostar en una buena estrategia de marketing por correo electrónico puede aumentar las ventas. Sin embargo, es necesario planificar y producir muy bien tanto el contenido del mensaje como el envío. Una de las formas es invertir en plataformas profesionales de creación y envío de e-mail marketing, como la RD Station y el Mailchimp, que cuentan, inclusive, con versiones gratuitas para probar.

7. Segmenta y nutre tus leads
Es importante desarrollar una buena segmentación y estrategia de nutrición de leads para el e-commerce. Con la primera, se pueden crear mensajes diferentes para cada tipo de persona, inclusive con base en qué etapa de compra ella está en aquel momento. Además, es posible, con una buena planificación de nutrición, alimentar ese lead hasta que, de hecho, se convierta en un cliente del e-commerce.

Todo esto puede suceder con la ayuda de un buen contenido. Por lo demás, lo que no faltan son maneras de producir una buena planificación de marketing de entrada para el comercio electrónico. El punto es recoger cada uno de los consejos y ponerlos en práctica. ■

Liverpool
DRUMSTICKS

Baquetas con un toque Brasileño.

Línea *Brazilian Wood Series*

marketing@baquetasliverpool.com.br
www.drumsticksliverpool.com

f i

LEGATO SALES: REPRESENTACIÓN DE MARCAS EN AMÉRICA LATINA

Legato Sales nació este año pero sus propietarios ya tenían amplia experiencia en el medio y qué mejor modo de ingresar a este mundo que con marcas como Orange, Fender Specialty Brands y Celestion, entre otras grandes



Legato Sales es una agencia de ventas especializada en instrumentos musicales y audio profesional con foco en América Latina. La empresa actúa como una organización comercial para diferentes marcas en la región, proveyendo ventas, marketing, entrenamiento y soporte técnico para distribuidores y minoristas.



Sean Goldcamp y Matthew Garfein

Fue creada en 2018 como una compañía hermana de Audio Americas, una agencia de ventas de audio comercial y consumer que existe desde 2003. Los propietarios de ambas empresas son Matthew Garfein y Sean Goldcamp. “Separamos nuestro negocio de instrumentos musicales este año para formar una nueva compañía, de modo que Legato Sales pudiera tener su propio equipo de ventas dedicado para dar un mejor servicio de comercialización y soporte a nuestros clientes”, comentó Matthew Garfein, presidente.

Valor para las marcas

La mayoría de los fabricantes no posee un staff dedicado a dar soporte a sus socios latinoamericanos y allí es donde Legato Sales agrega su valor: su personal bilingüe ayuda a los distribuidores a enfocarse mejor



Clínica Orange con paco Ayala en Ciudad de México

Vendemos para más de 80 clientes en 20 países y viajamos constantemente por el territorio

en los esfuerzos de ventas y marketing de las marcas de las que Legato Sales se encarga. “Trabajamos de cer-

ca con nuestros socios en el manejo de inventario, identificación de nuevas oportunidades de venta, entrenamiento de personal de venta y la implementación de recursos de marketing digital. Vendemos para más de 80 clientes en 20 países y viajamos constantemente por el territorio”, contó.

Legato Sales representa a las marcas Ernie Ball, Orange, the Fender Specialty Brands (Gretsch Guitars, Jackson, Charvel y EVH), Celestion, Gallien-Krueger y Vater en América Latina.

“Somos afortunados de representar marcas premium reconocidas que son líderes en sus categorías. Como observación general, la venta de “insumos” es un comercio seguro en el que los dealers se enfocan cuando la economía se pone desafiante. Un guitarrista puede no estar en posición de comprar un instrumento o un amplificador nuevo, pero siempre va a necesitar cuerdas. Un baterista siempre va a necesitar baquetas. Una tienda de reparaciones electrónicas siempre va a necesitar drivers de reemplazo para arreglar cajas de PA”, agregó.

Presencia en el territorio

Como estrategia de trabajo, Legato Sales tiene como objetivo implemen-

tar el modelo de distribución correcto para cada marca en todos los países de la región y ese modelo varía de acuerdo al perfil de la marca y la filosofía de distribución del fabricante. “Me satisface decir que trabajamos con excelentes socios en toda la región, pero siempre observamos con cuidado los mercados porque las cosas pueden cambiar rápidamente”, explicó Matthew.

Él dijo que actualmente el precio continúa siendo un factor determinante en los hábitos de gasto de los consumidores latinoamericanos. Los músicos están buscando más características a precios más bajos, haciendo que un branding efectivo siga siendo fundamental y éste se ha vuelto cada vez más dirigido por los influenciadores en las redes sociales.

“Quienes hayan estudiado historia saben que las economías se mueven en ciclos. América Latina ha estado presa en un “ciclo negativo” desde 2014 y todos continúan con la esperanza de que “el año próximo será mejor”. En muchos mercados, los escenarios políticos y económicos no alientan la confianza del consumidor, lo cual debilita las oportunidades de crecimiento. Muchos países latinoamericanos están atrapados en un modo proteccionista de altos impuestos y caros requerimientos de certificación local, eso sólo hace subir el costo de bienes y promueve los canales de venta informales”, detalló Matthew, destacando que en este momento los mercados más estables para las marcas con las cuales trabajan están siendo Chile, Colombia y México, en comparación con el resto.

Trabajo con distribuidores

Si bien la mayoría de los países ya se encuentran cubiertos, la empresa siempre se mantiene alerta ante nuevas oportunidades, buscando colaboradores que presenten una fuerte organización, buenas relaciones con dealers y, por supuesto, capital. “Un distribuidor exitoso debe mantener un inventario consistente y eso conlleva una inversión de capital significativa que muchas empresas no tienen. Otro punto que siempre buscamos es el foco: nos gusta trabajar con distribuidores que se enfoquen en menos marcas”, explicó el presidente de Legato Sales.

Dentro de las acciones realizadas con los distribuidores actuales, la empresa organizó en septiembre un evento de la marca Orange en Ciudad de México junto con Casa Veerkamp, presentando al más nuevo endorser Paco Ayala de la reconocida banda Molotov. ¡Esperamos más novedades el próximo año! ■

Más información
legatosales.com



KLA-DSP Series
Line array activo con control DSP

Sistema line-array MF-HF, auto-amplificado y diseñado para instalaciones fijas y tours.

- Componentes customizados por BEYMA
- DSP interno con muestreo de 96 kHz y 56bit de precisión
- Amplificador digital PASCAL de 1600 W
- 3 presets para diferentes aplicaciones
- Guía de onda con tecnología PTV, para garantizar una respuesta en fase perfecta
- Sistema de enfriamiento de última tecnología



NAMM
believe in music

Stand No. 17715, Nivel 2 ACC NORTH
Enero 25-28, 2018
Centro de Convenciones de Anaheim,
Anaheim, CA

f t www.facebook.com/Audiocenter.Globe
www.twitter.com/AudiocenterPro

www.audiocenter.net E-mail: sales-b@ac-pro.net

ADAM HALL GROUP AMPLÍA SU EQUIPO DE VENTAS INTERNACIONAL

Como grupo global en rápido crecimiento, Adam Hall Group amplía su equipo de ventas para aprovechar su desarrollo empresarial y sus resultados constantemente positivos

Markus Jahnel, COO y socio-gerente, asumió la responsabilidad del desarrollo comercial de Adam Hall Group en todo el mundo. “El desarrollo a largo plazo de nuevos campos de negocio y colaboraciones, así como la ampliación y la atención personal de nuestras redes globales son prioridades importantes para los próximos años. Me complace poder estar aún más cerca de las actividades del mercado en el futuro”, afirma este ejecutivo de 50 años que trabaja para la empresa desde hace más de 27 años.

Al mismo tiempo que Jahnel asumió la dirección de este ámbito estratégico, Adam Hall Group se despidió de Bodo Falkenried (68), quien dejó la empresa a finales de septiembre. Entre los logros de Falkenried se destacan sobre todo la creación y la organización de Adam Hall Asia Pte Ltd. “Le expresamos nuestro agradecimiento por la estupenda colaboración y le deseamos a Bodo mucha felicidad en esta nueva etapa de su vida. Ha sido un valioso compañero que siempre ha gozado del aprecio de todo el equipo”, explica Markus Jahnel.

Marcel Mieger asumió las funciones de Sales Director Europe a partir de septiembre. Desde hace 16 años, Marcel



(izq. a der.) Gabriel Medrano, Markus Jahnel y Marcelo Mieger

forma parte de la “familia” Adam Hall y ha sido uno de los responsables de la exitosa gestión multicanal en ventas y del elevado grado de satisfacción de los clientes. Con 34 años, a partir de ahora dirigirá la red de distribución europea en constante crecimiento del grupo.

Gabriel Medrano asumió, en calidad de COO, la dirección de los negocios operativos de la recién fundada Adam Hall North America, Inc., una filial de Adam Hall Group creada en enero de este año en Nueva Jersey. Junto con Steven Savvides, presidente de Adam Hall North America, Inc., Medrano se

encargará del desarrollo de todos los negocios en Norteamérica. Medrano, de 43 años, ha demostrado sus conocimientos especializados y sus cualidades como director en la empresa desde hace más de diez años, por último en su cargo de International Sales Manager para el sur de Europa y Sudamérica.

¿Y quién se encargará de Sudamérica ahora? La empresa presentará al nuevo profesional en breve. ■

Más información
adamhall.com



Drivers para cada uso

Actualice los sistemas de PA de sus clientes con los altavoces que usan los profesionales

El rendimiento, la fiabilidad y la relación calidad/precio, hacen de los drivers de Celestion la elección de cada vez más marcas de PA de renombre. Cuando sus clientes necesiten compresores de calidad superior o altavoces profesionales, hables de los altavoces que usan los profesionales.



celestion.com

CELESTION

PERSONALIZACIÓN DE INSTRUMENTOS EN MONSTER GUITAR LAB

La empresa fue fundada hace 10 años y provee diversos servicios para reparar y cuidar de diferentes instrumentos musicales para los músicos ecuatorianos

La historia comienza cuando Jorge Benalcázar, gerente y propietario de Monster Guitar Lab., trabajaba en una casa musical, donde aprendió mucho sobre instrumentos y servicios relacionados. “En ese tiempo tuve la oportunidad de tocar en un par de grupos de la localidad y veía la necesidad de tener un instrumento en ‘su punto’ y empecé a poner interés en que mi bajo (instrumento que tocaba en ese grupo) estuviera en perfecto estado estético y funcional. Es así que en mi mente empieza a entrar la idea de crear una empresa o microempresa que ofrezca un servicio óptimo y que esté enfocada netamente a que el instrumento de mis clientes llegue a ser destacado y exacto en las grabaciones o presentaciones en vivo”, contó Jorge.

Si bien la empresa comenzó formalmente en 2008, Jorge ya había hecho trabajos de mantenimiento anteriormente ya que algunos amigos le pedían que los ayudara con la calibración de sus instrumentos. “¡De repente me vi con mi casa llena de instrumentos para dar mantenimiento! Se me ocurrió la idea de customizar o personalizar instrumentos por curiosidad y necesidad ya que un amigo mío me pidió que le desarme su guitarra para que fuera pintada y hecho un diseño con aerógrafo con un conocido de otro amigo en un local de



Jorge Benalcázar, gerente y propietario

pintura de autos, pero el trabajo final terminó desastroso y con un nivel de calidad mínimo, con materiales pésimos y con una demora terrible, razón por la cual sentí una gran curiosidad y, gracias al auto-aprendizaje, decido empezar a invertir en materiales, herramientas y equipos para empezar a dar ese servicio en mi propio taller ya que para aquel tiempo decidí dejar mi trabajo de 8 años aproximadamente en la casa musical y emprender este sueño que poco a poco se está cristalizando”, explicó.

Los servicios de Monster Guitar Lab. se están enfocando principal-

mente en bajos, guitarra acústica y clásica y guitarras eléctricas pero también ha tenido la oportunidad de realizar trabajos de mantenimiento y especialmente de personalización o customización de bongos, tumbas e incluso teclados, tanques de motocicleta, cascos y baquetas de batería.

Los servicios

Entre los servicios provistos se encuentran mantenimiento, reparación, reconstrucción y especialmente personalización de instrumentos musicales, con productos y herramientas

específicamente creados para instrumentos. Varias casas musicales, estudios de grabación, grupos musicales y solistas confían en su trabajo y constantemente le envían sus instrumentos, además de los músicos que necesitan trabajos de eliminación de ruidos (apantallado) y calibración especialmente para sus grabaciones o presentaciones en vivo. Jorge destaca: “Considero, como opinión muy personal, que un instrumento musical es una ‘máquina’ y como tal la misma debe estar perfectamente coordinada para tener un desempeño preciso”.

Para todo esto, la empresa cuenta con varios repuestos para instrumentos en stock. Los más usados son conseguidos bajo pedido y otros directamente con distribuidores en varios lugares de Ecuador. “Hay ciertas piezas o partes que se las realiza a medida en el taller, ya sea porque no es fácil de conseguir, no existe en el mercado o por modificar la misma en colores, material o tamaños, como por ejemplo los pickguards, dependiendo del gusto del cliente”, dijo Jorge.

Destacando que, por el momento, la empresa no fabrica sus propios instrumentos, “pero tenemos un plan de expansión que confiamos que se cristalice para crear nuestros propios instrumentos especialmente guitarras y bajos. Este proceso para mi parecer debe ser milimétrico y de calidad para poder sobresalir y competir con marcas que se fabrican en el país y que incluso tienen gran aceptación a nivel mundial. La inversión desafortunadamente es demasiado costosa para alcanzar una calidad alta y que logre llenar las expectativas del cliente”.

Trabajo diferenciado

Hay varias empresas, personas e incluso casas musicales que dan servicios de mantenimiento parecidos o similares a los de Monster Guitar Lab., pero desde la empresa están seguros que



Mantenimiento, reparación, reconstrucción y personalización de instrumentos



se diferencian por realizar un trabajo meticuloso y detallado para llegar al mejor desempeño del instrumento, desarmando partes y mecanismos que necesitan ser limpiados, lubricados o ajustados a detenimiento.

“Gracias a estos pequeños detalles hemos adquirido la preferencia y la confianza de los músicos ambateños y de algunas provincias del país, teniendo la fortuna de trabajar con músicos de mi ciudad que veía en mi inicio en este fascinante mundo de la música desde abajo de la tarima y que hoy en día ponen en mis manos instrumentos con los que se presentan en escenarios en Ambato y varias provincias, así como la bendición de que mi trabajo esté presente en varios discos que han grabado músicos, bandas y solistas. La nueva sangre de la música local también ha preferido nuestros servicios razón por la cual sentimos orgullo y estaremos siempre agradecidos de corazón a nuestros clientes”, detalló.

Un producto importante en el trabajo realizado es la pintura, que es apropiada para instrumentos. “Después de probar varias marcas y materiales y tras investigar procesos y procedimientos, en especial el famoso ensayo error,

An Amazing Interactive Experience

DNA SERIES

Kin Rivera Jr.

peace
DRUMS & PERCUSSION®

email:sales@peace-drums.com
www.peace-drums.com

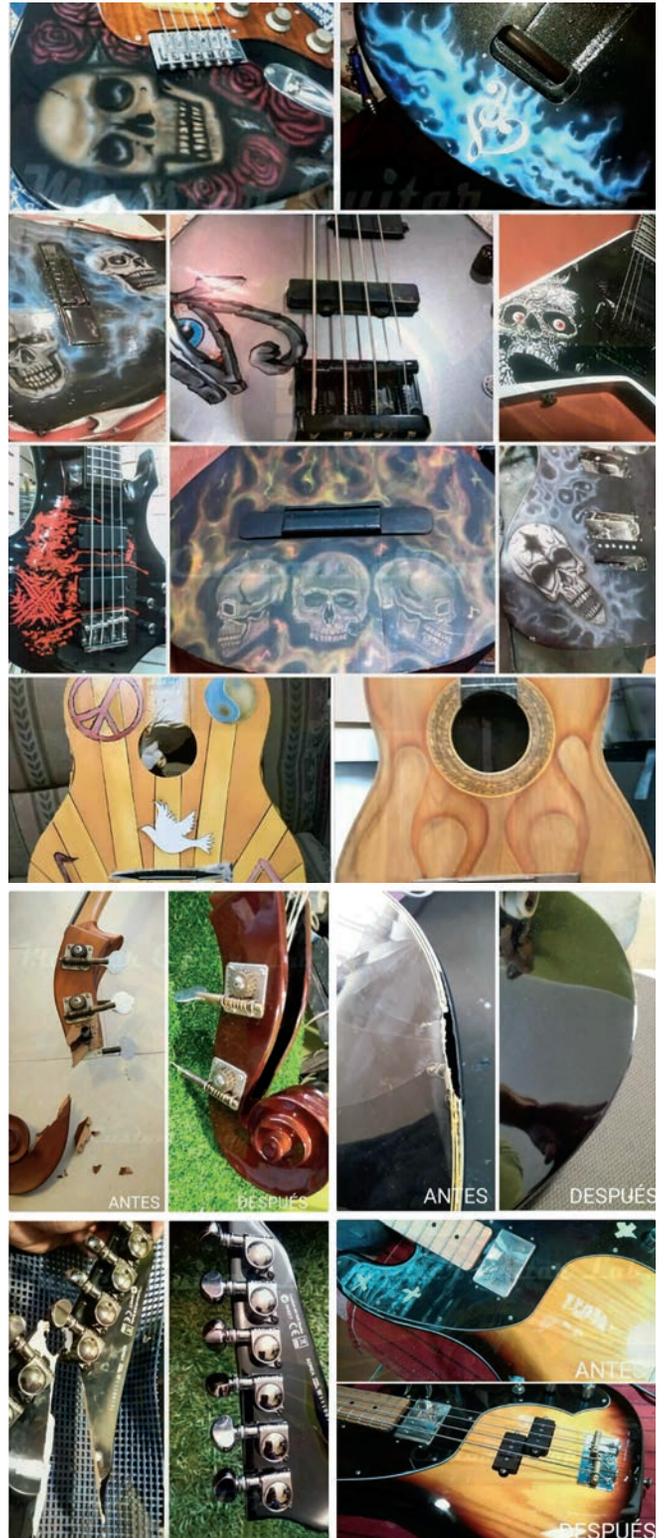
encontramos el proceso correcto que debemos usar para que el terminado del instrumento quede como de fábrica, los procedimientos y material son importantes ya que se deben seguir parámetros específicos de cantidad y tiempo en cada producto para que la cadena que se debe seguir en el terminado del instrumento vaya de acuerdo a lo especificado por los fabricantes o proveedores de los químicos y materiales para el pintado, pulido y posterior ensamblaje con su respectivo reajuste para dejar el instrumento en perfecto estado para la entrega al cliente”.

Jorge explicó que todos los trabajos implican un poco de paciencia y dificultad ya que al llevar parámetros de aplicación y/o secado, por ejemplo, en el barniz si no se cumplen los mismos, habrá problemas en el terminado final. Los trabajos de aerografía, por ejemplo, son bastante más complejos y de mucha paciencia y técnica precisa. De igual manera algunos trabajos de modificación de instrumentos, por ejemplo, adaptación de partes que implican hacer un cambio estructural en los instrumentos siempre son difíciles ya que los mismos deben ser medidos milimétricamente y precisos para evitar dañar el instrumento o afectarlo en su terminado.

El mercado en Ecuador

Jorge explica sobre la situación del mercado local: “En nuestra forma de pensar, la venta de instrumentos en nuestro país se vio algo afectada por los precios que se aplican, ya que los impuestos los hacen más caros e inaccesibles, afortunadamente y como parte positiva de esto, se han establecido varios fabricantes de instrumentos, los mismos que han aumentado su producción y abaratado el costo de un instrumento fabricado con materia prima y mano de obra ecuatoriana. Lastimosamente aún no tenemos en el país un fabricante de micrófonos o de partes como trémolos o clavijeros de calidad por lo que deben ser importados de marcas reconocidas para ensamblar en el país los instrumentos. Así mismo la maquinaria debe ser milimétrica para tener un instrumento preciso y competitivo por lo que la inversión para adquirirlas es bastante alta. Nosotros mismos nos hemos visto estancados por este motivo ya que un instrumento fabricado con herramientas convencionales (a nuestro criterio muy personal) siempre tendrá algún detalle que evite que sea comparado con uno hecho con maquinarias programadas y comandadas por computador para darles forma o terminado final”.

Monster Guitar Lab. se enfocará a partir de ahora específicamente en trabajar en la idea de expansión y realizar los planes apropiados para lograr importar accesorios, partes y repuestos ellos mismos para tener variedad y que los clientes sigan teniendo una calidad superior en sus instrumentos, específicamente bajos y guitarras. ■



Más información

monsterguitarlabcustomshop.jimdo.com

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

MEET ITALIAN EXCELLENCIES



DIGITAL
MAGAZINE
DOWNLOAD



ITALIAN MUSICAL INSTRUMENTS MANUFACTURERS
FROM MUSIC CHINA TO THE WORLD MARKET

www.bigboxmedia.it - info@bigboxmedia.it

LOS PRIMEROS PASOS DE ANTONIO ZACARIAS EN BOSE

A mediados del año Bose Professional anunció la contratación de Antonio Zacarias como gerente para los mercados latinoamericanos. Mira esta entrevista para saber los planes del nuevo gerente

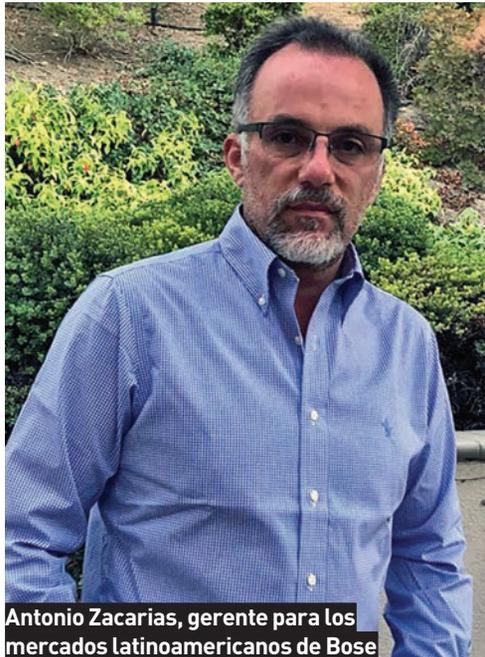
Antonio cuenta con una gran experiencia en el mercado de audio. Ha sido vicepresidente de ventas globales en Meyer Sound, y anterior a ese puesto se desempeñó como director de operaciones en la empresa Audio Concept SP, en México.

Desde hace unos meses se encuentra actuando como gerente de mercado para América Latina y está reportándose de forma directa a David M. Prince, Senior Manager para las Américas de Bose Corporation.

Apasionado de la música y el desarrollo de soluciones de audio para uso profesional, ahora emplea todas sus habilidades en este nuevo cargo. En esta entrevista, Antonio nos cuenta más sobre esta nueva etapa en su carrera.

Antonio, ¿cómo ha sido para ti llegar a Bose?

AZ: “Me siento muy contento, entusiasmado. Bose es una gran empresa. Es un cambio muy interesante para mí estar en una compañía con tantos años en el mercado; una de las más conocidas en el mundo en cuanto a la fabricación de equipos de audio, y sobre todo una empresa que tiene una dirección totalmente ingenieril que viene desde el Dr. Bose, una gran persona y maestro del MIT quien innovó en muchos aspectos. Seguir su legado es un gran honor”.



Antonio Zacarias, gerente para los mercados latinoamericanos de Bose

¿Qué expectativas tienes para tu función en Bose?

AZ: Cualquier persona en un trabajo nuevo tiene la posibilidad de brindar una perspectiva diferente, el poder ver las cosas frescas desde afuera; esto lo podemos capitalizar positivamente ya que nos permitirá ver o detectar cosas en las cuales podemos trabajar o enfrentar de diferente manera. Eso es muy positivo, el tener la capacidad de analizar dónde estamos y qué podemos hacer mejor.

¿Cuáles serán tus primeros pasos?

AZ: Me interesa mucho conocer a los clientes como “el nuevo” de la compañía, poder escuchar qué necesitan,

trabajar con nuestros socios comerciales y vendedores y saber qué podemos hacer para que ellos tengan más éxito en el campo. Es importante escuchar a mis colegas, mis jefes y, principalmente, a nuestros clientes, sobre las expectativas que existen y entonces tratar de ordenar todas las prioridades.

¿Cómo estás viendo al mercado latinoamericano?

AZ: El mercado latinoamericano es interesante en muchos aspectos. Hay un crecimiento importante en varios sectores. Sin embargo, uno de los principales retos es la estabilidad del mercado; cambios de gobierno, devaluaciones, crisis económicas o político-sociales que complican la labor que estamos realizando. Pero cuando estos mercados se estabilizan, el crecimiento es abrumador y en ocasiones surgen más proyectos de los esperados. También está la oportunidad del sector de la renta, que es algo en donde Bose tiene un gran campo de acción y al cual quisiéramos acercarnos mucho más.

¿Qué estrategias emplearás?

AZ: Una de las estrategias es fortalecer la comunicación entre Bose Professional y el mercado para impulsar el conocimiento de nuestra oferta. La buena percepción de mucha gente en el mercado se debe a la reputación de los productos de Electrónica de Consumo,

pero queremos dar a conocer la motivación que existe detrás de los productos que desarrollamos. No es una motivación meramente comercial, es algo que surge desde nuestro departamento de Investigación y Desarrollo. Nuestro departamento de mercadotecnia ha hecho muy buen trabajo pero tenemos más cosas que queremos contar.

Buscaremos que la gente conozca más la estructura de Bose; de dónde viene la compañía y su trayectoria en el ámbito profesional. Afortunadamente existe una percepción positiva de los usuarios finales por experiencias previas con productos Bose, lo cual nos da la posibilidad de llegar a estos mercados de manera más directa.

¿En qué países Bose necesita reforzar su trabajo?

AZ: Aún no lo sé. Quiero viajar más a distintos países de la región. Está en mi agenda visitar prácticamente todos los países de Latinoamérica y estar en contacto con el público para definir los pasos a seguir. Hay problemas que ya conozco de antemano, como la situación del mercado en Venezuela o en Brasil, con el tema de los aranceles y la protección que hay del mercado local.

También sabemos de mercados de gran tamaño como México, Colombia o Chile que han tenido un gran crecimiento. Y hay otros países en los que estamos haciendo labores importantes como Ecuador, donde en octubre tendremos un evento, o en Centroamérica donde estamos realizando seminarios y otros esfuerzos. El plan es ofrecer demostraciones de nuestros productos y, de la mano de nuestros proveedores, brindar una gran experiencia a nuestros clientes al tener contacto con nosotros y nuestros productos.

¿Tienen distribuidores en todos los países o están buscando en alguno en específico?

AZ: Mis colegas Diana Quintero y

Alex De Azevedo han hecho un buen trabajo estableciendo relaciones en países sudamericanos con empresas profesionales que representen dignamente a Bose y posean los mismos valores y expectativas que nosotros. En la mayoría de los países de Sudamérica tenemos representación local; en Centroamérica es distinto, y actualmente sí estamos ajustando algunas relaciones comerciales.

El tener una subsidiaria local, como lo es Bose México, nos facilita las relaciones y operaciones con clientes y socios comerciales. En México también contamos con distribuidores, integradores y responsables de ventas de la propia compañía, como Adrián Sepúlveda, David Romero y Oscar Ortega, lo cual nos hace fuertes y es algo que estamos aprovechando.

¿Algún otro comentario que desees agregar?

AZ: Sólo quisiera agregar que, en lo personal, me gustaría poder seguir aportando y trabajando para Latinoamérica. Me da un gran placer regresar a la región y enfocar mis esfuerzos en los países latinos. Quisiera dejar un buen legado, hacer la diferencia, ayudar a que la industria crezca con negocios honestos, con competencia leal que nos haga mejores a todos y proyectos que desarrollen la infraestructura de nuestros países.

Debemos hacer que nuestra industria sea mejor, más formal y profesional, que genere más empleos y surja más gente que se dedique a esto. Es para mí un gran placer volver a estar cerca de Latinoamérica y trabajar con muchas personas que conozco bien y de las que he estado cerca por muchos años. ■

Más información

pro.bose.com

 BoseProfessional

Liverpool

DRUMSTICKS

Calidad y Performance.



marketing@baquetasliverpool.com.br
www.drumsticksliverpool.com



RCF ANUNCIA LA ADQUISICIÓN DE EAW

A inicios de septiembre, RCF Group anunció la adquisición de la compañía Eastern Acoustic Works (EAW)

RCF Group, con sede en Reggio Emilia y Bologna, Italia, además de subsidiarias en Estados Unidos y Europa, ha mostrado un rápido crecimiento en la industria del audio profesional, operando bajo las compañías RCF y AEB Industriale (dBTechnologies) y ahora, EAW, que se une a las filas con el fin de llevar adelante el diseño, producción, ventas de productos y sistemas para audio profesional e instalaciones de la compañía. Eastern Acoustics Works pertenecía a LOUD Audio LLC, una empresa del portafolio de Transom Capital Group, que recientemente se desprendió también de su marca Martin Audio.



“Desde sus inicios, las dos compañías han estado muy unidas pues RCF suministraba controladores profesionales a EAW. Ambas marcas se

expandieron con éxito en todo el mundo y sus historias a menudo se vincularon. Ahora, podemos ver juntas un futuro brillante. Aunque EAW seguirá siendo una compañía totalmente independiente, el formar parte de nuestro grupo le proporcionará las inversiones y el enfoque necesarios para un crecimiento rápido y sólido. Estamos muy orgullosos de tener a EAW con nosotros”, declaró Arturo Vicari, CEO del RCF Group.

Por su parte, TJ Smith, presidente de EAW, comentó: “Desde el primer momento en que

esta posibilidad comenzó a materializarse, ha quedado claro que unir fuerzas con RCF Group es una gran oportunidad para EAW. Esta transacción es un verdadero reconocimiento de lo que representa la marca, su potencial, así como también el equipo que hemos construido en los últimos años. Con gratitud a la larga lista de aquellos que construyeron EAW en sus 40 años de historia, esperamos ansiosos el emocionante momento que tenemos frente a nosotros”. ■



Mais informações
rcf-group.it
eaw.com



PASIÓN ^{POR} LA ARMONÍA

CUERDAS DE CALIDAD SUPERIOR,
ESPECIALMENTE DISEÑADAS PARA
EL MÚSICO PROFESIONAL.

Magma®
STRINGS

MADE IN ARGENTINA

www.magmastrings.com

PRS GUITARS ACTIVA EN LOS PAÍSES DE HABLA HISPANA

A pesar de los comentarios, el mercado de guitarras sigue en movimiento. Así lo afirma también la empresa PRS. Te mostramos más en esta entrevista

José Luis Chaure Bueno, gerente de ventas internacionales de PRS Guitars, cuenta con una trayectoria profesional de más de 20 años en la industria de la música, trabajando en diferentes roles. Resumiendo mucho su amplio currículum, este profesional español ha pasado alrededor de 10 años en Fender, tres años en Taylor Guitars, y más recientemente se encuentra trabajando para PRS.

“Principalmente, soy guitarrista y sigo en activo. Toco cada día, aunque sea un rato para mantener los dedos ágiles”, dijo. Quién mejor que él entonces para contarnos sobre el mercado de las guitarras y el trabajo de la marca en los países de habla hispana.



José Luis Chaure Bueno



Atención a los detalles



Trabajo en la fábrica de PRS

pongo que el dato de los impuestos de importación marca una diferencia notable en el precio final y por lo tanto en la presencia de la marca en cada país. No olvidemos que PRS ofrece productos de gama media/alta lo

cual significa que el precio puede ser realmente abultado. También es importante el hecho de que hay países más “roqueros” que otros, quiero decir con esto que la guitarra eléctrica tiene mayor presencia que otros instrumentos y por tanto las ventas son mayores. Países como Argentina o México tienen gran tradición roquera y sin embargo algunos países del

¿Cómo está posicionada

PRS en América Latina hoy?

José: América Latina es un territorio muy complejo por el número de países, con diferentes culturas y estilos musicales, diferentes monedas, además de las cuestiones administrativas relativas a importación de instrumentos musicales que varían mucho de unos países a otros. Es difícil hablar de un modo global pues las diferencias son muy notables; hay países donde no hay impuestos de importación y otros donde el precio se llega a duplicar comparando con Estados Unidos. PRS es una marca reconocida internacionalmente como de

Se ha hablado mucho de que la guitarra estaba llegando a su fin, pero si miras en algunas redes y plataformas online, todo indica que aún hay un nicho muy importante de usuarios

gama alta y también en América Latina, lo cierto es que no hay productos “entry level”. Artistas como Gustavo Cerati ayudaron mucho a darle visibilidad.

La verdad es que sería largo comentar en detalle sobre cada país, pero su-

Caribe prácticamente no usan este instrumento en su música.

¿Y el mercado español?

José: El mercado español está bastante bien en general. Como parte de la Unión Europea la estrategia de la

compañía es global y la presencia de la marca es muy importante hoy en día en la mayoría de las tiendas y retailers online. PRS ha estado creciendo los últimos tiempos de una manera sólida y actualmente la representación es muy buena. Habiendo dicho esto, el objetivo es continuar ese crecimiento ofreciendo productos de altísima calidad y una experiencia de usuario como pocas marcas pueden ofrecer.

¿Tienen representación en todos los países?

José: Estamos presentes en alrededor de 20 países de América Latina, donde en algunas ocasiones se producen cambios en los distribuidores. El mundo es dinámico y hay que estar atento a las oportunidades que se puedan presentar para hacer la presencia de la marca mayor y poder ofrecer un mejor servicio y experiencia para los consumidores.

PRS Silver Sky John Mayer Signature

La guitarra PRS Silver Sky es el resultado de una cercana colaboración entre el músico John Mayer y Paul Reed Smith. Se han tomado más de dos años y medio para la realización de este modelo, que es un instrumento inspirado en lo vintage pero repensado por PRS. Se basa en los elementos favoritos de Mayer y Smith de los instrumentos vintage de 1963 y 1964, dando como resultado una versión realizada de una guitarra single-coil vintage. Algunas de las características más distintivas pueden ser encontradas en la forma de la cabeza, afinadores, cuello y diapasón, puente, captadores y electrónica. Disponible en



PRS Mc Carty 594

Esta guitarra también es un instrumento inspirado en lo vintage, combinando el diseño de la electrónica, algunas características clave y el don artesanal de PRS. Entre las características principales encontramos escala de 24.594", un poquito más larga que 24.5" y es de allí que el modelo toma su nombre, captadores 58/15 LT donde LT significa "low turns", dos controles de volumen y dos de tono, y la versatilidad agregada de push/pull coil taps para cada captador dando más opciones de tono.

¿Qué nos dices sobre los comentarios de la "desaparición" de la guitarra?

José: Se ha hablado mucho de que la

guitarra estaba llegando a su fin, pero si miras en algunas redes y plataformas online, todo indica que aún hay

Chateau
Est. 1979

Ukulele

OZEKI

Anda. Cra. 68 No. 75A-50 L-133 C.C. Metropolis
Bogotá - Colombia
Tel: 630-17-96-240-93-08
ozekidistribuidores@gmail.com
www.ozekicolombia.com

www.chateau-string.com

un nicho muy importante de usuarios, aficionados y profesionales. Y sigue creciendo cada semana. Las tendencias claramente son los pedales, la conectividad con otros dispositivos digitales, es decir expandiendo las posibilidades tímbricas de la guitarra.

¿Los amplificadores PRS están siendo bien aceptados y usados por los usuarios latinos también?

José: Creo que sí. El mundo de la amplificación ha cambiado en los últimos tiempos, se venden menos stacks con cabezales de 100 W y más dispositivos digitales y amplificadores de corto voltaje. En ese aspecto, recientemente hemos lanzado al mercado un amplificador de válvulas de 15 W de potencia diseñado con el guitarrista Mark Tremonti, que es un buen ejemplo de la tendencia: gran sonido en un formato pequeño y a un precio muy competitivo.

¿Qué más están pidiendo los músicos latinos y españoles?

José: La verdad es que creo que las necesidades son muy parecidas a las de los músicos de otros países. La música es un lenguaje multinacional. Hay bandas como Periphery que tienen fans en Indonesia y en Brasil. Veo a gente tocando covers de John Mayer en Corea y en Uruguay. Por supuesto, hay estilos musicales específicos de cada país, la cumbia en Perú o el ballenato en Colombia, el texican blues en México y Texas, etc. Pero, al final, los músicos quieren instrumentos de calidad, y eso es lo que PRS puede ofrecerles.

¿Cómo hace PRS para competir con otras marcas grandes en estos mercados?



Otra opción de color para la Mc Carty 594



Modelo signature de John Mayer

José: Lo más importante es contar con buenos partners y enviar un mensaje educacional con respecto a nuestros productos. PRS es un fabricante muy especial como lo es Paul Smith, el hombre detrás de PRS desde 1985, que ha desarrollado toda una filosofía en la construcción de instrumentos. Producto de muchos años de trabajo e investigación intensa sobre los materiales, los procesos y cada detalle que interviene en hacer un instrumento mejor. No es una marca más de guitarras, tiene tantas cosas específicas que la diferencia de la mayoría de los fabricantes que es indispensable enviar ese mensaje a los guitarristas para que entiendan la marca.

Para eso estaremos haciendo algunas demos próximamente en países aún por determinar, posiblemente en Ecuador, Perú y Chile. En ellas se explicarán las particularidades en la fabricación de las guitarras PRS, el secado de las maderas, cómo el cuerpo y mástil de una pieza afectan a la estabilidad y so-

nido, los pickups, etc., y por supuesto música, tocar y sentir esos instrumentos sonando.

¿Y los endorses locales?

José: Cada país tiene sus propios músicos. Trabajamos con los distribuidores para que nos provean de los artistas más relevantes en cada país. Algunos de ellos son Antonio Bernardini (Sober, España), Germán Daffunchio (Las Pelotas, Argentina), César Díaz (Rotten Souls, Costa Rica), Dave Cabrera (Ricky Martin, Puerto Rico), Guillermo Sader (Uruguay), Álvaro Rodríguez (Bohemia Suburbana, Guatemala), Xandão Meneses (O Rappa, Brasil) y Andrés Osorio Toledo (Colombia).

Volviendo a las ventas, ¿han sido buenas este año en todo el mundo?

José: Sí, puedo decir que las ventas van bien. No puedo dar mucha información, pero puede decir que se está presentando una combinación de muchos factores. Realmente es el resultado de muchos años de trabajo bien hecho en muchos planos, en la calidad de los productos, en la relación con los artistas, en la relación con los distribuidores y retailers. Los desafíos son múltiples, pero no son iguales en todos los países. Las cuestiones políticas y económicas afectan de una manera muy significativa. Fabricamos y vendemos "sueños", y cuando la población está enfrentando otros problemas más urgentes, estas cuestiones quedan en segundo plano. ¡Sólo puedo decirles que acudan a una tienda de instrumentos y prueben una PRS! ■

Más información

prsguitars.com

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

ahora tocamos,
con las mejores cuerdas
en nuestra historia.



Introducimos las cuerdas Authentic Acoustic de C.F. Martin & Co. Hemos tomado nuestras mejores cuerdas y las hicimos aún mejores. Si estás buscando duración, resistencia a la corrosión, o acabado sedoso, con las cuerdas Authentic Acoustic encontrarás un mejor tono y el par perfecto para tu guitarra.
¡Pruébalas! Visita martinguitar.com/aa

HARMAN DE BRASIL ASUME EL CONTROL EN AMÉRICA DEL SUR

La experiencia adquirida por el equipo de Harman de Brasil está siendo aplicada en el resto de América del Sur.

¿Quieres saber cuál es la situación actual? Te contamos todo aquí

Hace casi un año, la filial brasileña de Harman es responsable de todos los negocios y operaciones de la empresa en América del Sur. “Estamos ahora completando un año de la decisión de consolidar América del Sur en un equipo integrado liderado por la estructura existente en Brasil con el objetivo de aproximarnos aún más al mercado local de cada país”, contó Rodrigo Rihl Kniest, vicepresidente para América del Sur y presidente de Harman de Brasil.

En ese período, la empresa definió e implementó un plan bastante estructurado de transición, con equipos dedicados al desarrollo de las marcas en la región, aprovechando las buenas prácticas que llevaron a Harman al liderazgo en el mercado brasileño para sumar al buen trabajo que ya era ejecutado en los demás países por la estructura basada en Estados Unidos. “El plan es implementar estrategias regionales personalizadas, desarrolladas por equipos locales, para clientes y socios de la región, y poder atender mejor

El plan es implementar estrategias regionales personalizadas, desarrolladas por equipos locales, para clientes y socios de la región, y poder atender mejor las preferencias y demandas de cada mercado

las preferencias y demandas de cada mercado”, dijo. ¿Quieres saber más? Rodrigo te lo cuenta a continuación.

¿Cuáles son los puntos principales que benefician a los distribuidores?

Rodrigo: La proximidad y similitud de los mercados permite entender y atender mejor los deseos de los distribuidores. Además, tenemos dos dimensiones de sinergias que estamos reforzando: sinergias entre las estructuras existentes en cada país, ahora bajo un liderazgo unificado, y sinergias entre las

divisiones Harman Profesional y Harman Lifestyle, que ahora pasan a tener mayor alineamiento en la región. Como existe una operación grande y desarrollada en Brasil, estamos usando casos de éxito como referencia para otros países, además de invertir en una estructura dedicada para algunas áreas de negocios que no existían. Los distribuidores también cuentan ahora con mejoras en los contratos de distribución y nuevos controles que implementamos

en la distribución de productos que aumentan su seguridad, lo que permite que aumenten las inversiones en las marcas y en el apoyo posventa. Eso favorece a toda la cadena, en especial a los consumidores y usuarios finales.

Con esos cambios, ¿cuáles son los impactos para el mercado de consumo profesional?

Rodrigo: El concepto es usar a Brasil como centro de apoyo de toda la operación, en especial para asistencia técnica, pre y posventa. Todo el soporte será



Rodrigo Rihl Kniest, vicepresidente para América del Sur y presidente de Harman de Brasil

coordinado por el personal existente, el cual fue reforzado para apoyar a la región como un todo. De esa forma, nuestros distribuidores regionales podrán tener un soporte local, especializado, accesible y conocedor de los desafíos locales, además de compartir las mejores prácticas de forma continua.

¿Cómo está siendo organizada la atención a los distribuidores?

Rodrigo: Por medio de la coordinación de nuestro equipo regional. Ahora tenemos profesionales de ventas y marketing distribuidos por varios países de la región, generando tracción local, pero orientados por una estrategia regional. Tenemos dos directores comerciales para América del Sur, uno enfocado en la línea Profesional y otro en la línea Lifestyle. Ambos han de-

sarrollado y ejecutado estrategias específicas para sus mercados, siempre con el soporte de nuestros distribuidores, y alineados con nuestra estrategia integrada para la región.

¿Hubo cambios en la lista de distribuidores o continúan con los mismos?

Rodrigo: Luego de un profundo estudio considerando varios aspectos del negocio y de los mercados, algunas mejoras fueron implementadas y ahora estamos con la red de distribuidores definida y completa para garantizar la mejor experiencia para nuestros consumidores. Mapeamos mejor los mercados, eliminamos zonas de superposición y zonas mal atendidas y puedo afirmar que hoy cada región y mercado tiene una definición de responsabilida-

des y expectativas que permite a cada integrante de esa red hacer un trabajo más enfocado en sus clientes.

Equipo en Brasil

Dentro de Harman de Brasil, ¿cuáles fueron los cambios en el personal para este nuevo desafío de atender a los países sudamericanos?

Rodrigo: Reforzamos y capacitamos al personal. Aumentamos y optimizamos la distribución del número de colaboradores para dar soporte a esta operación regional. Este aumento vino tanto por medio de talentos internos como de sangre nueva de afuera de la empresa para oxigenar nuestra estructura con nuevas ideas y perspectivas. Este balance fue crucial para mantener la base de nuestra cultura, pero también poder evolucionar para dar un soporte adecuado a la región.

Además de más empleados, ¿necesitaron entrenamiento o capacitación especial?

Rodrigo: La ventaja de conocer la región, de tener una óptima experiencia del desarrollo hecho en Brasil, donde la presencia de las marcas creció más de 25 veces en ocho años, y de tener un equipo internacional con larga experiencia en los demás países de la región que migró a esta estructura nos coloca en un excelente punto de partida. Aún así, refinamientos de entrenamiento y capacitación fueron implementados de acuerdo con nuestro mapeo inicial.

¿Podrías explicar cuáles son las principales metas a ser alcanzadas?

Rodrigo: La principal, como ya comenté, es mejorar la experiencia de nuestros consumidores y socios. Eso se hace con grandes productos, estrategias correctas y ejecución perfecta, considerando todos los aspectos del ciclo de vida del negocio. El éxito de nuestro negocio depende fundamentalmente del éxito de nuestros socios y, en especial, de nuestros clientes y usuarios. Y en ellos estamos enfocados. El crecimiento rentable es consecuencia directa de eso.

Región creativa y desafiante

¿Cuál es el panorama del mercado sudamericano en este año 2018?

Rodrigo: El potencial es muy grande gracias a la constante evolución tecnológica y a la creatividad inherente de los artistas. El mercado ha demandado productos mejores, que permitan reparar en plenitud las emociones por medio de recursos sofisticados que estén en el mismo nivel tecnológico existente en cualquier lugar del mundo. Los consumidores de todos los segmentos están más exigentes e invirtiendo cada vez más en la calidad y en soluciones innovadoras. Sonido, audio y video tienen un papel fundamental en todas las experiencias de un consumidor.



Bruno Moura, director senior de ventas y marketing para la línea Profesional

¿Y cuál es el pronóstico de Harman para 2019, teniendo en cuenta el ambiente político y económico en América del Sur?

Rodrigo: El pronóstico es positivo, pero siempre existirán desafíos nuevos. Hemos tenido muestras de evolución y concientización en todos los sectores de nuestra sociedad y estamos acostumbrados a atravesar crisis. La gran ventaja es que sabemos lidiar bien con los momentos difíciles y nos preparamos para los momentos positivos. Hicimos nuestra tarea de casa y siempre continuamos invirtiendo y creciendo inclusive durante los momentos críticos. El éxito que tuvimos en administrar la crisis que Brasil pasó en los últimos años en un escenario de grandes incertidumbres fue una fuerte credencial para recibir este desafío adicional de liderar América del Sur. Sabemos adónde queremos llegar, creemos en nuestro mercado y por eso vamos a continuar invirtiendo en toda la región.

¿Cómo Harman ha trabajado para evitar que la diferencia de cambio en los países sudamericanos no desarrolle un mercado paralelo de ilegales?

Rodrigo: Ésa es una preocupación y una

de las razones de haber recibido esta responsabilidad, pues desarrollamos procesos y herramientas de inteligencia y control que hoy nos ayudan mucho en Brasil, y estamos expandiendo hacia toda la región. Queremos incentivar y educar a nuestros socios sobre ese tema con el objetivo de que nuestros consumidores y colegas locales tengan más tranquilidad y seguridad al hacer sus inversiones. Hemos desarrollado alianzas tanto comerciales como estratégicas para ese fin. Uno de los aspectos más importantes ya implementados es la definición clara de papeles, de mercados y de regiones de actuación para todos los distribuidores, además de nuevos controles junto a la corporación en relación a otras regiones del mundo que puedan afectar a la nuestra. Tengo la convicción de que este tema es complejo y trae un compromiso a largo plazo, pero medidas efectivas a corto plazo pueden crear la credibilidad necesaria para generar el comportamiento deseado en los actores del mercado.

¿Qué líneas de productos y marcas se han destacado más en la región?

Rodrigo: Nuestra marca más recono-



Luciano Sasso, director senior de ventas y marketing para la línea Lifestyle

cida por el público es JBL, tanto por la fuerte visibilidad en grandes eventos y grandes instalaciones (como aeropuertos, estadios, cines y teatros, entre otros), como en las tiendas especializadas y en las grandes redes de minoristas, además de hobbyistas, audiófilos y músicos profesionales y principiantes. Las nuevas tecnologías y la fuerte adopción de smartphones también refuerza a JBL como líder absoluta de cajas bluetooth y headphones, además de las líneas de home theater y car audio. En síntesis, nuestra empresa tiene una presencia extensiva y de liderazgo en mercados tan diversos que acaba generando un efecto de promoción mutua de la marca JBL. Habiendo dicho esto, nuestras marcas más especializadas, como Crown de amplificadores, Martin de iluminación profesional, AKG de micrófonos y headphones, AMX de sistemas de control y video, Harman Kardon de home theaters y headphones, Soundcraft de consolas de mezcla, entre otras, tienen un alto reconocimiento en sus mercados y líneas de productos específicos, lo que trae a Harman la posibilidad de atender todas las demandas de sus socios y usuarios de forma única en el mercado.

¿Cuáles son las actitudes de Harman para evitar la falsificación o la presencia de la falsificación de productos chinos en América del Sur?

Rodrigo: Éste es un tema muy importante para nosotros, y dedicamos recursos específicos para combatir productos falsos en diversos frentes, sea en la denuncia de venta ilegal en el comercio físico, entrenamiento de fiscales para identificar productos falsificados en las aduanas y monitoreo de ventas vía sitios como Mercado Libre o sitios propios. Un aspecto importante es la orientación constante al consumidor sobre los maleficios de adquirir productos falsificados, como la inexistencia de garantía, calidad sonora inferior, riesgos de daños como incendios, ofreciendo información sobre cómo identificar esos productos para que el consumidor no sea engañado. Grandes resultados ya fueron alcanzados, incluyendo aprensión de productos ilegales y cierre de innumerables sitios, pero ésta es una lucha constante y que demanda mucha determinación.

Luego de la adquisición de Harman por Samsung, muchos rumores sobre AKG fueron diseminados en el

Sabemos adónde queremos llegar, creemos en nuestro mercado y por eso vamos a continuar invirtiendo en toda la región

mercado, principalmente en relación a la desaparición de la marca. ¿Qué es verdad? ¿Qué es mentira?

Rodrigo: AKG es una de las marcas más valiosas de Harman y la estrategia es invertir aún más en ella. Es una marca premium de origen austriaca con fuerte ADN técnico y musical, muy identificada y valorada por el mercado musical profesional por su altísimo nivel de fidelidad sonora y larga tradición en el medio artístico. Como estrategia conjunta, Harman y Samsung decidieron usar esta marca para algunas acciones específicas, como por ejemplo incluir auriculares AKG junto a sus celulares en el modelo tope de línea con el fin de elevar la experiencia del consumidor. El enfoque es valorizar aún más a la marca a través de su asociación con productos de alta tecnología en el segmento premium y aumentar la exposición de la misma, haciéndola más conocida por el público grande. AKG continúa siendo un activo de Harman y las inversiones en ella y en sus portafolios de producto, tanto para el mercado Profesional como Lifestyle, fueron reforzadas para aprovechar esta estrategia al máximo. Por lo tanto, la expectativa es de cre-

cimiento más acelerado de esta marca en sus mercados de actuación.

¿Existen productos elaborados en Brasil que son vendidos en América del Sur?

Rodrigo: Sí, desde la constitución de Harman de Brasil, tuvimos mucho cuidado de no sólo mantener las estructuras existentes, sino invertir fuerte no solamente en las áreas de fabricación y administrativa, como también en el área de desarrollo de productos locales por medio de nuestro departamento de I&D. El área de ingeniería creció, incorporando nuevos laboratorios y recursos de simulación matemática, y tuvo acceso a tecnologías globales, manteniendo fuerte intercambio de información. Como resultado de esas inversiones, tenemos una extensa línea de productos con centenas de ítems que ya son vendidos en toda la región. Estamos hablando, por ejemplo, de la completa línea de altoparlantes profesionales y automotivos, así como de soluciones tecnológicas como los sistemas de line array activos (VL 6 y VL8) y pasivos de

gran porte (línea VL3200), cajas acústicas activas (línea JS) y soluciones de sonorización recreativa (línea DJ Xpert) y deportiva (línea Wind) que usan tecnología JBL y fueron integralmente desarrolladas por nuestra empresa localmente. La confluencia de la tecnología global de Harman con la tecnología local, fruto de 60 años de investigaciones y estudios mercadológicos heredados de Selenium, es una poderosa fórmula que genera productos que son un éxito en el mercado sudamericano. Obviamente tenemos que encarar los mismos desafíos que cualquier empresa nacional, asociados a las cargas tributarias, costos operativos altos para el patrón global y falta de infraestructura logística. De cualquier forma, la calidad de los productos y el momento de cambio monetario favorecen esta actividad. Actualmente, puedo citar a las líneas JS y Wind como proyectos desarrollados para nuestro mercado que ya conquistaron mercados como India y Rusia, entre otros. En breve el mercado estará recibiendo nuevos productos frutos de todo ese trabajo.

Trends del mercado

¿Podrías hablar un poco sobre las tendencias en el mercado de audio profesional y cómo Harman viene trabajando en relación a esos productos?

Rodrigo: Además de la constante evolución del mercado tradicional de la música, como artistas profesionales, shows y hobbyistas, existen segmentos aún incipientes como ambientación corporativa, ambientes religiosos, soluciones de colaboración en ambientes físicos y digitales, iluminación arquitectónica, sonorización de calidad de eventos pequeños y medianos, productos de calidad para músicos entusiastas y generadores de contenido para internet, entre otros, que merecen una atención mejor y deben crecer aceleradamente a corto plazo. Estamos enfocando nuestras acciones en la región para ayudar y desarrollar cada uno de esos mercados.

Hablando sobre Brasil, ¿cómo ves la situación del mercado local hoy y cómo Harman está posicionada en el país?

Rodrigo: El impacto real de la industria



Oficinas de Harman en San Pablo, Brasil



Fábrica de la empresa en Manaus, Brasil

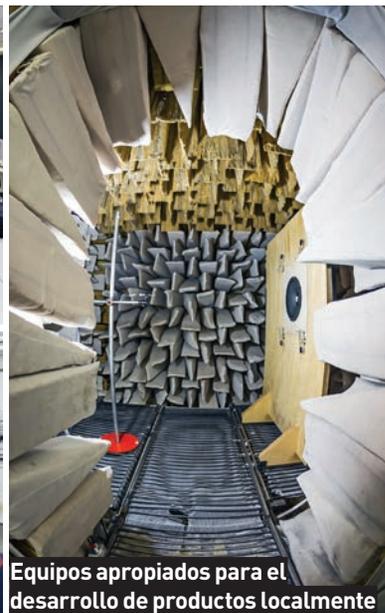




Fábrica en Nova Santa Rita, Brasil



Departamento administrativo



Equipos apropiados para el desarrollo de productos localmente



Área de ingeniería



Interior de la fábrica en Nova Santa Rita, Brasil

de la música en la economía es muy grande cuando se tienen en cuenta eventos, publicidad, educación, cultura, turismo, ocio, prensa digital, etc. En ese contexto amplio, la industria de la música y del audio pasa a ser el catalizador de una parte grande de la economía, ampliando el potencial de muchos segmentos asociados a ella, además de ser un patrimonio valioso de nuestro país y cultura, una marca registrada de nuestra nación en el mundo. Ese enorme potencial sufrió mucho en los últimos años, reduciendo el tamaño total de ese mercado y también el número de participantes del lado de la industria, importadores y comercio. Pero el potencial aún existe y está recomponiéndose consistentemente desde el año pasado, sentimos eso claramente en nuestros resultados. Una mejor organización de nuestro mercado va a inexorablemente suceder y eso va a promover su crecimiento como ocurrió en las economías más avanzadas. Creemos fuertemente en eso y estamos preparados para ayudar a nuestro mercado a no sólo crecer, sino principalmente a evolucionar y reinventarse. Nuestro liderazgo no nos aquieta y queremos continuar aprendiendo, influenciando y ayudando a todos los socios y protagonistas de este mercado.

¿Cuáles con las más recientes novedades de producto de Harman?

Rodrigo: Nuestra línea de productos es tan amplia y la velocidad de los lanzamientos tan alta que se hace difícil mencionar todos, pero va aquí un resumen parcial. En productos profesionales globales, podemos destacar nuestra nueva línea de line array JBL A12 de gran porte (producto que debutó en el Carnaval 2018 de San Pablo), además del JBL A8 de medio porte. En el mundo corporativo, destacamos la soundbar AMX Acendo, producto para ser usado en salas de videoconferencia *premium*. Recientemente lanzamos también la Soundcraft Ui24 (nuevo concepto de mixer digital que puede ser controlado wireless vía tablet), la caja acústica JBL EON One Pro, además del micrófono AKG 632 (reedición del legendario AKG C535 de la década de 1970). En el área de iluminación escénica, Martin recientemente lanzó en la feria LDI la línea de Elipsoidales ELP. En la línea de los productos profesionales desarrollados localmente, podemos destacar nuestra completa línea de line arrays VL (VL3200 High, VL3200 Subwoofer, VL8 Ativo, VL6 Ativo y VL18A Subwoofer), nuevas versiones de altoparlantes fabricados en la planta de Nova Santa Rita y la entrada en un nuevo mercado

llamado *prosumer* con JBL DJ Xpert (caja acústica con conectividad y sistema de DJ ideal para fiestas residenciales).

En la línea de productos Lifestyle tenemos varios headphones, como el nuevo JBL Free, el JBL Tune 600 BT NC, el JBL Everest Elite 150 NC, el JBL Everest Elite 750 NC y el JBL Live 200 BT. Ya en la línea de Sports Headphones especializados, JBL trae el Reflect Contour 2.0, el Reflect Mini BT 2.0 y los auriculares de la línea Endurance, el JBL Endurance Sprint, el JBL Endurance Jump y el JBL Endurance Dive. En la línea de cajas Bluetooth, JBL presenta el nuevo JBL GO2, el Clip 3 y el Tune, además de los lanzamientos ya consolidados, Boombox y Wind. En home theater, el gran destaque es el JBL Playlist y el lanzamiento JBL Bar 5.1, que llega para completar el portafolio de soundbars de JBL (Bar Studio, Bar 2.1 y Bar 3.1), además de la JBL Party Box, una caja de sonido potente diseñada para dar más animación a las fiestas residenciales. ■

Más información

harman.com/brasil

jbl.com.br

 HarmanProBrasil

 JBLBrasil

 JBL_Brasil

POWERSOFT LANZA NUEVO ARMONÍAPLUS PARA CONTROL DE AMPLIFICADORES Y ALTAVOCES

El software Armonía de la empresa italiana pasó por un rediseño y promete proporcionar más características para los técnicos e ingenieros de audio

Powersoft, con sede en Florencia, Italia, es considerada una empresa que fabrica los amplificadores más 'ecológicos' en términos de huella de carbono. El fabricante tiene un software propio, hasta ahora conocido bajo el nombre Armonía, pero acaba de lanzar una nueva versión totalmente rediseñada y con un nuevo visual: ArmoníaPlus.

Orientada únicamente a los altavoces, la nueva interfaz ArmoníaPlus imita al mundo real y el proceso físico de diseño de audio con un flujo de trabajo que es tanto simple de usar como fácil de navegar.

"ArmoníaPlus ha sido repensado y completamente rediseñado para ser el ambiente de diseño de audio más eficiente del mercado actual, lo cual lleva a los usuarios del diseño de sistema al show a través de un flujo de trabajo guiado simplificado. Los usuarios se sentirán completamente cómodos gracias al diseño de ArmoníaPlus. En un ambiente controlado vía accesos directos intuitivos e íconos simples, los usuarios pasearán entre las funciones en un modo de tiempo eficiente tan simple de navegar que marcará un nuevo estándar en la industria", informa el comunicado oficial de la empresa.

La interfaz ArmoníaPlus presenta una sola ventana con cuatro vistas principales: Área de Trabajo, Lista del Sistema, Vista de Operador y Eventos. Área de Trabajo es donde se realiza toda la acción principal - un ambiente



natural donde los ingenieros de sistema pueden planear y trabajar. El espacio de trabajo está dividido en dos partes, donde los amplificadores ocupan el lado izquierdo y los altavoces el lado derecho. Los usuarios pueden deslizarse a través de cuatro pasos principales: Diseño, Configuración, Ajuste y Mostrar, cada uno ofreciendo una variedad de funciones. Una vez que la función Link es completada, las operaciones pueden ser realizadas directamente desde el altavoz. Probar diferentes pre-

sets es tan fácil como seleccionar los altavoces que se controlarán, de modo que su aplicación puede ser modificada a través de la página Ajuste:Preset.

El diseño y todo el control es visualmente intuitivo. Los amplificadores pueden ser agregados directamente al rack, mientras los altavoces pueden ser agrupados vertical y horizontalmente, como se esperarían en el campo físico. Grupos de altavoces pueden ser 'unidos' de modo que al vincular los amplificadores, un algoritmo auto-seleccionará

el siguiente ítem, basado en la proximidad, modelo y posición en la pantalla, además de evitar errores manuales.

La creación de grupos avanzados de altavoces ofrece la posibilidad de ajustar Ganancia, Retraso, Polaridad y Ecualización (EQ). La interfaz gráfica rediseñada provee información que es simple de entender. La nueva página Ajuste:EQ permite a los usuarios monitorar la curva general aplicada a cada altavoz, incluyendo incontables grupos. Un medidor especial de Headroom adapta sus LEDs basado en los limitadores del propio altavoz, mostrando una vista simple de cómo las cajas están siendo manejadas.

La interfaz está diseñada para evitar los sub-menús, con cada función disponible vía un clic derecho o un acceso directo. Las operaciones que pueden llevar a los usuarios por un camino trabajoso de clics en el mouse ahora han sido simplificadas. Para colocar los amplificadores en modo IP estático,

por ejemplo, basta seleccionar el aparato y ArmoníaPlus designará las direcciones disponibles progresivamente, comenzando desde la deseada posición uno. Apagar los subs es logrado desde un solo deslizador o selección hasta restablecer los graves.

ArmoníaPlus simplifica el diseño de sonido. Cada parte de un proyecto de sistema de sonido puede ser exportado como un "template" - un bloque para formar un sistema mayor - que puede ser replicado en el Área de Trabajo como fuera requerido.

Powersoft está siempre avanzando con su tecnología y ha introducido varias funciones innovadoras. Una de ellas es Sombreado, que será muy apreciada por los ingenieros.

Con la función Sombreado, ArmoníaPlus puede reducir el umbral de la ganancia y del limitador del altavoz coherentemente, manteniendo el balance entre los elementos, inclusive si el siste-

ma es limitativo. Esto significa el final de los patrones de dispersión fallidos, causados por la pérdida de ajuste de ganancia relativo cuando el sistema de sonido es llevado al límite.

Aunque los usuarios ya experimentados en Armonía podrán adaptarse rápidamente a la nueva versión, ArmoníaPlus no se reintegrará con la versión previa. Según la estrategia de Powersoft, la nueva versión del software puede coexistir con la versión anterior, permitiendo a los usuarios familiarizarse con el flujo de trabajo del nuevo diseño con el paso del tiempo.

Una serie de tutoriales está disponible en el sitio de Armonía, desde donde también se puede descargar una versión gratuita del software. ■

Más información

armonia.powersoft.it

 Powersoft



Value >

“New Sound... New Breed.”

Quality <

Chateau
TAIWAN

www.chateau-wind.com

Chateau
USA

Chateau Music USA, Inc.
2300 S. Reservoir St. Suite 208
Pomona, CA 91766
TEL : (909) 627-8882
sales@chateausamusic.com
WWW.CHATEAUSAMUSIC.COM





go play
forever

MAUI® 5 GO
ULTRAPORTÁTIL
ALIMENTADO POR BATERÍA
SISTEMA PA DE COLUMNA



Suonate la vostra musica **ovunque e per tutto il tempo che desiderate**. Grazie alla potente batteria **agli ioni di litio**, MAUI 5 GO offre fino a 20 ore di eccellente qualità sonora. E anche di più. Perché con la **tecnologia brevettata Quick-Swap** potete sostituire senza fatica la batteria scarica con una carica. In pochi secondi (la batteria supplementare è disponibile come accessorio). Festeggiate fino alle prime ore del mattino o all'infinito - **GO play forever!**

LD SYSTEMS PRO AUDIO
IN MOTION



DESIGNED & ENGINEERED
IN GERMANY

GO PLAY FOREVER AT:
LD-SYSTEMS.COM/MAUI5GO

LD Systems™ is a brand of **adam hall** experience event technology

SOUND
TECHNOLOGY

LIGHT
TECHNOLOGY

STAGE
EQUIPMENT

HARDWARE
FOR FLIGHTCASES

share the experience at
adamhall.com

go play outside

 BATERÍA IONES DE LITIO PARA HASTA 20 HORAS DE MÚSICA



MAUI® 5 GO

ULTRAPORTÁTIL SISTEMA PA DE COLUMNA ALIMENTADO POR BATERÍA



-  ALIMENTACIÓN LIMITADA POR BATERÍA GRACIAS A NUESTRA TECNOLOGÍA DE SUSTITUCIÓN RÁPIDA (PENDIENTE DE PATENTE)
-  EL ALTAVOZ MÁS POTENTE DEL MERCADO CON ALIMENTACIÓN POR BATERÍA, APTO PARA PÚBLICOS DE MÁS DE 100 PERSONAS
-  DISEÑO ULTRAPORTÁTIL DE 4 PIEZAS, CON UN PESO INFERIOR A 13 KG
-  MEZCLADOR DE 4 CANALES INTEGRADO
-  STREAMING DE AUDIO ESTEREO POR BLUETOOTH®
-  SISTEMA TODO EN UNO DE REFUERZO SONORO Y MONITORIZACIÓN
-  MAYOR COBERTURA GRACIAS AL DISEÑO LINE ARRAY

Combinando una calidad de sonido excepcional, un espectacular diseño compacto y la magnífica versatilidad de los altavoces alimentados por batería, hemos creado el sistema de PA ultraportátil perfecto para usted: el MAUI® 5 GO. Con la alimentación de una batería de iones de litio de alta capacidad, el MAUI® 5 GO le permite hacer que suene la música allá donde lo necesite. Y gracias a los paquetes de baterías opcionales de sustitución rápida, también puede hacer que suene todo el tiempo que desee. Se acabaron los obstáculos, ¡así que vamos, GO play outside!



DESIGNED & ENGINEERED IN GERMANY
LD-SYSTEMS.COM/MAUI5GO



RAYANI MARTINS ENTRA A LA FAMILIA SHURE

En el sector gospel, la baterista Rayani Martins utilizará la línea PGA, además de impartir talleres gratuitos en la oficina brasileña de la marca

Conocida como una de las mayores revelaciones en la música gospel de Brasil, Rayani Martins, de 20 años, entra a la familia Shure - reconocida marca americana fabricante en el sector de micrófonos y soluciones de audio. La famosa baterista, nacida en São Bernardo do Campo, San Pablo, en conversación en la oficina de Shure en dicha ciudad, contó un poco sobre su carrera e historia, además de celebrar la asociación con la marca.

¿Cómo fue el comienzo de tu carrera?

¿Qué te atrajo del instrumento?

¡Yo realmente nací enamorada de la batería! Con 3 años, llegaba a la iglesia con mis padres e iba directo a jugar con el instrumento, en realidad, hacer lío con el instrumento. Desde temprano, algo me atraía en el mundo de la música y hoy sé que es tocar la batería.

¿De dónde vino el apoyo?

Siempre vino de mis padres, principalmente mi padre, que percibió desde temprano mi pasión por el instrumento. Por eso, cuando cumplí 6 años de edad, me motivó e inscribió para tomar clases con la profesora Michelle Dias Forão. Mi madre consideraba la batería un instrumento ruidoso y masculinizado. Por eso, inclusive intenté tomar clases de teclado y otros instrumentos. Mi madre sólo notó mi amor por la batería después de que mi



Rayani en las oficinas de Shure de Brasil



Kadoka le explica sobre el PGA Drum Kit

teclado fue robado. Con la imposibilidad de comprar otro, teniendo sólo un camino, apoyar el instrumento que me apasionaba. Comenzó a comprender y alentar mi propósito.

¿Cuándo te diste cuenta que tocar la batería podría convertirse en profesión? ¿Cuál fue la primera acción para hacer posible ese sueño?

Comencé a tocar en el grupo de la

iglesia y, a partir de eso, muchas oportunidades surgieron. Todas las oportunidades de alguna manera agregaron mucho a mi carrera y a mi crecimiento profesional. Fue a los 15 años que decidí comenzar a dar clases particulares y creer en mi talento como profesión. Luego creé mi estudio, que existe hasta hoy, y actualmente tenemos cerca de 40 alumnos.

Estás involucrada en diversos proyectos y siempre con la agenda llena. ¿Cuál fue el trabajo que más te marcó?

Ciertamente fue cuando toqué ante más de dos millones de personas por primera vez, en 2015, en la Marcha para Jesús. Fue en ese momento que vi que mi sueño se estaba haciendo realidad.

En tu opinión, ¿qué se necesita para ser un buen baterista?

Tienes que tener dedicación y enfoque. Independientemente del ejercicio y de las dificultades, hay que persistir y tener fe. Necesitamos ser agradecidos hasta con los errores, pues es a partir de ellos que aprendemos y evolucionamos. Es lo que le digo a mis alumnos: "Si yo lo logro, ustedes también lo pueden lograr. ¡Nada es imposible!"

Hoy eres una referencia expresiva en el segmento gospel en batería. ¿Cómo te sientes al ver ese reconocimiento?

¡La palabra es gratitud! Trabajé y me dediqué mucho para lograr todo lo que está sucediendo hoy. La música es sentimiento, amor, fe y emoción. Me siento feliz de llevar todas esas sensaciones a las personas.

¿Con quién estás trabajando actualmente?

Trabajo con Priscilla Alcántara y vengo aprendiendo mucho en el camino con ella. Pero ya trabajé con el productor Dudu Borges, Elyon Shamah, Coral Kermuel, Caroline Rezende, Banda Hope Roots, en la orquesta de Mupadesb, entre otros trabajos realizados. Todos contribuyeron mucho para que yo llegara al nivel en el que estoy hoy.

Shure es una de las marcas que te apoyan en esa jornada. ¿Cómo surgió esa relación?

Siempre tuve la marca muy presente en mi carrera. Ya usaba los productos de Shure cuando tocaba en la iglesia y en otras bandas, pero los productos no eran míos. Hasta que un día un amigo me regaló un auricular de la marca, la primera vez que tuve un Shure sólo para mí, y fue

suficiente para enamorarme.

Un día David Kadoka, de Shure do Brasil, me vio tocar en un evento y vino a hablar conmigo. Marcamos un encuentro en la oficina de Shure, cuando conocí al equipo entero que trabaja en Brasil. El personal era muy atento y profesional, y al final de esta reunión, para mi sorpresa, me regalaron un kit de micrófonos PGA Drum para mi batería. Me sorprendió y me hicieron feliz con el reconocimiento, sobre todo porque voy a impartir talleres gratuitos en la oficina de Shure.

¿Qué línea o producto de la marca recomiendas más?

Para los bateristas, seguro el PGA Drum Kit, ¡quiero usarlo durante muchos años! Él atiende a todas las necesidades y da un retorno impecable. La marca es increíble y tiene una variedad gigantesca de productos. ¡Se hace difícil recomendar uno solo! En cuanto a audio, Shure tiene todo lo necesario para un músico. ¡Tiene para todos los gustos!

¿Cuáles son tus próximos planes?

Plan es lo que no falta. Estoy trabajando y corriendo atrás de muchas cosas. No puedo contar todavía, he puesto todo en las manos de Dios y, seguramente, va a salir todo bien. ■



**MODELO
LIVIANO**

**SONIDO
GRANDE**



TYCOON STARGLASS DJEMBES



PABLO ALBORÁN USA ILUMINACIÓN ROBE EN SU GIRA “PROMETO”

El diseño de iluminación creado por Chus Fernández está empleando una gran cantidad de luces de la empresa fabricante situada en la República Checa

Fotos de Juan Fajardo, The Fly Factory

El diseño visual y de iluminación para “Prometo”, la gira en curso del popular cantante y músico español, Pablo Alborán, fue creado por el LD Chus Fernández, en estrecha colaboración con el director artístico Salva Alborán. Es una fusión de iluminación, video y automatización que le da un aspecto diverso y emocionante al show que se presentará por al menos un año.

Chus, quien decidió trabajar con robóticas de Robe, escogió 40 MegaPointe, 48 Spiider y 32 BMFL WashBeam para ser los caballos de batalla en su montaje. Las luminarias fueron provistas por la empresa de alquiler Fluge.

Chus está en su segundo año como LD, director de iluminación y operador para Alborán, y junto con Salva — quien también crea el contenido para los videos — han logrado varias ideas y looks de múltiples niveles para asegurar que todos los elementos visuales tuvieran su momento de brillar.

Con una gran pantalla LED de 4.8 mm que mide 16 metros de ancho y 7 de altura en el fondo del escenario y un techo móvil de 72 luminarias LED matrix 5x5 como toque especial, ambos aspectos pueden cambiar la forma y la arquitectura del espacio.

Chus necesitaba, por lo tanto, luminarias muy intensas y altamente adaptables para crear los aspectos y los efectos de iluminación deseados.

La truss en el fondo arriba de la pantalla contiene 16 MegaPointe, a la vez que cuatro trusses - orientadas en forma de diamante alrededor del sistema superior de LED matrix 5x5 - tienen



24 MegaPointe, seis en cada sección de truss, de modo que cada conjunto de MegaPointe forma un borde potente alrededor de estos dos distintivos.

Treinta y seis luminarias Spiider están ubicadas en ambos lados del escenario en marcos con forma de diamante, con otras 12 Spiider y 12 de las BMFL WashBeam en el suelo, alrededor de los elevadores y esparcidas por el escenario.

El resto de las luminarias BMFL WashBeam están ubicadas alrededor de la pantalla. Fluge es una de varias em-

presas de alquiler en España que han invertido en Robe en los últimos años a través del distribuidor español EES.

El álbum Prometo hizo su debut como #1 en la lista de éxitos en España cuando fue lanzado a finales de 2017, y la gira está actualmente programada para seguir hasta otoño en España, ¡con la posibilidad de incluir a América Latina! ■

Más información
robo.cz

NUEVOS CUSTOM SHOP ONLINE Y SISTEMA WMS EN SABIAN

El Sabian Custom Shop es el nuevo lanzamiento en línea que la compañía ofrece para ayudar a los bateristas de todo el mundo a construir el platillo de sus sueños

Con la posibilidad de elegir entre 29 millones de configuraciones personalizadas de platillos al alcance de sus manos, los bateristas pueden diseñar el platillo de sus sueños en el nuevo sitio, consultar con los especialistas de sonido de Sabian, para luego ordenar y comprar tranquilamente.

Un logro tecnológico considerable, el Sabian Custom Shop funciona al llevar a los bateristas a través de cada etapa del proceso de realización, mientras que los video clips de ayuda brindan una guía en cada paso. El menú personalizable permite una gran gama de opciones en tamaño, perfil, peso, tamaño de la campana, martillado, latonería, mejoras personalizables y mucho más.

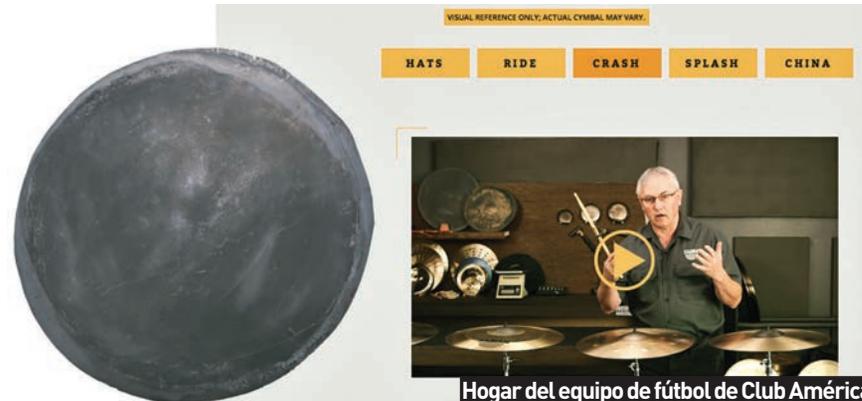
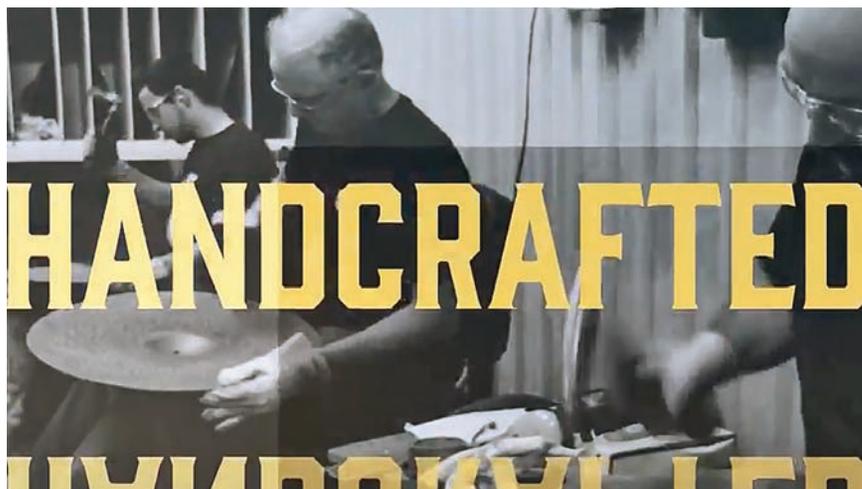
A pesar del profundo nivel de personalización incorporado en el Sabian Custom Shop, el proceso es notablemente sencillo. Les permite a los bateristas sentarse, escuchar, aprender y elegir antes de hacer la compra.

Si bien este servicio está disponible actualmente sólo para los usuarios en América del Norte, se espera que la empresa amplíe el alcance en el futuro próximo.

Warehouse Management System

Ya hablando de cambios internos en los procesos de gestión, Sabian anunció una fuerte inversión en un nuevo Warehouse Management System (WMS o Sistema de Dirección de Bodegas), resaltando la habilidad de servicio al cliente del fabricante de platillos.

Al aumentar la eficiencia en cada



etapa de la producción, el resultado final será rangos de órdenes de ventas y precisión altamente mejorados.

Los clientes, ya sean minoristas a lo largo de Norteamérica o distribuidores internacionales, disfrutarán de los beneficios de un control de stock mejorado, eficiencia al recibir la orden, mejor planificación de ruta y agilidad en la gestión de devoluciones de los clientes.

“Desde 2016, cuando adoptamos un modelo de distribución directa al por menor en América del Norte, nos com-

prometimos con un camino de mejora continua de los procesos de producción. Implementar un nuevo WMS es nuestro mayor paso hasta el momento, y reafirma nuestro compromiso con nuestros clientes en todo el mundo”, dijo Chris Rossiter, vicepresidente de fabricación de Sabian. ■

Más información

sabian.com
sabiancustomshop.com



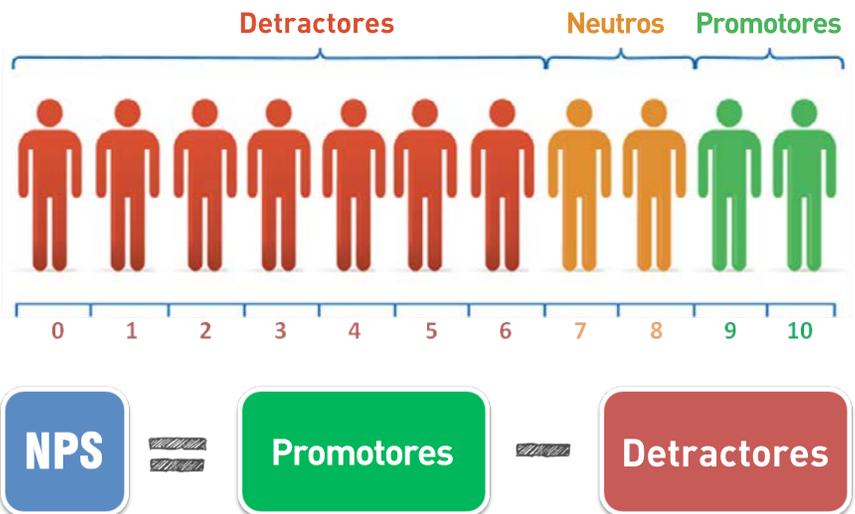
PAULA MOREIRA DE SOUZA

Publicitaria y postgraduada en Gestión de Proyectos de la Fundación Getúlio Vargas. Ex-miembro del equipo de ventas y publicidad de los sitios de música más grandes de Brasil (Letras.mus.br, Cifra Club y Palco MP3), fue parte del equipo de marketing de la tienda de música La Serenata y hoy es customer success en SmarTalk

CÓMO LA HERRAMIENTA NPS PUEDE AYUDAR EN TU NEGOCIO

Conoce la metodología que, por medio de una única pregunta, indica la lealtad del cliente a tu producto/servicio

Si tienes que hacer una sola pregunta a tu cliente, ¿cuál sería? Creo que muchas personas preguntarán: “¿Qué piensas de mi tienda?”, “¿Qué cambiarías en mi producto?” O inclusive “¿Te gusta mi servicio?”. Sin embargo, existe una metodología creada por Fred Reichheld, en Estados Unidos, que convierte la lealtad/visión de tu cliente en una sola pregunta: “En una escala de 0 a 10, ¿cuánto recomendarías nuestra empresa a un amigo o colega?”. Esta única pregunta es la metodología NPS - Net Promoter Score.



¿Qué es NPS?

El NPS permite medir la probabilidad/chance de que tu cliente recomiende tu producto/servicio a otras personas. Como es una metodología muy simple, las empresas comenzaron a utilizarla como forma de medir la satisfacción del cliente con relación al producto/servicio. Al final, quien no está satisfecho con lo que fue comprado no recomendará tu servicio a nadie. De la misma forma, quien está satisfecho con lo que fue comprado tiene mayores posibilidades de recomendar, sugerir tu servicio a otras personas.

En síntesis: no es nada más que una encuesta de satisfacción. En la práctica, el uso del NPS es súper simple.

¡Mira lo fácil que es!

El primer paso es hacer esta pregunta única a tus clientes. Luego, debes separar a los clientes por las notas que le dieron a tu pregunta. La separación debe realizarse de la siguiente manera:

- Clientes que dieron notas de 0 a 6.
- Clientes que dieron notas 7 u 8.
- Clientes que dieron notas 9 ó 10.

Los clientes que dieron notas de 0 a 6 se llaman detractores. Son aquellos que se quedaron insatisfechos con lo que se les ofreció. Hay una probabilidad gigantesca de hablar mal de tu marca a muchas personas (personalmente, en las redes sociales, en sitios de reclamo). Y, claramente, no harían negocios de nuevo contigo.

Los clientes que dieron a tu empresa una nota 7 u 8 son los neutros. No crearon un vínculo con tu negocio. Pueden haber comprado sólo por necesidad y no crean una lealtad con la marca. Es un grupo de extrema importancia, pues debe haber un esfuerzo para que este grupo aumente la puntuación a 9 ó 10.

Los clientes que dieron nota 9 ó 10 son aquellos que serán los evangelizadores de tu marca. Son los promotores. Están satisfechos con tu servicio, les gustó la atención, el tiempo que pasaron junto a la empresa y posiblemente van a recomendar tu producto/servicio a amigos y conocidos. Van literalmente a promover tu marca por ti.

Los tres grupos merecen atención

Debe haber un esfuerzo para que los promotores no se vuelvan neutros o detractores. Los neutros pueden ser un buen punto para reunir comentarios. Y los detractores pueden proporcionar información sobre dónde tu producto/servicio presenta fallas y errores que se deben mejorar.

¡OK! Ya sé lo que es NPS y cómo funciona. Pero ¿cómo sé mi puntuación?

Supongamos que en un total de 100 clientes "entrevistados", las respuestas por grupo han quedado así:

PROMOTORES: 50 NEUTROS: 20 DETRACTORES: 30

BASTA CON CALCULAR:

$NPS (\%) = PROMOTORES (\%) - DETRACTORES (\%)$

$NPS = 50 - 30$

$NPS = 20\%$

Por lo tanto, el NPS de tu empresa es de 20%.

Sin embargo, hay una clasificación para los valores conquistados en el NPS. Llamamos a esta zona de clasificación.

Para NPS entre 76 y 100, estás en la zona de excelencia.

Para NPS entre 51 y 75, estás en la zona de calidad.

Para NPS entre 1 y 50, estás en la zona de perfeccionamiento.

Para NPS entre -100 y 0, estás en la zona crítica.

En cada una de estas zonas es posible emprender acciones correctivas para mejorar el desempeño.

¿Qué tal un ejemplo?

Vamos a suponer que el NPS de un luthier sea 30. El servicio debe tomar actitudes que aumenten su puntuación general. Puede ser una investigación más profunda de satisfacción, se puede - inclusive - solicitar feedback a los clientes que no fueron promotores del servicio.

Revisar el proceso de captación del cliente, cómo fue atendido, la cordialidad del equipo y la calidad del servicio prestado, también son óptimos parámetros para evaluar el proceso de la empresa en un contexto general.

Lo más interesante sobre la herramienta NPS es que puede ser utilizada en cualquier modelo de negocio. Entonces, tú, que eres proveedor, luthier, comerciante o artesano, aprovecha la oportunidad para utilizar esa metodología en tu negocio. Estoy segura de que te sorprenderás de la percepción que tu cliente tiene sobre tu servicio. ■

18TBX100 DESEMPEÑO CLÁSICO

- Bobina de alambre de cobre: 100 mm (4 in)
- Capacidad de potencia de programa continuo: 2400 W
- Potencia masiva, máxima fiabilidad.

bcspeakers.com

made in Italy



B&C SPEAKERS
®

GHS STRINGS SE ASOCIA CON EASTWOOD GUITARS

GHS Strings se complace en anunciar que se ha asociado con Eastwood Guitars, presentando sus sets de cuerdas en los instrumentos del fabricante de guitarras



Gracias a esta asociación, ahora todos los modelos de Eastwood Guitar estarán equipados con GHS Strings. Además, la marca de cuerdas ofrece una serie de sets personalizados para las guitarras mando, tenor y barítono de Eastwood.

“Debido a la creciente demanda por nuestras familias de guitarras Mando, Tenor y Barítono, decidimos que era hora de asociarnos con una marca americana de cuerdas, para ayudar a satisfacer las necesidades de nuestros clientes”, dijo Michael Robinson, CEO de Eastwood Guitars. “GHS sobresalió y armó una gama de sets de cuerdas para todos nuestros ‘otros’ modelos, incluidas las flatwounds

ghs
strings

EASTWOOD
GUITARS

para nuestros varios bajos de escala reducida. De ahora en adelante, todos estos modelos vendrán con cuerdas GHS instaladas de fábrica. También ofreceremos sets de reemplazo directamente desde nuestro sitio web y nuestros distribuidores en todo el mundo para satisfacer las necesidades futuras de nuestros clientes”.

“Estoy muy entusiasmado con esta asociación”, dijo Jonathan Moody de GHS Strings. “Tuvimos en cuenta muchas preguntas de músi-

cos frustrados que tienen guitarras de tenor y barítono, que no saben dónde encontrar cuerdas de reemplazo. ¡Con esta asociación, pudimos trabajar juntos y obtener una serie de

sets custom shop populares juntos para ayudar a todos estos músicos!”

Los juegos de cuerdas de las guitarras mando, tenor y barítono de Eastwood Custom Shop están disponibles directamente a través de Eastwood Guitars, así como de cualquier distribuidor autorizado de GHS Strings. ■

Más información
eastwoodguitars.com
ghsstrings.com



LUIZ CARLOS RIGO UHLIK

es un amante de la música desde el día de su concepción, en 1961. uhlík@mandic.com.br

¡JAMÁS ANTECIPES EL NO!

¡No digas no! Busca soluciones para satisfacer las necesidades de tu cliente

Soy un gran fan de la frase: “Ningún cliente es peor que cualquier cliente”. Por lo tanto, quien actúa en ventas debe estar bien preparado para el mercado, para el producto, la empresa, los competidores y, principalmente, los clientes. Cuando te das cuenta de que estás cerca de decirle un “NO” a tu cliente, es interesante hacer una buena reflexión antes de tomar esa actitud.

Muchos son los factores que hacen que tu cliente deje de pensar en la decisión de compra: inseguridad, necesidad de más información, cambio de proveedor, análisis de costos y beneficios. Todos ellos pueden estar relacionados con condiciones como plazo, calidad y casi siempre chocan, finalmente, con el precio.

Hay casos en que los márgenes de negociación son explícitos al profesional de ventas y puede, después de sus argumentaciones, ofrecer descuentos o condiciones alternativas. Sin embargo, algunas veces los clientes solicitan algo diferente de aquello ya padronizado e informado por el profesional de ventas, y que exigirá una consulta junto a sus superiores.

¿Cómo reaccionas?

Los vendedores más experimentados utilizan el juego de cintura y buscan alternativas que llevan al equilibrio entre lo que el cliente desea y lo que la empresa puede ofrecer. Pero existen aquellos que



Cuando te das cuenta de que estás cerca de decirle un “NO” a tu cliente, es interesante hacer una buena reflexión antes de tomar esa actitud

se quedan con miedo de consultar otras posibilidades y lo primero que le dicen al cliente es: “Eso no lo voy a conseguir” o “Puedo decir que no es posible” o “No puedo hacerlo”. Son tantos “no” que queda una gran duda para el cliente: ¿no puede o no lo está intentando?

En esas situaciones es importante analizar algunas cuestiones:

- ¿Cuál es el potencial de este cliente?
- ¿Cuánto representa en tu cartera de clientes?
- ¿Es líder de opiniones?
- ¿Quiénes son los competidores que lo están cercando?
- ¿Lo que él pide no puede realmente ser

hecho o es posible abrir una excepción para fidelizar al cliente y obtener buenas indicaciones futuras, si él es un generador de opiniones?

¡Sé el destaque!

Si este cliente tiene potencial, es formador de opinión y podrá ser fidelizado por medio de una acción diferenciada tratando de atender su solicitud, muchas veces la excepción no se convierte en un costo sino en una inversión realizada por la empresa. Identifica qué es lo que se puede hacer para que sea atractivo para ambas partes. Es la llamada condición ganar-ganar.

Jamás anticipes el “no”, pues, para el cliente, quedará la impresión de mala voluntad y descuido.

Y si, al verificar todas las posibilidades existentes, éstas son diferentes de las solicitadas por el cliente, evita decir que no conseguiste lo que él quería. Substitúyelo por algo que valore a tu cliente, que lo haga sentirse reconocido. Algo como: “Sr. (nombre del cliente), busqué las mejores alternativas para atenderlo y conseguí una alternativa diferente que es...”

Aunque sea diferente de lo solicitado, él respetará tu esfuerzo, dedicación e interés, y lo tendrá en cuenta en su decisión, pues reconocerá que no todo lo que se solicita es posible y que todo forma parte del proceso de negociación.

¡Eso significa ser proactivo! ¡Sé proactivo, siempre! ■



JOEY GROSS BROWN
es Senior Associate de Forecast Capital Participações, especialista en ventas y marketing corporativo. Actúa como Liason y Project Manager para back offices, proyectos de captación de capital y adquisiciones & fusiones (A&M), teniendo 24 años de experiencia en gestión en el mercado musical.

ACELERADOR DE VENTAS

En esta edición pensé en volver a mis raíces de vendedor, quién sabe, y poder ayudarte tanto a ti, dueño de un negocio, como a tu equipo de ventas

Voy a hacer una broma saludable que puede llegar a despertar algunas viejas costumbres adormecidas en función de la revolución digital. Esto sirve para los equipos de ventas al por menor y al por mayor, inclusive de e-commerce.

Ejercitando las ventas

Comencemos: serán cinco ejercicios. Junta a tu gerente o inclusive a tu equipo de ventas y vamos a empezar.



EL OSO: Pide a tu equipo que apunte los diez elementos más antiguos en tu stock y elige uno para vender en hasta 30 días. Estudia

alguna acción para realmente promover este artículo en particular. Ponle un premio cualquiera (desde un día de descanso a una cantidad de dinero - queda a tu criterio) y comienza la apuesta. Repite este ejercicio durante todo el año. Al final, pon un premio genial y más atractivo para el que más venda elementos de este juego.



EL SABIO: Reserva 5 minutos de tu carrera corporativa y siéntate con tu equipo de ventas. Escoge uno. Pregunta

sobre lo que más sabe (producto) y pídele que enumere los motivos que lo hacen, o no, genial. Ahora pregúntale cuál es la marca de ese elemento que más le gusta y por qué. Repite esto cada día, independientemente de que sea un equipo pequeño. Pide alternativas, ya que no pueden repetir lo que ya se ha dicho. En poco tiempo, el aprendizaje comenzará a desbordar entre el equipo y todos conocerán mejor los aspectos técnicos o comerciales de ciertos productos.



EL GATO x LIEBRE: Sabemos que en el mercado musical, así como en otros mercados, tenemos productos de alta calidad

y su precio correspondiente, y también precios inferiores con calidad compatible. Pide a tu equipo (una vez por semana) que elija un producto (teclado, guitarra, pedal, etc.) y cite la mejor marca y la peor en su opinión. Pregunta qué marca vende más y cuál posee mejor margen (ayuda a tu equipo a entender sus necesidades de venta y a aumentar la rentabilidad siempre que se pueda). Para finalizar, desafía a la mitad de tu equipo a vender el producto X y a la otra el producto Y (no se aferren a marcas ni a valores, pero diferencien un producto del otro de alguna manera). Deja claro que todos pueden vender todo, pero si

el grupo A vende el producto destinado al grupo B, el grupo B es el que recibe un punto. Crea un premio agradable (paga un almuerzo en un buen lugar o algo así). Este juego tiene el propósito de permitir una asimilación de lo que está disponible para la venta dentro de las innumerables líneas de productos, haciendo que el vendedor pase a perfeccionarse en, primero, ofrecer el más caro y mejor, mientras que el cliente (consumidor) va indicando el tamaño de su bolsillo y los ajustes van sucediendo hasta cerrar la venta.



LA ZORRA TAVARES: En realidad, este juego se llama La Zorra, pero una de mis

hijas, hoy con 11 años, tiene una peluche que desde que ella cumplió 1 año la acompaña en todo y se llama Tavares.

En este juego, la apuesta es totalmente del equipo: el equipo de ventas va a definir un producto campeón de ventas que no puede faltar. Tú, director o gerente, deberás definir precio x período e instigar la venta de 20% más de ese ítem por medio de una compra más favorable de tu proveedor y buscando asociación con éste para facilitar la tarea. El vendedor que más venda dicho artículo gana el derecho de estar un día en la presidencia (o gerencia de ventas)

y será él quien definirá los objetivos de la semana y del día (dejando las cosas más sensibles para el verdadero ocupante de la silla) y con algunas reglas de cumplimiento preestablecidas.



EL VIAJERO DEL TIEMPO:

Éste en particular es mi favorito. Pero sólo es aplicable en entornos de trabajo que

permitan el uso del smartphone y del WhatsApp u otra manera de comunicación por mensajes. El gerente/dueño elige tres ítems del stock de los que haya cantidad y puedan ser vendidos (la cantidad de cada uno, valores, etc., queda a su criterio). También elige un premio

cualquiera. Por último, lanza el desafío: aquel que consiga vender cualquiera de los tres ítems usando sólo la comunicación digital podrá salir media hora más temprano por el período que sea (uno, dos, tres días, etc.) o gana media hora para llegar más tarde. En fin: un premio factible y que no va a desmoronar tu estructura. Este juego desarrolla la creatividad y el real compromiso con la fidelización de clientes por parte de tu equipo. Si en la mayor parte del tiempo el acceso a los dispositivos de mensajería es usado para motivos que no son profesionales, ¿quién sabe si en el juego tu vendedor entiende que ésta es una tremenda herramienta de trabajo?

El resultado

Es eso: nota que en ningún juego hablamos de castigo, bromas, bullying o algo

parecido. Sólo hablamos de incentivos. Sin embargo, muchos de nosotros, vendedores, a veces chocamos con la falta de recursos básicos para realizar nuestras tareas. Con esto quiero decir: una relación de stock siempre correcta y actualizada, una lista de precios continua de fácil acceso, una comunicación fluida con el departamento de compras y, finalmente, un real interés del dueño/socio/gerente de resolver los problemas inherentes a la venta.

Al entender que de nada sirve ser arrogante, burlar o culpar a la rutina de mercado en todos los segmentos por las bajas ventas, sino que se debe establecer una fuente de soluciones, y en poco tiempo tu equipo de ventas ya no estará solamente negociando, sino que estará creando una relación contigo y tu negocio. ¡Viva! ■

DALE COLOR A TU VISIÓN

CON ELATION PROFESSIONAL.



23,000 LÚMENES TOTALES
COMPITE CON LUMINARIAS DE
LÁMPARA DE DESCARGA
DE 1,200W

•
FUENTE LED BLANCO FRÍO
6800K DE 620 W

•
> 87 CRI CON FILTRO
HIGH CRI

•
COMPLETO SPOT / PROFILE
/ WASH EN UN EQUIPO

•
PROYECCIÓN UNIFORME
DE LA LUZ

ARTISTE
PICASSO™

Avanzado sistema
motorizado de
4 cortadoras.



"El Mago de Oz"
Syracuse Stage, Syracuse, NY
Diseño de Iluminación:
Herrick Goldman
Fotografía: Michael Davis



CREA LA VISIÓN | ENTREGA LA EXPERIENCIA

ELATION PROFESSIONAL MEXICO
Av. Santa Ana #30, Parque Industrial Lerma, México 52000
ventas@elationlighting.com
+52 (728) 282.7070

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

ELATION
PROFESSIONAL

¡AHORA CONTENIDO EN ESPAÑOL!
Síguenos en Facebook: [ElationLatam](https://www.facebook.com/ElationLatam)

AUDIOMUSICA REINAUGURA SU TIENDA EN PARQUE ARAUCO

Con una transmisión especial de Sonar FM y una íntima presentación de Alain Johannes, se reinauguró la tienda de Audiomusica en Parque Arauco, que ahora tiene un nuevo diseño

Audiomusica cuenta con más de 30 años en la industria y tiene más de 30 tiendas donde los usuarios chilenos pueden encontrar una amplia variedad de importantes marcas.

Una de ellas ha pasado por una importante remodelación. Se trata de la tienda denominada “Parque Arauco” en Las Condes, que fue reinaugurada con varias actividades especiales, incluyendo la participación de una transmisora de radio. La transmisión en vivo de Sonar FM se realizó desde la nueva tienda Parque Arauco con la animación de Alfredo Lewin, quien elogió el nuevo diseño de la tienda, calificándolo como un “nuevo espacio para los amantes del rock y de la música”. También estuvo presente Pancho Reinoso; ambos viejos amigos de Audiomusica.

Luego siguió una entrevista con Alain Johannes, músico y productor, que ha trabajado junto a leyendas del rock como Chiss Cornell, Eddie Vedder, Queens of the Stone Age, y Arctic Monkeys, entre otros.

El nuevo diseño de Parque Arauco destaca por sus colores cálidos, complementados por los ladrillos anaranjados y la madera que cubren las paredes y las plataformas de exhibición de productos. La distribución de los productos es resaltada por una pared con



Entrada a la tienda



Transmisión de radio en la reinauguración



Vitrina invita a visitar

guitarras, que es lo primero se contempla al entrar a la tienda, mientras que los parlantes se encuentran en el

lado izquierdo y en el fondo del local se ubican los teclados e instrumentos de percusión.

Durante la transmisión también se entrevistó a Rodrigo San Martín, gerente comercial de Audiomusica, quien se refirió al crecimiento que ha tenido la empresa en los últimos 12 meses, las aperturas de nuevos locales y la remodelación de otros. “Con estas nuevas tiendas buscamos crear nuevos espacios donde nuestros visitantes puedan sentirse bienvenidos y puedan vivir una experiencia en torno a la música”, comentó San Martín.

“En esta tienda le dimos un poco más de protagonismo a la madera, en los corners, terminaciones de los muebles y la nueva fachada. Creo personalmente que fue un acierto,

le da una calidez especial que hace que estar en la tienda sea entrar al punto de encuentro con la música y el sonido,

es sentir una atmósfera particular, así también nos lo hacen saber nuestros clientes y eso me deja muy contento”, explicó Richard Díaz, jefe de visual y merchandising, encargado de las remodelaciones.

“Quiero agradecer a todos los que nos ayudan a hacer que estas cosas pasen, no los puedo nombrar a todos, pero los resumo como el gran Equipo Audiomusica”, agregó.

Hugo Álvarez, subgerente de retail, explicó: “Lo más interesante de este proyecto revolucionario, que incluye cuatro nuevas aperturas, es que fuimos mejorando y sorprendiendo cada vez más”.

Cabe destacar que la empresa también provee servicios de instalación y proyectos de audio, tiene una escuela donde se

enseña canto, saxofón, flauta travesera, piano batería, bajo y guitarra, y ha inaugurado recientemente su propio estudio de grabación; un estudio boutique que cuenta con altos estándares de calidad en arquitectura y acústica, equipamiento de primer nivel y al servicio de músicos profesionales y amateurs.



Showroom organizado



Sección de teclados



Instrumentos de cuerda

Entre la amplia oferta se incluye grabación, mezcla y masterización de canciones y producciones discográficas como EP's o álbumes, contando con un equipo de profesionales de probada experiencia y reconocimiento en el mundo musical, así como también ingenieros asociados de primer nivel dispuestos a asesorar y guiar a los músicos. ■

Más información:

AudioMusica

Año de reinauguración: 2018

Sitio: audiomusica.com

AudioMusica



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.

MUSICAL CAMPOS: INSTRUMENTOS, ALQUILER, REPARACIÓN Y MUCHO MÁS

Desde sus dos tiendas, Musical Campos ofrece una amplia variedad de opciones para los clientes, no sólo de instrumentos, audio, iluminación y accesorios sino también de diferentes servicios que los ayudan en sus tareas

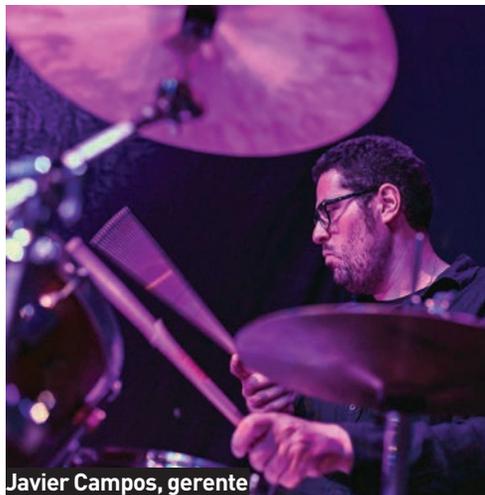
Musical Campos nace en 2002 con el objetivo de dar un buen servicio especializado en instrumentos de viento, percusión y sonido e iluminación, para ello la empresa cuenta con su propio servicio técnico especializado. Los fundadores fueron Javier Campos y Sergio Campos, y el emprendimiento cuenta hoy con dos tiendas.

La primera tienda en nacer fue la central, situada en Segorbe (Castellón), la cual está cerca de los almacenes de la empresa, situados en la localidad de Soneja, mientras que la segunda se encuentra en Valencia. En ambas se venden los mismos productos, no obstante, en el establecimiento de Valencia es desde donde trabaja el servicio técnico, que es autorizado de las marcas Buffet, Yamaha, Bach y Selmer, así como servicio técnico oficial para España y Portugal de la marca Paul Millet. En él también tienen una exposición de alta gama de instrumentos de viento de madera y metal, así como de baterías y sonido.

“La evolución de nuestras tiendas ha sido en la especialización de producto, así como de nuestros empleados para dar un mejor servicio de atención al cliente”, comentó Javier Campos Soriano, gerente de Musical Campos.

Oferta de productos

En Musical Campos se pueden encontrar



Javier Campos, gerente



También ofrecen educación y servicio de alquiler

trar primeras marcas, con un buen servicio de atención al cliente y un servicio posventa, apoyados por el servicio técnico especializado en instrumentos de viento de madera y metal, así como de percusión.

“Trabajamos con primeras marcas, tanto en viento como en percusión y sonido, entre ellas, Yamaha, Buffet, Selmer, Bach, Paul Millet, Mapex, Sonor, Ludwig, LP, Bose, Meyer y Db”, dijo Javier, destacando que son distribuidores de la marca Paul Millet, así como de Yamaha y Buffet.

“Tenemos una buena relación tanto con estas marcas, a las que representamos, como con otras, dado que nuestra máxima en la empresa es dar el mejor servicio para nuestros clientes” agregó.

Cabe destacar que Paul Millet Mu-

sical Instruments es una marca propia de Musical Campos. Se trata de instrumentos de viento de madera y metal que son fabricados en Asia pero ensamblados en Francia, y están presentando una muy buena aceptación por su relación de calidad y precio.

De hecho, los productos que están presentando más demanda en las tiendas son los instrumentos de viento, la percusión sinfónica, las baterías, los aparatos de sonido e iluminación y todos los accesorios.

Alquiler de instrumentos

Una de las novedades de esta empresa es el sitio web alquilamusica.com desde donde proveen servicio de alquiler de instrumentos musicales, equipos de sonido, equipos de iluminación, y

demás instrumentación requerida para los diferentes eventos musicales que cualquier músico pueda desarrollar.

“Nos ponemos en la piel de los padres de las nuevas generaciones de músicos que se ven obligados a realizar una gran inversión para que sus hijos puedan estudiar sin garantía ninguna de que vayan a continuar. Nos ponemos al servicio del músico y sus familiares para facilitar la adquisición de los diferentes utensilios en cómodas mensualidades, optando a la adquisición final del material alquilado”, explican en el sitio.

Entre los equipos disponibles hay instrumentos de viento madera, de metal, percusión, pianos, instrumentos de cuerda clásica, guitarras, instrumentos tradicionales (bandurria, dolçaina, laúd), equipos de sonido y proyectores. Este servicio funciona desde la tienda de Segorbe, en Castellón.

Además, Musical Campos tiene venta online desde musicalcampos.es, una acción que comenzaron recientemente pero piensan que “Nos ayudará a crecer. Es un buen complemento a las tiendas físicas”.

Gracias a esto las ventas no sólo se están expandiendo hacia otras regiones de España, sino también a otros países de la Unión Europea y hasta Sudamérica. En Castellón también funciona el Centro de Estudios Musicales MC, desde donde se realiza un programa de escuela de música moderna y paralelamente cursos de perfeccionamiento profesional con ar-

tistas nacionales e internacionales.

Sin dudas estas tiendas están llenas de sorpresas y buenos servicios para los músicos. “Las tiendas, en general, deben especializarse más en todos los sentidos, para dar un mejor servicio y a buen precio para competir con las grandes webs. Estamos atravesando por una situación de márgenes reducidos por la batalla de la venta online de las grandes empresas como, por ejemplo, Amazon. Tenemos que trabajar más y mejor”, concluyó Javier. ■



Instrumentos Paul Millet en el showroom



Una de las tiendas



Primeras marcas en instrumentos de viento

Más información: Musical Campos
 Año de creación: 2002
 Sitios: musicalcampos.es, alquilamusica.com
 f MusicalCampos
 f CentrodeEstudiosMC



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.

DOS NUEVAS TIENDAS DE MUSIC STORE EN ESPÍRITO SANTO

Music Store está creciendo, con el cambio de una de sus tiendas a un espacio de 250 m² y la inauguración de otra totalmente nueva con un amplio mix de productos

La empresa Music Store nació de una conversación de fin de semana en una reunión de amigos músicos. Uno de ellos contó que otro amigo estaba decidido a cerrar las actividades de su tienda en el municipio de Cariacica, a quienes conocían por ser representantes comerciales en el área de instrumentos musicales y audio profesional. Así comenzó la búsqueda por el dueño de esa tienda y se hizo la negociación para comprar todo el stock y sus muebles. El 25 de mayo de 2014 se inauguró Music Store Audio e Instrumentos Musicales, en el barrio de Cobilândia, en el municipio de Vila Velha (Espírito Santo) de la mano de Wallace Vieira de Mello, su esposa Gilcéia y el hijo Wallace Junior. “Esta primera tienda Music Store era de barrio. Quedaba frente a nuestra residencia y decidimos abrirla allí por ser un punto propio y no pagar alquiler”, comentó Wallace,

socio y propietario. Después de algunos años, percibieron que en la tienda de barrio no tenían un movimiento tan expresivo, lo que llevó a la empresa a pasar por algunas dificultades financieras. Con eso, tenían dos opciones: cerrar la tienda o crecer. “¡Entonces decidimos crecer!”, dijo Wallace. “Nos arriesgamos



La familia por detrás del emprendimiento



Empleados de las tiendas



y fue ahí que vinieron las nuevas tiendas: la del Shopping Moxuara y la del Boulevard Shopping Vila Velha.”

Tiendas nuevas

En diciembre de 2017, los socios propietarios inauguraron la tienda Music Store en el Shopping Moxuara, en el

municipio de Cariacica, con un espacio de 64 m². Poco después, tuvieron la oportunidad de ampliar esa tienda para contener un showroom de 250 m², que fue reinaugurada el 24 de julio de 2018. Fue así que esa tienda (Music Store Shopping) creció, debido a la falta de espacio físico, al aumento en el movimiento y a la demanda de más marcas

y productos. “Con el mercado retraído, fuimos forzados a tomar una decisión: cerrar las actividades o abrir otra tienda y darle la vuelta a la situación. Y eso es lo que hicimos. En tiempo de crisis también se crece y tenemos que reinventarnos”, recuerda Wallace. El plan de crecimiento incluye la apertura de una tienda más - en el Boulevard Vila Velha -, que se inauguró el 4 de agosto de 2018. “¡La inauguración fue un éxito! Hemos sido muy bien recibidos por todo el equipo del Boulevard Shopping y principalmente por nuestros clientes. Hemos elegido ese lugar por estar en el mismo municipio de la primera tienda, en Vila Velha, en el barrio de Cobilândia”. Además de las tiendas físicas, Music Store está trabajando en una tienda online, que se encuentra en fase de construcción y pronto estará en pleno funcionamiento.

Mix de productos

En todas las tiendas Music Store es posible encontrar el mismo mix de productos para poder mantener el mismo estándar en todas las unidades. “Nuestro mix está formado por una gran variedad de marcas y productos. Normalmente procuramos tener en stock los productos que los clientes buscan en nuestras tiendas”, contó. Entre los productos disponibles, no pueden faltar las marcas nacionales, con nombres como Rozini, Gianni-

ni, Cajon Percussion, FSA, Datalink, Torelli, Santo Angelo, Baquetas Alba y otras. “Estas marcas son muy bien aceptadas por la calidad y variedad de sus productos”, detalla. Wallace explicó que en la tienda del Shopping Moxuara venden más instrumentos musicales, y que en el Boulevard existe una demanda mayor por audio profesional. En general, lo que más se vende en la línea de instrumentos musicales son las guitarras. “Creo que eso es lo que nos destaca: la variedad de productos y, principalmente, la buena atención”, agregó. Pero eso no es todo, Music Store cuenta también con el apoyo de un luthier, Zé Maria (Vercin Luthier). Gracias a él, todo instrumento de cuerda comprado en las tiendas sale con la regulación (por cuenta de la tienda) de la forma que el cliente



Guitarras acústicas y eléctricas son los más vendidos



Tienda en el Shopping Moxuara

necesita. También hay técnicos especializados en mantenimiento e instalación de audio, iluminación y sonido profesional para iglesias, teatros, bares y más, proporcionando servicios para todo tipo de cliente.

Más actividades

Music Store se encuentra trabajando en la tienda en línea y en el sitio, como Wallace explica: “El próximo paso ahora, también este año, es nuestra tienda online y nuestro sitio. ¡Después quién sabe! ¡Vienen más novedades por ahí!”. “En Brasil, es muy difícil ser emprendedor por varios motivos y por el exceso de burocracia, pero si no lo intentamos, nunca vamos a saber si nos va a ir bien o no. Para aquellos que están dudando, quiero decir que traten y nunca desistan”, concluyó. ■

Más información

Nova Music

Año de creación: 2008

Sitio: novamusic.com.br

 NovaMusicCaruaru



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.



Los bajos de la Serie GB son para los músicos modernos que gustan de un tacto e imagen tradicionales pero con características modernas que mejoran el funcionamiento general del instrumento.
 Vea todos los bajos GB de Cort en CortGuitars.com/gbbasses

GB
 SERIES

T H E B A S S
 O F B O T H
 W O R L D S

Para más información consulte a su distribuidor Cort de Latinoamérica

- | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--|------------------|
| - Argentina, Chile, Uruguay | FAMA MUSIC S.A | www.famamusic.com.ar | +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 | INTERMUSICA S.L. | www.intermusica.es | +34-934-102500 |
| - Ecuador | CASA MUSICAL VELASCO | www.velasco.com.ec | +593 4 2-307750 |

CAPER SHOW EN BUENOS AIRES

La feria se realiza hace 26 años y, si bien, es más enfocada al broadcast, siempre se pueden encontrar varias novedades de audio e iluminación para entretenimiento



Christian (Lectrosonics)



Fernando (DiGiCo)



Gilberto (PowerSoft), Ruben y Carlos (Equaphon) y Thiago (PowerSoft)



Guillermo Promesti (GoConcert XproStore)



Gustavo Bohn (B&C)



Maria Isabel Arango (UNTREF)



Miguel (Genelec)



Pablo (TMPro) y Javier (Shure)



Ricardo Pousa (ARS)



Someco



Stanich



Zona DJ

Caper Show es el lugar indicado en Argentina para las empresas y usuarios de los segmentos de broadcast, cable, satélite y cine, conteniendo también espacio para iluminación y audio dentro de esos sectores.

Pero también se pueden encontrar algunas empresas dedicadas al sonido y luces para el entretenimiento o aplicaciones en vivo. Este año estuvieron exponiendo nombres como Equaphon (con las marcas STS, DiGiCo, Genelec, Lectrosonics, DPA, Powersoft, Beyerd-

ynamic y otras), ARS Technologies (con Sennheiser, Allen & Heath, EV, Harman, Martin Audio y más), XProStore (del grupo Go Concert, con RCF, QSC, Adam Hal, 18Sound y otras), TMPro (conocida como Todomusica, con GTD, Shure, dBTechnologies y Zoom, entre otras), SVC (con Avid, por ejemplo), Someco (con SKP, algunas de Harman y más) y el fabricante local de sistemas de audio Stanich.

También hubo demostraciones de sistemas de audio al aire libre, conferencias interesantes como la dictada

por la AES Argentina sobre alineamiento de sistemas, la participación de la Universidad Tres de Febrero con sus carreras audiovisuales y el debut de la Zona DJ, donde las empresas ARS Technologies, TMPRO y XproStore mostraron productos dedicados a los DJs.

La edición 2019 será del 30 de octubre al 1º de noviembre. ■

Más información
caper.org.ar

Medina Artigas®
strings

Embellecer los
SONIDOS
es enriquecer
el **ARTE**
DE LA
Música

CUERDAS PARA:

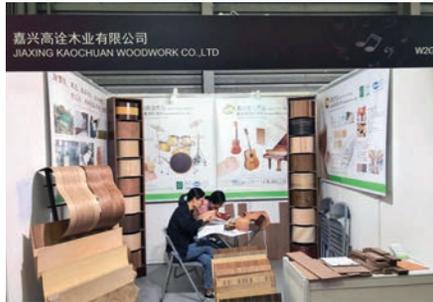
Guitarra Clásica • Guitarra Acústica • Guitarra Eléctrica Bajo Eléctrico
Instrumentos Latinoamericanos • Instrumentos de Arco • Instrumentos Internacionales

medinaartigas.com.ar

MADE IN ARGENTINA

MUSIC CHINA 2018 SE AFIRMA COMO LA PRINCIPAL FERIA DE INSTRUMENTOS DE ASIA

Feria Music China se consolida como la principal plataforma para proveedores OEM de instrumentos musicales

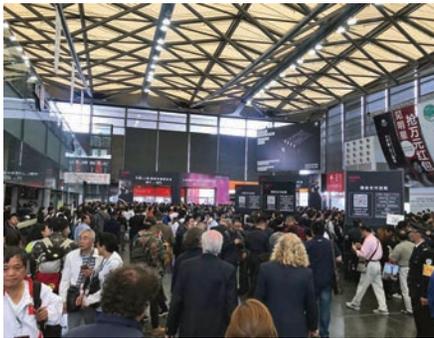


Music China reúne una enorme cantidad de expositores y visitantes asiáticos, es verdad. En el evento se pueden encontrar personas no sólo de China, sino también de Tailandia, Singapur y otros países del continente. Ellos se acercan a la expo no sólo para ver novedades

sino también para inspirarse y juntar ideas para promover la educación y la venta de instrumentos, tal vez en aquellas ciudades más pequeñas donde hay menos movimiento y necesitan ser creativos para atraer a la gente.

El hecho es que las ferias en Asia cambiaron la gravedad de las compras

globales. Hoy Music China reúne lo mejor existente para proveedores de instrumentos musicales, sus partes y piezas. En el campo del audio, la ferra Pro-light+Sound Guangzhou se ha adueñado de la escena. Aún así, Music China tuvo sus méritos con los pabellones de audio e iluminación en Shanghai.



Los números de Music China/ Prolight+Sound Shanghai

En cuatro días, hubo 110.381 visitantes y 2.252 expositores locales e internacionales. Con estos números la expo anunció un crecimiento de 5% y 5,4% respectivamente en comparación con el show del año pasado. El espacio de exposición también creció 10,4% sumando 138.000 metros cuadrados en 12 salones diferentes. ¡Sí, hay que llevar calzado muy cómodo si quieres ver todo! probablemente no alcanzará el tiempo, pues en cada salón se pueden encontrar cosas muy interesantes que llamarán tu atención y pasarás horas mirando, conociendo y experimentando con todo.

Feria Music China pasó a agregar entretenimiento

Ferias de todo el planeta están comprendiendo que, además del escenario comercial, necesitan cultivar el mercado. En Music China, esa premisa ha sido vista con mayor intensidad en los últimos años. Un punto que se fortaleció este año fueron los escenarios para actuaciones en vivo. Cuatro escenarios fueron montados para presentar diversos tipos de shows. Sin olvidar el foco en la educación y cultura musical, no sólo a través de un programa de seminarios y conferencias sino, por ejemplo, con espacios como el Kids' Music Castle, donde más de 100 niños participaron de diversas actividades con instrumen-

L Í N E A

GROOV

— PROFESIONAL —

Bluetooth

USB

SD Card

Radio FM

¡LA MÁS ALTA FIDELIDAD SONORA!

GR 12.2A BT
2 ALTAVOCES de 12"
+ Driver Titanium
300W RMS
ACTIVA

GR 15.2A BT
2 ALTAVOCES de 15"
+ Driver Titanium
500W RMS
ACTIVA

GR 12
1 ALTAVOZ de 12"
250W RMS
PASIVA

GR 12A BT
1 ALTAVOZ de 12"
250W RMS
ACTIVA

GR 15
1 ALTAVOZ de 15"
350W RMS
PASIVA

GR 15A BT
1 ALTAVOZ de 15"
350W RMS
ACTIVA

GR 10A BT
1 ALTAVOZ de 10"
200W RMS
ACTIVA

Canales de entrada para micrófonos e instrumentos musicales.

Modelos GR 15A BT, GR 15.2A BT y GR 12.2A BT poseen ruedas.

Todos los modelos pueden ser usados en sistema de retorno.

Los modelos GR 10A BT, GR 12, GR 12A BT, GR 15 y GR 15A BT pueden ser usados en sistema de pedestal.

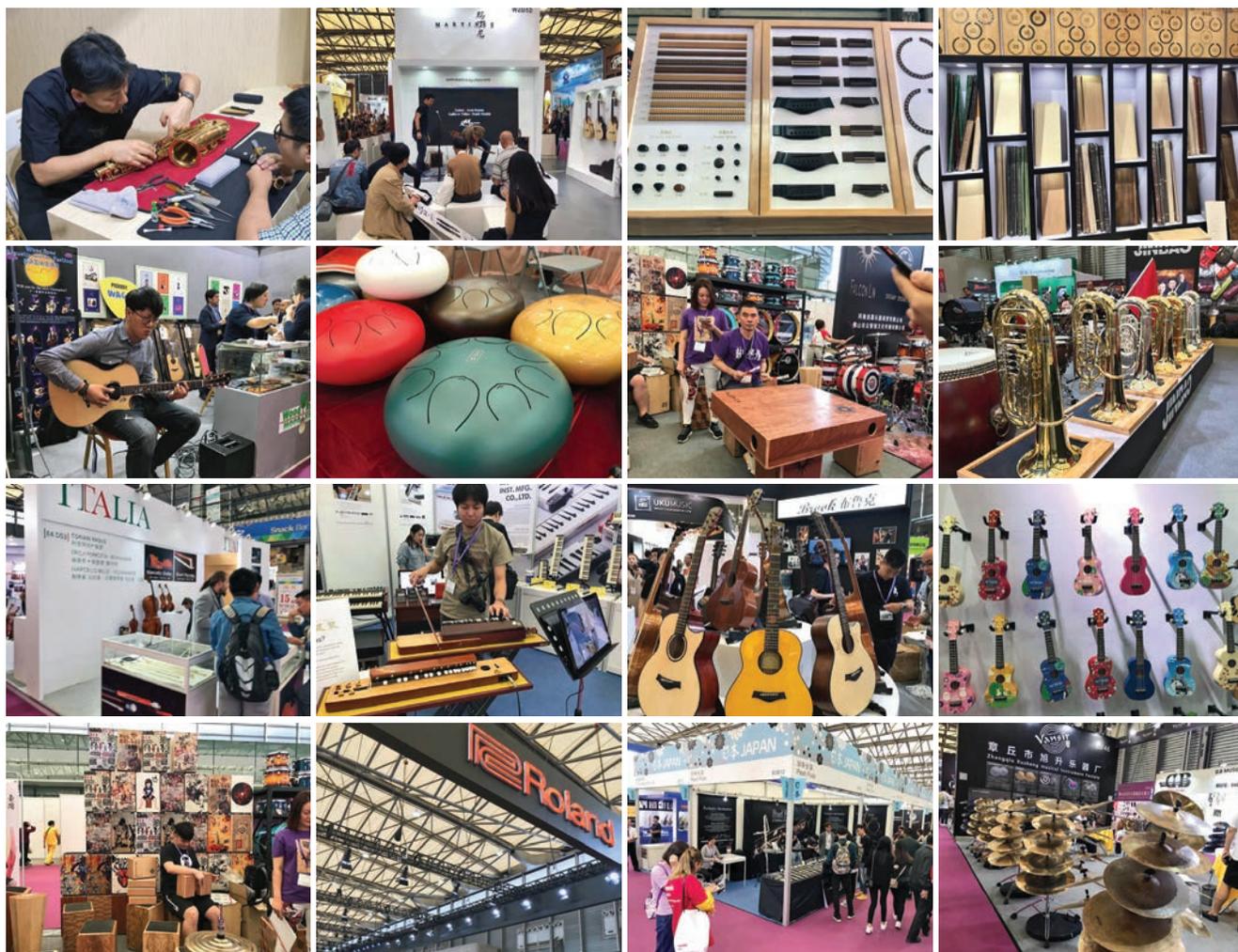
/FrahmOficial

/FrahmOficial

@FrahmOficial

www.frahm.com.br | frahm@frahm.com.br

FRAHM
Cajas Acústicas y Amplificadores



tos promoviendo la música ya desde los primeros años de vida.

Cabe destacar que la educación musical es una actividad altamente fomentada en China y los padres se preocupan mucho en alentar estos estudios desde que sus hijos son muy pequeños.

Siguiendo esa línea, en el Foro NAMM Industry, Susan O'Neill de la

Sociedad Internacional de Educación Musical de Australia realizó un panel sobre cómo adaptar la enseñanza musical ante un mercado en constante evolución como el nuestro.

Susan explicó: “China es un gran ejemplo de cómo el aprendizaje de un instrumento está incluido en el sistema educativo. Eso es vital para hacer

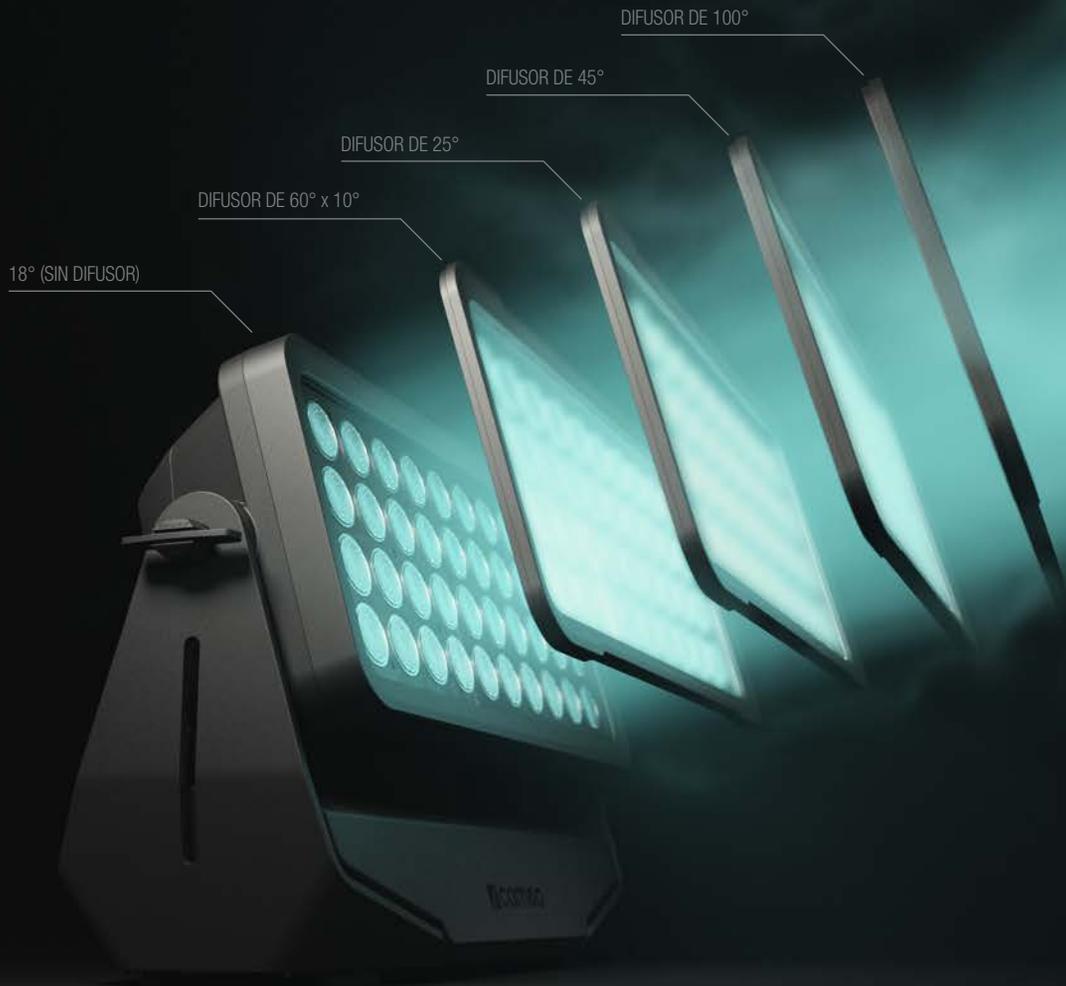
florecer al mercado, los niños necesitan poner sus manos sobre los instrumentos desde una edad temprana. Para China, esta plataforma ya está cimentada, lo cual hace que shows como éste pueden ser enormemente beneficiosos para el comercio y para compartir conocimiento”.

Si tu empresa importa o inclusive si te gustaría ver cómo el mercado de la música se desarrolla en el país que más crece en el planeta, tienes que ir a China. La próxima edición de Music China se realizará del 10 al 13 de octubre de 2019. ■

Comentario de la editorial

Sería bueno que otros países, como los nuestros en América Latina, siguieran este ejemplo de educación musical, ¿no? Una región donde, en varios países, las escuelas ya han eliminado a la música de su plantel educativo y, en otros, donde aún continúa siendo parte del programa, es una de las materias menos desarrolladas y más pobres en contenido e interés. Una pena, dado los beneficios que esto puede traer a los alumnos y a la comunidad local al promover el uso de instrumentos, audio y accesorios y, por ende, el comercio de los mismos y la cultura de todos los involucrados.

Más información
musikmesse-china.com



FROM 18 TO 100 IN 0.9 SECONDS

ZENIT® W600

RENDIMIENTO DE PRINCIPIO A FIN



Featuring

WIRELESS SOLUTION
MADE IN SWEDEN



CREE
LEDs

El ZENIT W600 de Cameo combina una iluminancia excepcional y una versatilidad sorprendente con cuatro difusores opcionales que se pueden intercambiar en menos de un segundo sin usar herramientas. Con una potencia total de 21 000 lm, unidades LED Cree y un transceptor W-DMX™ integrado de Wireless Solutions Sweden, este washer altamente profesional diseñado en Alemania está pensado para ofrecer un rendimiento sobresaliente hasta en las aplicaciones más exigentes.

cameo
colours of light



Leave the competition behind and visit
cameolight.com/ZENITW600

Cameo®
is a brand of **adam hall** experience
event technology

SOUND
TECHNOLOGY

LIGHT
TECHNOLOGY

STAGE
EQUIPMENT

HARDWARE
FOR FLIGHTCASES

share the experience at
adamhall.com

MUSIKMESSE Y PROLIGHT+SOUND 2019: ¡JUNTAS SON MÁS FUERTES!

Ambas ferias vuelven a realizarse todos los días en paralelo: Musikmesse y Prolight + Sound se celebrarán simultáneamente del 2 al 5 de abril de 2019

Con una nueva secuencia de días, de martes a viernes, Musikmesse reforzará su perfil como plataforma para el intercambio de ideas e información entre profesionales de la industria de la música. Los dos eventos también se acercarán físicamente.

Durante cuatro días, los visitantes podrán descubrir todo el espectro de productos para el sector de la música y el entretenimiento en vivo. “Musikmesse y Prolight + Sound están combinando sus fuerzas. Con todos los días concurrentes, estamos cumpliendo con una solicitud que a menudo se expresa en el sector”, dice Michael Biber, Director de la Exposición colectiva de la Unidad de Negocios Entretenimiento, Medios e Industrias Creativas de Messe Frankfurt Exhibition GmbH. “El concepto para 2019 enfatiza las fortalezas de las dos ferias comerciales: profesionalismo, internacionalidad y los efectos sinérgicos entre las industrias representadas”.

El concepto trae un nuevo evento, que se llamará Musikmesse Plaza, adoptará la forma de un mercado emergente con numerosos actos musicales y ventas directas de expositores el 6 de abril. Con este fin, Messe Frankfurt está cooperando con varios socios de la industria creativa para garantizar un alto poder de atracción para los músicos y amantes de la música. El Musikmesse Festival, que acompaña a la feria comercial de la industria de la música, se extenderá un día más y presentará eventos musicales en todo Frankfurt a partir del martes.



Corta distancia caminando, flujo óptimo de visitantes

Musikmesse y Prolight + Sound están diseñadas para lograr la mejor concentración posible de grupos de productos y temas. Por primera vez, todo el espectro de productos de audio se concentrará en una sola sala de exposiciones. En una área de casi 30.000 metros cuadrados en el Hall 8.0, los visitantes encontrarán soluciones que giran en torno a sistemas de megafonía, instalaciones permanentes, estudio y grabación.

Inaugurado en septiembre de 2018, el Hall 12 es el escenario óptimo para la presentación de iluminación, equipos de escenario, tecnología de entretenimiento y sistemas de seguridad y eventos. El Hall 4 reúne a asociaciones del sector de la música y eventos, albergando una área de negocios y redes conjuntas para ambas ferias. Allí, los expositores de Prolight + Sound también tienen

la oportunidad de hacer presentaciones en el corazón del Centro de Exposiciones. Halls 3.0 y 3.1 destacan el mundo de teclado, percusión, cuerdas e instrumentos de viento, así como también partituras y otros accesorios. Para completar el diseño de la sala, se encuentra el Forum.0 para empresas full-range y el Centro de Congresos con el programa de instrucción musical.

¡El negocio primero!

Con acceso gratuito para todos los días de la feria, servicio de guardarropa gratuito, visitas guiadas y muchos otros beneficios, el programa VIP “Insider” le brinda a los distribuidores calificados un tratamiento de primera clase. En 2019, el programa se ampliará para incluir a compradores del sector de tecnología del entretenimiento. Ahora, también parte de ambas ferias es el programa Matchmaking, que reúne a los expositores con visitantes de especial relevancia para ellos.

El próximo año se presentará el nuevo Salón de Negocios y Redes para Musikmesse y Prolight + Sound (Salón 4.1), que tomará la forma de un salón elaborado con un escenario para conferencias y zonas de catering, todo diseñado para alentar las discusiones de negocios en un ambiente relajado. Te contamos más novedades en la próxima edición. ■

Más información

musikmesse.com
musikmesse-plaza.com
musikmesse-festival.com
prolight-sound.com

NS19
The NAMM Show

La Música Comienza Aquí

7k+
Marcas

400+
Sesiones
Educativas

150+
Eventos
Sociales de la
Industria

Descubre

nuevos Productos de más de
7000 marcas de Música, Sonido
y Tecnología para Eventos

Aprende

de más de 400 sesiones educativas
y gratuitas, impartidas por líderes
de la industria

Experiencia

Toma más experiencia en los eventos
de "cómo hacer negocios" como los
premios Pirelli, los premios TEC,
¡conciertos y mucho más!

The NAMM Show
january 24/27 2019 ^{california}

Conoce más e insíbete www.namm.org/attend

¡Damos la bienvenida a personas de todo el mundo y hacemos lo posible para facilitar su viaje a El NAMM Show en la soleada California!

Aprenda más sobre los tramites de visa. Para más información visite www.namm.org/visa

PROPLEX IQ TESTER DE TMB

Kit de herramientas de datos, es el primer Ethernet Tester diseñado para producción de entretenimiento

La empresa americana TMB tiene disponible el ProPlex IQ Tester, un Ethernet tester para aplicaciones en producciones de entretenimiento.

Diseñado teniendo en cuenta diferentes comentarios de profesionales del mundo de la producción y montaje de escenarios, se presenta como un aparato todo en uno que provee feedback y análisis de cualquier protocolo Ethernet, como también diagnóstico de averías de red.

Puede operar como tester de cable DMX, transmisor/receptor DMX, analizador de tiempo DMX, grabador DMX, controlador RDM o portal Ethernet-DMX bidireccional.

También puede actuar como tester PoE (Power over Ethernet) para determinar las capacidades de cualquier fuente PoE conectada. Además puede verificar SMPTE timecode o actuar como receptor/analizador LTC y transmisor LTC.

Este tester ganó recientemente un Premio PLASA a la Innovación en la feria de Londres. ■



Características:

- Herramienta para análisis de cualquier protocolo Ethernet, más detección de problemas de red
- PoE tester
- SMPTE Timecode, receptor/analizador LTC y transmisor LTC
- Recibe/transmite DMX
- Análisis de tiempo DMX
- Grabador DMX
- Controlador RDM
- Portal Ethernet-DMX bidireccional
- Tester de cable DMX "inteligente"
- Actualiza firmware Solaris/ProPlex sin la necesidad de un computador

Más información

tmb.com

AUDIX®

A SOUND DECISION



MIROFONOS Y SISTEMAS INALAMBRICOS PROFESIONALES

Por más de 30 años, Audix ha diseñado y fabricado micrófonos innovadores y de alta calidad para la industria musical, ganando reconocimiento de aclamados artistas latinoamericanos como Charly García, Alejandro Lerner y Giovanni Hidalgo, quienes confían en los micrófonos Audix para obtener capturas auténticas de su sonido.

Para encontrar el distribuidor Audix de su área consulte la sección *Where to Buy* en el sitio AudixUSA.com

PRODUCTOS: AUDIO

Zoom

H3-VR

Con su propio micrófono de 4 cápsulas Ambisonics y el decodificador A/B, el grabador de audio de Realidad Virtual H3-VR captura cuatro canales de audio que automáticamente se convierten para ser compatibles con audio 360. El H3-VR también puede reproducir instantáneamente archivos estéreo, en modos estándar y binaural. Su diseño compacto y cónico, captura el audio proveniente de múltiples ángulos, mientras que la función de reproducción Ambisonics permite rotar al H3-VR para simular el audio espacial mientras se escucha. Un sensor de movimiento de 6 ejes proporciona características de Audio Mic Position y Level Detection, de forma que como sea que el grabador sea posicionado de escena a escena, las orientaciones de audio 360 y video se mantendrán alineadas.

Contacto: zoom.co.jp



Fane

Imperium 18XL

Parte de la Imperium Series, el Imperium 18XL es un driver diseñado especialmente para proveer graves precisos con baja distorsión y baja compresión de potencia. Cuenta con una potencia programa de 2600 W, sensibilidad de 96 dB (1W/1m), diseño optimizado y liviano de ferrita que pesa sólo 13 kg; viene con nuevo diseño de chasis de aluminio fundido optimizado de 18", excursión máxima de pico a pico de 52 mm y más. El dissipador de calor de núcleo de aluminio y su ventilación de motor proporcionan reducción de la compresión de potencia y regulación de la temperatura. Adecuado para diseños bass reflex o de bocina cargada. Bobina de voz de cobre de 5".

Contacto: fane-international.com



Marshall

Headphone Major III

Los auriculares Major III estarán disponibles en dos versiones: una inalámbrica con Bluetooth y otra con cable estándar para satisfacer diferentes necesidades de conexión. Ambas versiones son clásicos que se han rediseñado para lograr un estilo más limpio y refinado mientras la silueta se mantiene fiel a su forma original. El control de teléfono hace que los Major III Bluetooth sean una herramienta a la hora de responder, rechazar o terminar una llamada de forma inalámbrica con el botón de control multidireccional. Este botón también permite reproducir, detener, mezclar y ajustar el volumen del dispositivo, además de encender o apagar los auriculares.

Contacto: marshallheadphones.com



Adam Audio

Studio Pro SP-5

El Studio Pro SP-5 es un auricular circumaural cerrado que ofrece un sonido equilibrado en un amplio espectro de frecuencias de 8 Hz a 38 kHz. El Studio Pro SP-5 integra la tecnología S-LOGIC de Ultrason, que emplea transductores distribuidos espacialmente para explotar la forma natural del oído humano, utilizando la acústica natural del pináculo del usuario para canalizar el sonido al canal auditivo. ADAM Audio desarrolló el audífono Studio Pro SP-5 en colaboración con la empresa bávara Ultrason.

Contacto: adam-audio.com



Orange Amplification

White Crush 20

Para celebrar su 50º aniversario, Orange está emitiendo una edición limitada del amplificador White Crush 20. El compacto y portátil White Crush 20 tiene un enfoque intransigente al tono de guitarra, produciendo un sonido mucho mayor de lo que sugiere su tamaño. El versátil amplificador produce un espectro de tonos británicos distintivos de Orange, con sus controles simples e intuitivos. Pequeño y liviano, este modelo ofrece una calidad de sonido y un rendimiento similares a los de válvula a un precio accesible. Por un tiempo limitado, sólo estará disponible en un acabado estilo tejido de cesta blanco en vinilo, complementado con una placa conmemorativa del 50º aniversario de la empresa.

Contacto: orangeamps.com



Seymour Duncan

Fooz

Pedal de efecto Fuzz y Filter con una señal de ruta analógica. El pedal mezcla lo mejor de diferentes pedales de efectos, combinando estas herramientas en una caja y permitiéndoles interactuar entre ellos. La interconectividad entre bloques proporciona varias opciones a los usuarios del Fooz. Puede ser usado para replicar los sonidos de un sintetizador, así como de un Fuzz, un Trémolo (usando el LFO para modular el volumen), un Auto-Wah (usando el Envelope para modular el Filter), un Fuzz-Wah (con el pedal de expresión asignado para controlar el BPF), un Rhythmic Filter (LFO asignado para la Frecuencia de Filter), o un Cocked Wah (sin modulación, BPF configurado para la frecuencia deseada).

Contacto: seymourduncan.com



Eminence

SD28

El tweeter de domo suave SD28 ofrece un diseño ultra compacto, con un diámetro total de menos de 1,5". Es un tweeter de 4 ohms de domo de seda que provee reproducción de alta frecuencia uniforme de 1,5 a 20 kHz. Recomendado para car audio, ATV, RV, o cualquier otra aplicación donde el espacio sea limitado. Dispersión de 60° y sensibilidad 92,5 dB se encuentran entre sus características.

Contacto: eminence.com



Ashdown

Tone Pocket

El preamplificador de auriculares Tone Pocket está diseñado para aplicaciones de práctica, estudios hogareños y escenarios, con características prácticas que incluyen ecualizador de tres bandas, entrada de línea (para conectar a un teléfono inteligente o reproductor de música) y una salida de auriculares. El Tone Pocket fue pensado para mejorar el sonido de la música entregada a través de un teléfono inteligente, ofreciendo más potencia con claridad y tono. El EQ rotativo simple pero potente de tres bandas controla los graves, medios y agudos, ofreciendo +/- 15dB en cada banda.

Contacto: ashdownmusic.com



dBTechnologies

B-Hype M

B-Hype M combina el rendimiento acústico profesional de la familia BH con la versatilidad avanzada de un PA portátil completo equipado con un sistema de micrófono inalámbrico, reproductor de medios con conexión Bluetooth, tarjeta SD y puerto USB, además de una duradera batería, ruedas y un asa superior retractil. El sistema está equipado con: una salida de controlador de compresión de 1" y un woofer de 10". La sección de entradas permite al usuario conectar hasta tres entradas cableadas, un micrófono inalámbrico y distintas entradas de medios (incluyendo Bluetooth). El usuario también puede conectar la salida de audio a un segundo altavoz. La sección de control está equipada con un ecualizador y una función de prioridad CH1/RF que atenúa el nivel de cada canal, menos el Canal 1 y el micrófono de radio. Disponible en dos versiones: con transmisor de mano (gama B-HYPE M HT) o con transmisor bodypack (gama B-HYPE M BT). Ambas versiones se proporcionan con antena inalámbrica.

Contacto: dbtechnologies.com



Evans

Hydraulic Red Coated

El parche hidráulico y poroso rojo de Evans es el primero en presentar una versión translúcida del revestimiento UV patentado de la empresa. Estos parches hidráulicos rojos presentan una capa fina de aceite entre dos películas rojas de 7 mm de espesor cada una, ofreciendo durabilidad, sustain corto y sonido con cuerpo. Los parches hidráulicos son famosos por ser muy fáciles de afinar. La adición del revestimiento patentado UV crea una terminación porosa muy duradera que no va a salir tan fácilmente como las porosidades tradicionales. Su textura de superficie mejorada hace que este modelo sea más apropiado para el uso de escobillas.

Contacto: evansdrumheads.com



Martin Guitars

GPCE Black Walnut y DE Black Walnut

Martin eligió para estos modelos la madera de nogal negro por su color rico y cálido y sus agudos claros y brillantes. El nogal produce la cantidad ideal de bajo, lo que resulta en una guitarra equilibrada, adecuada para grabar, interpretar y escribir canciones. La apariencia del nogal se destaca y es una gran opción para aquellos que buscan un sonido entre el palisandro y la caoba (con un toque de koa). Los modelos de edición limitada DE Black Walnut (Dreadnought) y Black Walnut Black (Grand Performance) están terminados con una parte superior sombreada en tono ámbar. Ofrecen una notable capacidad de tocar y comodidad con las cuerdas hechas por Martin, además vienen equipadas con electrónica Fishman Matrix VT Enhance, para que suenen tan bien conectados a un amplificador o en forma acústica.

Contacto: martinguitar.com



D'Addario

Correa de guitarra Auto Lock

La correa de guitarra Auto Lock de D'Addario es el sistema de traba con correa integrada más simple de usar. Basta deslizar la punta de la correa sobre la roldana de la guitarra y ya está trabado. La traba gris es accionada por resorte, de forma que el mismo automáticamente aprieta la roldana de la guitarra y no suelta hasta que el usuario quiera. Basta empujar la traba gris para arriba, deslizar la punta y la correa puede ser retirada. Funciona con la mayoría de las roldanas en el mercado y fue proyectada en colaboración con el diseñador Ned Steinberger.

Contacto: daddario.com



PRODUCTOS: INSTRUMENTOS

Darkglass

Hyper Luminal

Los sensores en el pedal compresor híbrido Hyper Luminal detectan cuándo y dónde se toca el chasis y cambia los parámetros en consecuencia. Entre sus características destaca la mezcla de señales limpias; configuración de las constantes de tiempo (ataque y release), también puede asignar diferentes comportamientos para cada modo; configuración de la salida de volumen general de la unidad; configuración general de la cantidad de compresión; ajuste de la cantidad de compresión; elección del modo de la unidad (BUS, FET o SYM). También cuenta con un conector micro USB que permite conectar el pedal a una PC/Mac para establecer configuraciones de tiempo, parámetros y futuras actualizaciones de firmware a través de Darkglass Suite.

Contacto: darkglass.com



Gibson

ES-335 Figured

En acabado Blueberry es uno de los nuevos modelos 2019. Equipada con un bloque central de arce con cámara diseñada térmicamente y un refuerzo de abeto Adirondack triturado térmicamente, los guitarristas notarán la sensación de ligereza y la gama de capacidades tonales. La guitarra ES-335 Figured cuenta con un conjunto de características como perfil redondeado del cuello "C", diapasón de palisandro, control de Memphis Tone Premiere (MTC Premiere) compuesto por dos controles para el volumen, dos para el tono y una palanca de cambio; las nuevas pastillas humbucking Memphis Historic Spec II (MHS II) y un puente ABR-1 con monturas de titanio. Chapas de arce con figura AAA están disponibles en Blueberry Burst. Incluye funda Gibson Hard Shell y kit de accesorios Gibson.

Contacto: gibson.com



Sabian

The Soul Side Ride

Sabian anunció un modelo edición limitada 21" HH, llamado The Soul Side Ride. Éste es un ride HH doble martillado, también incluye las técnicas de fabricación de Sabian para calor añadido, sustain y articulación. La parte superior cruda pulida y la parte inferior completamente torneada son el toque especial del Jam Master Ride original de David Garibaldi 22", lanzado originalmente por la empresa en 1998.

Contacto: www.sabian.com



Cort

CR300

La guitarra eléctrica CR300 presenta los humbuckers duales EMG RetroActive Fat 55. Posee una tapa de arce tallada de 15 mm (0.6") en un cuerpo de caoba con encuadración de marfil. Esta combinación clásica de madera permite un tono grueso, cálido y lleno. Esta calidad se ve reforzada por la construcción de cuello redondo, con sustain mejorado y un rango medio más enfocado. El mástil de caoba tiene un diapasón de jatoba con incrustaciones de bloque retro y un radio de 12" en una escala de 24.75".

Contacto: cortguitars.com



Electro-Harmonix

Mod Rex

El pedal viene equipado con cuatro secciones de modulación independientes, iniciando con: MOD que brinda vibrato, flanger, chorus o phaser; TREM presenta tremolo; PAN se modula entre la izquierda y la derecha en el funcionamiento estéreo y FILTER ofrece una opción de LPF modificada, HPF o BPF. Cada sección proporciona cuatro opciones de forma de LFO más funciones dedicadas para maximizar la expresividad y el control del Mod Rex. El componente Tempo del pedal brinda al usuario nueve opciones de longitud de nota, seleccionables en incrementos que comienzan en una nota completa y van desde subdivisiones que llegan hasta una nota 16.

Contacto: ehx.com



Novation

SL MkIII

Novation trabajó con

Ableton para crear una integración con Live en este teclado controlador con secuenciador de ocho pistas. Las pantallas LCD a todo color del SL MkIII brindan una visibilidad completa de sus parámetros, mientras que las almohadillas, los botones, los ocho deslizadores y las ocho perillas permiten tocar música en cualquier software de música reconocido, utilizando InControl. Presenta integraciones con Logic y Reason, más la compatibilidad con HUI con Cubase, Pro Tools y Reason. SL MkIII cuenta con el teclado de sintetizador más fino y expresivo de Novation, con una acción surgida y el rango de scan más alto de la marca. Todo en sintonía con las necesidades del músico experimentado.

Contacto: novationmusic.com





DISEÑADA PARA TI,
HECHA PARA ACOMPAÑARTE.
000-15M StreetMaster™ & D-15M StreetMaster™

Encuentra tu modelo en martinguitar.com

 Martin & Co.
EST. 1833

PRODUCTOS: INSTRUMENTOS / ILUMINACIÓN

Hohner

Super 64 y Super 64X

Ambas armónicas cuentan con nuevas funciones. En el caso de la Super 64, el instrumento tiene cámaras de peine mejoradas para una respuesta más rápida, acción deslizante hermética, sistema VarioSpring para un fácil ajuste de la tensión del resorte deslizante, además de contar con un diseño que busca brindar mayor comodidad a la hora de tocar, así como facilidad de mantenimiento, ya que las cubiertas se adjuntan por separado y la caja de nylon sirve como banco de trabajo móvil. En adición, la Super 64X ofrece un acabado high-end y un aumento del volumen a través del doble grosor de sus placas de lengüeta.

Contacto: hohner.de



Elation

RAYZOR 760

Con rango de zoom de 8° a 77°, el Rayzor 760 proporciona haces intensos y definidos con más de 8000 lúmenes, así como una cobertura wash pareja. Cuenta con siete LEDs RGBW de 60 W independientemente controlados y lentes frontales con la tecnología TwinkLED de la empresa. TwinkLED está compuesta por 28 LEDs blancos individuales estratégicamente posicionados dentro de las propias lentes para crear una capa adicional de efecto. Su pan y tilt de rotación ajustable también añaden otra capa de efectos dinámicos. Este aparato también está disponible en una versión IP65 resistente al clima y al polvo, llamada Proteus RAYZOR 760.

Contacto: elationlighting.com



Robe

T1 Profile

La más reciente luz de la empresa checa, diseñada para satisfacer los requerimientos de aplicaciones en teatro, TV y touring. Trae una nueva fuente de luz LED llamada MSL (Multi-Spectral Light), control de color CMY y un nuevo sistema de creación de color personalizado, con amplio rango de control CCT de 2700 K a 8000 K. Para teatro, Robe agregó un sistema de dimming de 18 bit con alto CRI para proveer tonos de piel naturales, algo importante en teatro, TV y cine. Para TV, también se agrega un canal verde +/- y manejo flicker-free especial para usar con diversos sistemas de visión y formatos de grabación. Muchas más características se suman en este aparato para diversos usos.

Contacto: robe.cz



Cameo

Serie OPUS

La nueva serie ofrece tres cabezas móviles. La OPUS SP5 es una cabeza móvil de perfil de 500 W con flujo luminoso de 15.000 lúmenes, sistema de mezcla de colores CMY y corrección CTO lineal, con zoom de 6° a 42°. La OPUS SP5 FC es una cabeza móvil de perfil LED RGBAL y con sólo 300 W genera un flujo luminoso de 9000 lúmenes y un valor de índice de reproducción cromática CRI de > 90 y un índice TLCI 93. Cuenta con sistema óptico con ángulo de dispersión variable de 6° a 44°. La cabeza móvil de foco OPUS S5 - la menor de la línea - tiene un LED de 380 W que produce 17.500 lúmenes. El sistema de mezcla de colores CMY y la corrección CTO lineal de 6500 a 2600 K brindan al diseñador de iluminación exigente un gran abanico de posibilidades creativas.

Contacto: cameolight.com



Philips Vari-Lite

VL10

Presenta una nueva lámpara exclusiva Philips 25R Platinum de 550W, reducción de haz más estrecha 0.7°, presencia en el escenario desde una lente frontal de 180 mm, mitigación de imagen, frost variable 1°, diversas opciones de colores, mezcla de colores CYM + rueda de color fija, rango de zoom 2,2° a 48°, además del sistema exclusivo de rueda de animación VL*FX, que crea un nuevo efecto dinámico proyectado en el aire. Viene cargada para efectos en el aire, 4 reducciones de beam + 8 beams de formas con gobos de aberturas fijas + 8 gobos totalmente rotatorios y sistema de prisma de doble superposición, con modo wash.

Contacto: vari-lite.com



ADJ

Serie Hydro

Nueva línea de aparatos móviles beam con protección IP65. Las primeras unidades son las Hydro Beam X1 e Hydro Beam X2 ofreciendo cabezas móviles a prueba de agua para las compañías de producción e instaladores que están trabajando en proyectos con presupuestos que hasta ahora no podían permitir el uso de aparatos IP. Tiene carcasa robusta que protege de polvo, arena, humedad y líquidos. Su grado de protección ofrece vida operativa extendida y mantenimiento reducido por tener un diseño de chasis sellado y pueden ser usadas en festivales y eventos al aire libre, como también en instalaciones en clubes nocturnos y otros espacios de entretenimiento.

Contacto: adj.com



¡DALE ZOOM!



EL NUEVO H1n HANDY RECORDER

El último grabador que todo creador debería tener.
Llévelo adonde quiera y esté siempre listo con Zoom.

zoom. | We're For Creators®



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 • 57
MARTIN GUITAR martinguitar.com • 51, 73
TWINS TRADE MUSIC CORP. twinstrademusic.com • 80

Batería / Percusión

EVANS evansdrumheads.com • 65
LIVERPOOL drumsticksliverpool.com • 15, 17
PEACE DRUMS peace-drums.com • 19
PROMARK promark.com • 67
TYCOON tycoonpercussion.com • 71

Amplificadores / Audio Profesional

AUDIO-TECHNICA audio-technica.com • 2
AUDIO CENTER ac-pro.net • 55
B&C SPEAKERS bcspeakers.com • 53
CELESTION celestion.com • 35
D.A.S. AUDIO dasaudio.com • 84
DB TECHNOLOGIES dbtechnologies.com • 83
EMINENCE eminence.com • 4
FANE fane-international.com • 47
FBT fbt.it • 5
FRAHM frahm.com.br • 21

FISHMAN fishman.com • 13
FOCUSRITE focusrite.com • 11
JTS jts.co.tw • 3
LANEY laney.co.uk • 59
LD SYSTEMS ld-systems.com • 61
SHURE shure.com • 25
STUDIO MASTER studiomaster.com • 6
ZOOM zoom-na.com • 81

Iluminación

CAMEO cameolight.com • 75
ELATION elationlighting.com • 49

Accesorios

D'ADDARIO daddario.com/woodwinds • 63
ELIXIR elixirstrings.com • 9
TASKER tasker.it • 31

Ferías

MUSIC SHOW EXPERIENCE musicshowexp.com.br • 37

Otros

MIAMI AUDIO MUSIC miamiaudiomusic.com • 7

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](https://twitter.com/twinstrademusic)

[fb.com/twinstrademusic](https://facebook.com/twinstrademusic)



AHORA SI PUEDES...

event 212A

*Lo que era bueno
se quedó aún mejor.*



- Line array tres vías autoamplificado
- Amplificador Clase D 3 x 1000 Wpico
- Con modelos de 90° y 120°
- Recinto de abedul de alta calidad
- Sistema profesional de volado rápido

- Interfaz DAScontrol™ para ajustes rápidos
- Componentes DSP de alta gama con filtros FIR
- 2 x altavoces DAS 12" en configuración doble-banda
- 1 x motor DAS M-75

www.dasaudio.com

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

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

DAS Audio - Brasil
Rua dos Andradas, 382 SL
Santa Efigênia - São Paulo/SP
Tel.: (11) 3333-0764

COMPACT SMARTER LIGHTER FASTER

LA FAMILIA ESTÀ CRECIENDO.
DESCUBRE LAS NUEVAS LLEGADAS

VIO L208 **VIO** S118R



VIO L208

Two-way active line array module •
HF 1x1.4" Neodymium • LF 2x8" Neodymium
Class D DIGIPRO® G3 900W/RMS Amplifier •
Max SPL 133.5 dB • Double rotary encoder
Only 18.1 Kg per module •

VIO S118R

Active bassreflex subwoofer • LF 1x18" •
Frequency Response (-10dB) 32 Hz • Class D
DIGIPRO® G4 1600W/RMS Amplifier •
Max SPL 139 dB • Delay rotary encoder (9.9 ms)

VIO Series