



MÚSICA & MERCADO

AUDIO PRO & ILUMINACIÓN | INSTRUMENTOS MUSICALES | EQUIPO DE BUSINESS

B&C Speakers

Descubre qué está sucediendo en el mercado de drivers y altavoces de la mano de la empresa italiana. PÁG. 24

Château de aniversario

El fabricante taiwanés de instrumentos está cumpliendo 40 años y cuenta sobre su ampliada línea de productos. PÁG. 26

NAMM Show y Musikmesse Prolight+Sound

El año comienza y se acercan dos grandes eventos para nuestra industria. Mira qué novedades habrá en las PÁGS. 72 Y 74

Muestra música!

La feria argentina realizó su edición 2018 presentando aún más crecimiento, con la participación de muchos fabricantes y luthiers locales y shows en vivo. PÁG. 66

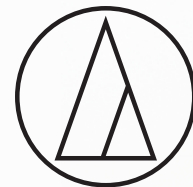
Renato Silva (fundador y presidente del Grupo Renauer) y Raul del Trejo (CEO de Eros)



EROS BUSCA EXPANSIÓN EN AMÉRICA LATINA

Eros Speakers es un reconocido fabricante de altavoces en el mercado brasileño y ahora quiere ampliar su participación en el mercado latinoamericano. La empresa, que forma parte del Grupo Renauer, está presentando nuevos modelos y preparando una estrategia fuerte para establecer su imagen en el exterior a lo largo de 2019. En esta entrevista, Renato Silva, fundador y chairman del Grupo Renauer, y Raul del Trejo, CEO de Eros, explican cuál es la filosofía de la compañía y su punto de vista del mercado de audio. PÁG. 38

Y ADEMÁS Ayrton, Bose, Elation, Gibson, Headstock, Martin Audio y ¡más!



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

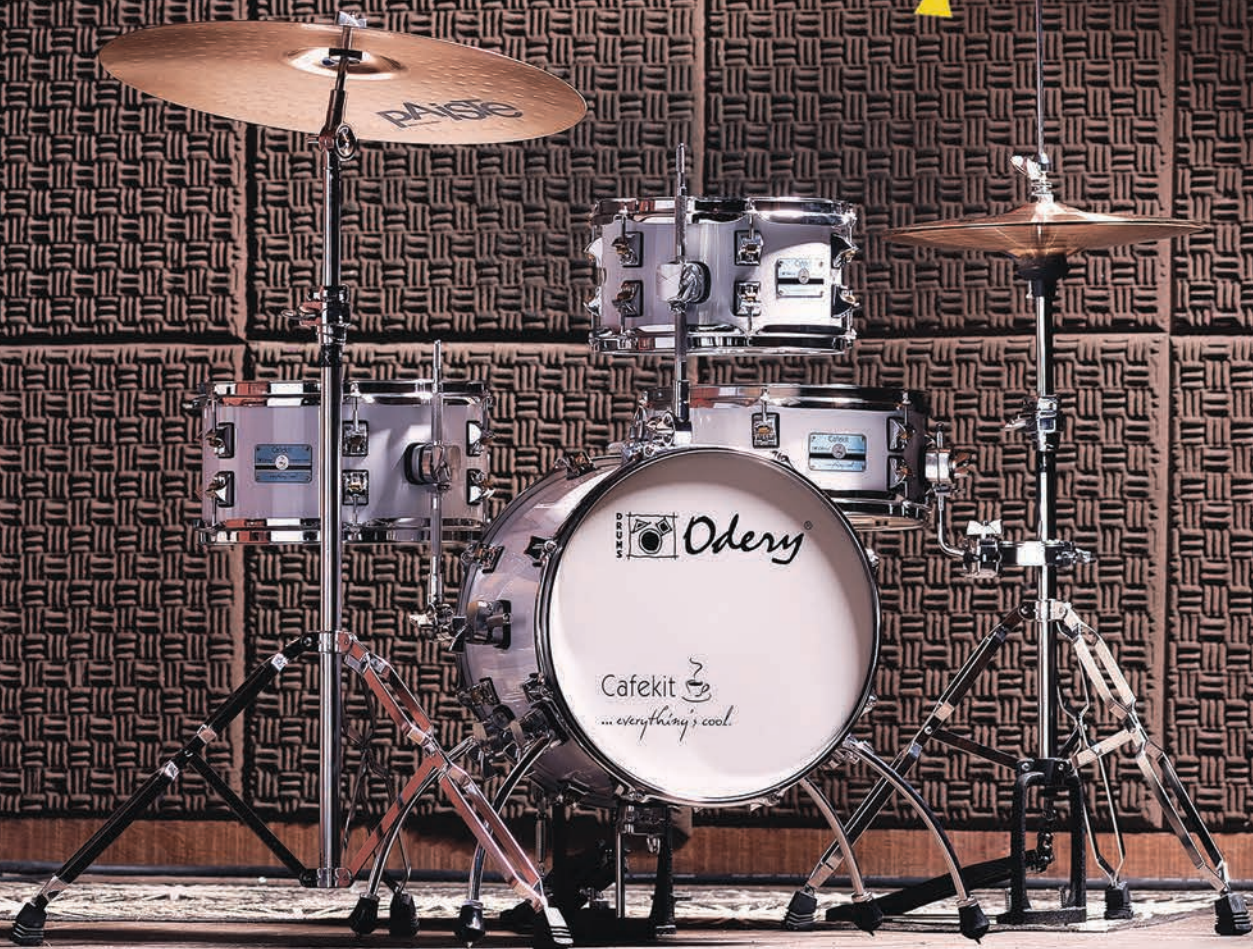

Pause!

...because you deserve a CafeKit.



 **Odery**[®]
.love every beat.

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



Sea nuestro distribuidor y tenga las mejores posibilidades de lucro

Contacto: distributor@tree-media.net

www.odery.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, hableles de los altavoces que usan los profesionales.



celestion.com

CELESTION

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 Ū 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

20 SET UP Lenny Kravitz

60 ARGENTINA Bamboo

62 BRASIL Stay Music

64 ECUADOR Cotzul

76 PRODUCTOS

80 **5 PREGUNTAS** Consejos para destacar tu marca en ferias y eventos de 2019

82 CONTACTOS

COLUMNISTAS

56 **Un verano de esperanza**
por Joey Gross Brown

58 **¿Qué tal un poco de simpatía?**
por Luis Carlos Rigoh Uhlik



38 TAPA

Eros busca expansión

El fabricante brasileño de altavoces es uno de los líderes en el mercado local. Ahora pretende expandir su alcance a otros países de América Latina. Conoce más detalles sobre la empresa y su filosofía en esta entrevista.



NOTAS

22 **MUNDO DIGITAL** 4 pasos para hacer al comercio electrónico más competitivo

24 **MERCADO** El componente dentro de las cajas: las bocinas y los drivers

26 **ANIVERSARIO** El crecimiento de Château en cuatro décadas

28 **DISTRIBUCIÓN** Marcas reconocidas presentes en América Latina con Twins Trade

30 **ILUMINACIÓN** Proyecto Jaguara se presentó con Cuepix 16 IP de Elation

32 **HANDMADE** Calidad y buen precio en Skull Percusión

34 **GESTIÓN** Saliendo de la crisis: Gibson Guitar anuncia nuevo CEO

36 **CONTRATACIÓN** Headstock Group tiene nuevo gerente en América Latina: Joey Gross Brown

44 **OPINIÓN** La desventaja de las ventas directas del proveedor

48 **INTERNET** Productos falsificados y contrabandeados en Mercado Libre traen prejuicio al mercado de la música y audio profesional

50 **EVENTO** Ayrton acompaña a Lenny Kravitz en gira mundial

52 **SOFTWARE** Bose Array Tool asiste en el diseño acústico de sistemas de sonido

53 **INSTALACIÓN** Sistemas Martin Audio en el club nocturno Lyra en Perú

54 **VENTAS** Cinco pasos esenciales para lograr la eficiencia en las ventas

66 **FERIA** Muestra música! presentó más crecimiento en 2018

72 **FERIA** NAMM Show presenta su campus para la edición 2019

74 **FERIA** Musikmesse y Prolight+Sound pretenden volver a reunir a los profesionales de todo el mundo



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

assinaturas@musicaemercado.org

Colaboradores

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



DANIEL A. NEVES

CEO & PUBLISHER



“El éxito nace del querer, de la determinación y persistencia para llegar a un objetivo. Aunque el objetivo no sea alcanzado, quien busca y vence obstáculos, como mínimo, hará cosas admirables.”

— José de Alencar*

DESARROLLANDO NEGOCIOS DEL MERCADO DE LA MÚSICA

Llegamos a la edición 80 con la misión de desarrollar el pensamiento de negocio del mercado de la música. ¡Lo logramos!

Música & Mercado llegó a la edición #80. No tienen idea cómo esto es importante para nosotros. Fueron tantos desafíos en el medio de este transcurso que íntimamente agradezco a Dios por el equipo que tenemos y por la sabiduría.

80 ediciones de Música & Mercado están en todas las plataformas, actuando siempre cerca de quien compra y vende equipos. Me atrevo a decir que ningún otro medio de prensa del sector tuvo tanta actuación en el mercado minorista.

Somos obstinados. Tenemos como misión capacitar y desarrollar el pensamiento de negocio en el mercado de la música en los países de habla hispana, llevar información que profesionalice y amplíe el pensamiento sobre el negocio de audio e instrumentos musicales.

Quien conoce a nuestro equipo a fondo sabe que la pasión por lo que hacemos hace que nuestro día a día sea brillante, inclusive con los desafíos, el mercado inestable y todos los factores que los mismos minoristas y proveedores enfrentan.

¡Crecer siempre, ampliar la forma de hacer llegar la información a Uds., lectores, y desistir jamás! Feliz 2019.

DANIEL NEVES

CEO & PUBLISHER DE MÚSICA & MERCADO

TWITTER/DANIEL_NEVES

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

*José de Alencar (1829 - 1877). Escritor y político brasileño.

MEZCLADOR DE GRABACION

MEZCLADOR DE GRABACIÓN DE LA SERIE GOLD EDITION CON INTERFAZ ESTÉREO USB, GRABACION WAV/MP3 INTEGRADA & STREAMING DE BLUETOOTH INALÁMBRICO

Con un pasado glorioso pero con los dos pies firmemente plantados en el futuro, Phonic tiene el placer de presentarle la serie AM Gold Edition, una serie totalmente nueva compuesta por mezcladores analógicos que poseen características modernas y una elegancia clásica. El módulo de grabación integrado es compatible con archivos MP3 de alta resolución y grabación WAV sin compresión y puede reproducir numerosos formatos digitales, - e incluso el formato FLAC sin pérdida de calidad. También se incorporó la transmisión inalámbrica BT, que permite que el audio se envíe desde tabletas y teléfonos inteligentes, mientras que las interfaces USB permiten a los músicos crear grabaciones de audio estéreo de calidad de estudio. El AM5GE y el AM6GE cuentan además con conectores para auriculares y alimentación USB de 5V DC, lo que hace que estas dos unidades portátiles sean especialmente perfectas para transmisores en vivo y productores de podcast. Todos los modelos cuentan con una función Loopback invaluable, que enruta el retorno de audio USB a su mezcla principal o de auriculares (según lo seleccionado por el usuario). Diseñados para músicos, los mezcladores de grabación AM Gold Edition combinan estilo y rendimiento.



- 6 consolas de mezclas de grabación completamente rediseñadas con colores dorados y acabados estilo madera
- Las tomas Neutrik COMBO en los canales mono están disponibles en todos los modelos y ofrecen una entrada de estándar profesional
- Los canales mono ofrecen compresores variables, perfectos para mejorar voces e instrumentos
- Módulo de grabación / transmisión integrado para transmisión inalámbrica y grabación digital de alta calidad
- La interfaz de grabación USB estéreo de calidad profesional proporciona un audio superior a los CD (24 bits, 48 KHz)

AM5GE



AM6GE



AM8GE



AM12GE



AM14GE



Encuéntrenos en **NAMM 2019** en
Hall A, Booth No. 11333

PHONIC
WWW.PHONIC.COM

COVER STORY: EROS SPEAKERS LOOKS FOR EXPANSION IN LATIN AMERICA

Eros is a well-known speakers manufacturer in Brazil but the company wants more and it's preparing new strategies to take its products and technologies to all Latin America. 2019 is a very promising year for Eros! "Considering the technology we use and the results obtained by our products, we are sure we have the ability to manufacture and serve customers from all countries," explains Raul Del Trejo, Eros CEO. In this interview with Música & Mercado, Renato Silva, founder and chairman of Grupo Renaar (which holds Eros and some other brands), and Raul del Trejo give an insight on the company's philosophy. **PAGE 38**



MARKET: INSIDE LOUDSPEAKERS

Responsible for getting a good sound, the components segment is changing. Gustavo Bohn, sales manager for South America at B&C Speakers, tell us about different trends in this sector. **PAGE 24**

ANNIVERSARY: CHÂTEAU AND ITS FOUR DECADES OF GROWTH

The Taiwanese manufacturer started its story by making saxophones but today its catalogue includes several other product lines to offer to the market. Would you like to learn more? Go to **PAGE 26**



MANAGEMENT: OUT OF THE CRISIS, GIBSON GUITAR ANNOUNCES NEW CEO

After almost a year fighting in a bankrupt recovery process, Gibson Guitar announces new CEO and executive members. Meet them here on **PAGE 34**



LIGHTING: JAGUARA PROJECT WITH ELATION

64 x Cuepix 16 IP LED panels were used in the debut of the peculiar art piece called Jaguara, highlighting the story it tells and the technology behind. **PAGE 30**



DISTRIBUTION: TWINS TRADE ACTS ALL OVER LATIN AMERICA

Miami-based Twins Trade carries out different representation and marketing actions to make the presence of several international brands grow in our region. See which the brands are and what Twins Trade does in this article. **PAGE 28**



HIRING: HEADSTOCK GROUP HAS NEW LATIN AMERICAN MANAGER

Well-known professional in the industry, Joey Gross Brown is the new Latin American sales and marketing manager for Headstock Group, which holds the Laney and HH brands. Which will his first moves be? We'll tell you on **PAGE 36**

TRADE SHOW: 2018 MUESTRA MÚSICA!

The show has been carried out in Buenos Aires for the last 9 years growing more every time. In 2018 it had 180 exhibitors and 20,000 visitors, presenting a big quantity of local manufacturers and luthiers. More details on **PAGE 66**

TRADE SHOW: NAMM SHOW PRESENTS CAMPUS FOR 2019 EDITION

The show is growing both in space, educative offer, exhibitors and market segments, reinforcing its position as the meeting point for all professionals in our industry even more. **PAGE 72**

The NAMM Show
january 24/27 2019 california





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

INTERNACIONAL

RCF adquiere DPA Microphones

RCF Group anunció la adquisición de DPA Microphones que anteriormente pertenecía a The Riverside Company. Con base en Dinamarca, DPA es conocida por sus micrófonos para el mercado de audio profesional enfocado en los segmentos de vivo, broadcast, teatro, estudio y usuarios finales. Por su parte, RCF Group, con sede en Italia y sucursales en Estados Unidos y otras partes de Europa, operando bajo las compañías RCF, AEB Industriale (dB Technologies) y EAW, es reconocida por el diseño, producción y ventas de productos y soluciones para audio profesional y sistemas de instalación. Luego de la compra de EAW en septiembre de 2018, la adquisición de DPA representa otra meta importante en el crecimiento de RCF Group. El CEO de RCF Group, Arturo Vicari, declaró: “Desde mis primeros días he estado fascinado por el mundo de los micrófonos. Nuestro portafolio representa lo más destaca-



Kalle Hvidt Nielsen (CEO de DPA) y Arturo Vicari (CEO de RCF Group)

do en audio profesional y estamos muy orgullosos de añadir a nuestra cartera de productos a DPA. Ahora podemos ofrecer una cadena completa de audio, desde micrófonos hasta altavoces”. Kalle Hvidt Nielsen, CEO de DPA, dijo: “Hemos avanzado mucho en los últimos años. El porcentaje de ventas provenientes de nuevos productos ha subido de menos de 5% a más de 40%, y todas las áreas principales del negocio se han profesionalizado y simplificado. Ahora esperamos un futuro brillante bajo la nueva propiedad en un grupo con un enfoque de calidad sin compromisos para el negocio del audio profesional, como el nuestro”.

CHILE

Shure cambia modelo de distribución en Chile

SHURE®

Shure ha realizado cambios claves en su distribución y un aumento del enfoque en el mercado chileno. Si bien Shure ha operado con éxito en Chile, la compañía pondrá en marcha una nueva estrategia de negocios que facilitará una mayor cobertura del mercado y un contacto más estrecho con los canales de venta y los usuarios finales. En este nuevo modelo de negocio, Shure se complace en anunciar a MMT como su nuevo socio de distribución master. Shure también trabajará en forma directa con socios especializados en los diferentes mercados verticales en los que opera. ICAP Global atenderá al mercado de comunicaciones unificadas como distribuidor para empresas de integración AV/TI, y se unirá a otros socios estratégicos como Comercial Mercury, que atiende el mercado de electrónicos de consumo, Video-corp, que atiende el mercado de integración de AV de forma directa, y los principales minoristas Audiomusica y Casa Amarilla, que atienden el mercado de audio e instrumentos musicales, igualmente de forma directa.

Shure ha realizado cambios claves en su distribución y un aumento del enfoque en el mercado chileno. Si bien Shure ha operado con éxito en Chile, la compañía pondrá en marcha una nueva estrategia de negocios que facilitará una mayor cobertura del mercado y un contacto más estrecho con los canales de venta y los usuarios finales. En este nuevo modelo de negocio, Shure se complace en anunciar a MMT como su nuevo socio de distribución master. Shure también trabajará en forma directa con socios especializados en los diferentes mercados verticales en los que opera. ICAP Global atenderá al mercado de comunicaciones unificadas como distribuidor para empresas de integración AV/TI, y se unirá a otros socios estratégicos como Comercial Mercury, que atiende el mercado de electrónicos de consumo, Video-corp, que atiende el mercado de integración de AV de forma directa, y los principales minoristas Audiomusica y Casa Amarilla, que atienden el mercado de audio e instrumentos musicales, igualmente de forma directa.

INTERNACIONAL

Sitio de Ovation guitars se renueva para 2019



La marca de guitarras presentó la versión 2.0 de su sitio, que ahora muestra la línea completa de instrumentos eléctricos y acústicos, como también las cuerdas Adamas. Contemporario y amigable con los móviles, trae características nuevas y una navegación mejorada. Los fanáticos de Ovation ahora pueden buscar por tipo de producto permitiéndoles encontrar información completa de cada instrumento con facilidad. Cada guitarra, bajo y mandolina tiene su propia página, que incluye las especificaciones técnicas más recientes, descripción de producto detallada, opciones de color e imágenes desde ángulos múltiples. También es posible ver las nuevas noticias de la empresa y artistas, suscribirse al boletín, descubrir la localización de los dealers, además de agregar contenido en video regularmente e invitar a los visitantes a publicar su propio contenido con Ovation. Visita ovationguitars.com.

CHILE

Promusic es el nuevo distribuidor de Powersoft en Chile

Powersoft, empresa especializada en tecnología de amplificación de audio, anunció un nuevo distribuidor para el mercado chileno. Se trata de la empresa Promusic Audio Ltda. Con base en Nuñoa, Santiago, Promusic se dedica a la importación y comercialización de instrumentos musicales, equipos de audio e iluminación profesional desde el año 2004, y ahora suma a Powersoft a su catálogo, ofreciendo tecnologías en amplificación para los clientes y usuarios chilenos. “En Promusic nos enfocamos en entregar soluciones profesionales a nuestros amigos y clientes. Nuestro objetivo es ser un aporte a la educación y a la tecnología que dispone el mercado nacional. Bajo ese prisma, nos llena de alegría contar con Powersoft como socio. Es una marca muy potente en el mundo y estamos felices de poder tener productos de ese nivel para todos los que confían en Promusic”, dijo Pablo Rivas, CEO de la empresa.



Francisco Yañez (Promusic), Gilberto Morejón (Powersoft), Pablo González (Promusic) y Thiago Terra (Powersoft)



Jochen Sommer (Adamson) y Ramón Fernández (SBA Radical Sound)

ESPAÑA

SBA es el nuevo socio en España de Adamson & SeeSound

Adamson Systems Engineering y Seesound S.L., el distribuidor español exclusivo de la compañía, han dado la bienvenida a SBA Radical Sound a la Adamson Network como el más reciente socio de alquiler de la E-Series en España. “Decidimos invertir en la E-Series de Adamson antes de una temporada de festivales de verano muy ocupada”, explica el CEO de SBA, Ramón Fernández. “Tener a Adamson y SeeSound respaldándonos en el soporte significa que podemos atender con confianza inclusive las aplicaciones más exigentes”. El nuevo sistema de la E-Series de SBA Radical Sound está compuesto por 24 cajas E15 de tres vías, junto con un complemento de 16 subwoofers E219.

ARGENTINA

UNTREF presenta nuevo centro de acústica y sonido

CISTAS

Centro Integral de Servicios Tecnológicos de Acústica y Sonido
UNTREF



La Universidad Nacional de Tres de Febrero tiene un nuevo centro de servicios tecnológicos para sus alumnos de acústica y sonido. El Centro Integral de Servicios Tecnológicos de Acústica y Sonido (CISTAS) está pensado como herramienta para acompañar el progreso tecnológico de todo actor productivo que lo necesite y para atender requerimientos sociales promoviendo un desarrollo sostenible hacia el mejoramiento de la calidad de vida. El centro desarrolla en la República Argentina y en la región actividades de asesoramiento, acompañamiento tecnológico, control y certificación metrológica en temas atinentes a la ingeniería, aplicables tanto en organizaciones públicas como privadas, comerciales, industriales y de servicios, así como en toda la sociedad.



Sistemas A&H en el Teatro del Río

MÉXICO

El Resort Xcaret México con respaldo de Allen & Heath

Xcaret México, un centro turístico y parque de diversiones, ha mejorado su espacio de entretenimiento hotelero, el Teatro del Río, con un sistema dLive de Allen & Heath. La instalación incluyó dos dLive DM48 MixRacks, uno colocado debajo del escenario y el segundo en una sala de control en FOH. Suministrados por Representaciones de Audio, los MixRacks están además equipados con tarjetas Dante y conectados a través de dos enlaces subterráneos de fibra óptica. El ingeniero de sonido Diego Andrade comenta: “dLive es una herramienta de mezcla completa tanto para estudio como para sonido en vivo. Con la tarjeta opcional Dante, el sistema puede crecer y complementarse a sí mismo”. Además, el centro de control consta de tres controladores remotos IP8 y una computadora con capacidad táctil que ejecuta dLive Director, todos conectados mediante un conmutador PoE Ethernet.

INTERNACIONAL

La gira mundial "Evolve" de Imagine Dragons brilla con Elation



El diseñador de iluminación y producción Mitchell Schellenger ha estado utilizando plataformas de iluminación Elation para poner una marca única en la gira mundial "Evolve" de Imagine Dragons a lo largo de 2018. Schellenger ha iluminado varias etapas de la gira con cabezas móviles Platinum Beam 5R Extreme, luces wash LED ZW19 y estrobos Protron 3K Color que han sido suministradas por Christie Lites. "Puede que no sea el equipo más reciente de Elation que estamos usando, pero ha funcionado muy bien y fue una buena opción para el presupuesto. Ha sido efectivo para el aspecto que queríamos lograr y la calidad ha sido excelente", dice Schellenger.

ILUMINACIÓN



Vista de la torre y sus luces

INTERNACIONAL

AQUA 480 Beam de PR Lighting en el edificio más alto de China

La Torre de Shanghai, el edificio más alto de China (y el segundo más alto del mundo), que mide 632 metros de altura, ha cobrado vida gracias a los beams Aqua 480 de PR Lighting con clasificación IP65. Se seleccionó después de que China Fengshangshiji Culture Media Co. realizara pruebas comparativas con otras marcas líderes. Como resultado, 129 de las cabezas a prueba de agua se instalaron en los tres niveles superiores de los ocho niveles intermedios del edificio. Hay 43 luminarias montadas en cada nivel. El Aqua 480 Beam fue visto como una alternativa apropiada para todos los climas, contando además con una lámpara Ushio PR 480W y un haz de gran apertura que lo hacen adecuado para proyecciones de haces de gran alcance con una amplia gama de gobos y efectos.



Cerrando el convenio de distribución

ESPAÑA

K-array nombra a Media-Sys como distribuidor exclusivo en España

El distribuidor de soluciones de A/V de alta gama, Media-Sys, ha sido nombrado distribuidor exclusivo de España para la marca italiana K-array. Establecida en 1991, Media-Sys ha evolucionado de un canal de distribución estándar a una compañía de servicios completos que brinda diseño de proyectos, configuración de instalación, marketing y soporte de ventas y servicios de posventa. "Nuestro enfoque principal en el producto se basa en marcas de audio profesional con una gran calidad, y este compromiso siempre nos empuja a encontrar nuevas soluciones para nuestros clientes", explica Josep M. Foguet, CEO de Media-Sys. "K-array da una respuesta real a esta visión y representa un nuevo enfoque para la instalación, gracias a su diseño de producto".

MÉXICO

Martin Audio LATAM brindó capacitación para MLA y Wavefront Precision



Participantes del entrenamiento en Cancun

Martin Audio

Latin America realizó en Cancun una serie de sesiones de capacitación de certificación para los sistemas de altavoces MLA y Wavefront Precision. Organizada por Berenice Gutiérrez de Latinoamérica y dirigida por el ingeniero de soporte de productos de Martin Audio, Robin Dibble, las dos sesiones se centraron en los modelos MLA, WPC y WPM, accesorios, funcionalidad, aparejos para ambos sistemas, casos de estudio, Vu Net y el software de pantalla. Berenice dijo: "Sentimos que fue muy exitoso porque pudimos cubrir ambas líneas de productos en el mismo lugar, lo que mejoró la experiencia general y permitió que todos aprendieran y entendieran las mejores soluciones para diferentes aplicaciones. Ya estamos planificando más sesiones de capacitación para América Latina, no sólo en términos de este tipo de formato práctico sino también en seminarios web y capacitación regional". Una amplia lista de distribuidores clave de Martin Audio, socios y clientes de México, Perú, Paraguay, Colombia y República Dominicana asistieron a las sesiones.

INTERNACIONAL

D'addario presenta String Tension Pro

La empresa creó una aplicación web fácil de usar, gratuita, que permite personalizar, crear y comparar sets de cuerdas para el instrumento del usuario, según sus gustos y necesidades. Se puede elegir tener como base una cuerda D'addario existente o crear una de cero y a partir de allí la aplicación va llevando al usuario a través de diferentes pantallas para indicar cuál es su instrumento, clasificación, medidas, etc. y lograr el resultado deseado. Visita stringtensionpro.com



ILUMINACIÓN

BRASIL

W-DMX establece distribución en Brasil

Wireless Solution Sweden, fabricante de tecnología Wireless DMX, recientemente ha configurado un canal de distribución en Brasil, como parte de su estrategia de crecimiento en América Latina. Arte em Cena, compañía con sede en San Pablo, distribuirá los productos W-DMX en el país. Arte em Cena tiene más de 10 años de experiencia en la importación y distribución de accesorios de iluminación para el entretenimiento, y distribuye marcas como ETC, High End, Chauvet, entre otras.



INTERNACIONAL

Celestion debuta Heritage G12M Impulse Responses

Celestion anunció una nueva introducción a la línea de archivos digitales Impulse Response: el Heritage G12M IR. Es el segundo modelo de la línea Heritage que entra a la IR, pues el primero ha sido el Heritage G12H(55). El altavoz G12M IR ofrece tono de 1960 con overdrive orgánico en formato digital para usar en una amplia gama de DAWs y modeladores de amplificación. Toda la línea de IR de Celestion, las representaciones digitales originales de los tonos de altavoces clásicos para guitarra de la empresa, están disponibles para descarga y audición con el resto de la extensa colección de tonos en CelestionPlus.com



SMARTY HYBRID

¡EL HÍBRIDO COMPACTO CON INTELIGENCIA!

Uno de los **Híbridos con CMY** Más Pequeños en el Mercado

14,000 Lúmenes
El Más Brillante en su Clase

Completa Herramienta
CMY + 13 Colores,
Sobreposición de Prismas

Verdadero Multifunción
Spot, Beam y Wash

Lámpara de **6,000 Horas**
El Doble de Luminarias Similares

GARANTÍA 2 AÑOS
PRIMEROS AÑOS
GARANTÍA

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

f ¡AHORA CONTENIDO EN ESPAÑOL!
Síguenos en Facebook.com/ElationLatam

INSTRUMENTOS



INTERNACIONAL

Complejo de Martin Guitar es nombrado Monumento Histórico Nacional

C.F. Martin & Co. (Martin Guitar) anunció que su complejo en North Street ha sido nombrado Monumento Histórico Nacional en el Registro Nacional de Lugares Históricos. “Estoy muy orgulloso de que la fábrica original de mi familia en Nazaret haya sido seleccionada como Monumento Histórico Nacional”, dijo Chris Martin, presidente y CEO. “Durante más de 100 años, esta instalación produjo muchas de las guitarras, ukeles y mandolinas utilizados por profesionales y músicos aficionados en Estados Unidos y en todo el mundo. La música hecha con instrumentos Martin fue y es una parte muy importante de la cultura musical durante generaciones”. El complejo en North Street incluye los antiguos edificios de fabricación, la central eléctrica y el caserío original de Martin.

INTERNACIONAL

Luen abre distribución en Italia

El fabricante brasileño de percusión continúa expandiendo su presencia en el mundo y realiza convenio de distribución en

Italia. Dando continuidad al proceso de expansión, Luen se asoció con Sander Agnello, profesional con amplia experiencia en el mercado brasileño y que ahora representa no sólo a Luen sino también a algunas de las principales marcas del mundo en Italia. “Éste es un paso más en la internacionalización de nuestra marca. Este proceso está ayudando mucho en el desempeño y calidad de nuestros productos y servicios de manera global”, dijo Douglas Prado, responsable del departamento de exportación de Luen.



Lukasz eligiendo sus instrumentos Tycoon

INTERNACIONAL

Tycoon agrega artista a su lista de endorsers

Se trata de Lukasz Kurzydło que comenzó su carrera tocando cello pero luego descubrió la belleza de los instrumentos de percusión. Su base clásica le ha dado cimientos para desarrollarse fácilmente en el jazz y otros estilos musicales, como ritmos de los países balcánicos, latinos y world music. Ha trabajado con varias bandas, teatros y un gran número de festivales internacionales. Ahora se encuentra viviendo en Bangkok, Tailandia, y está trabajando cercanamente con Tycoon en diferentes proyectos futuros de percusión.

FERIAS

INTERNACIONAL

Premier mundial del Vintage Concert Audio Show

Del 2 al 5 de abril de 2019, los asistentes a Prolight + Sound y Musikmesse en Frankfurt, podrán ver y escuchar los hitos de cuatro décadas de sistemas de megafonía de conciertos en el primer Vintage Concert Audio Show. En el área de exposiciones especiales Forum.0, habrá más de 200 muestras presentando sistemas de audio de los años sesenta, setenta, ochenta y noventa. El espectro que se verá en la feria especial abarca desde productos legendarios, como los primeros sistemas de PA portátiles WEM, Vox y Marshall, a Martin Audio Modular, Meyer MSL3 y Clair Brothers S4, hasta la primera línea de L-Acoustics. Muchos de los sistemas antiguos se mostrarán en acción: en todos los días del evento, habrá un panel de discusión de audio vinculado a una década en el que los ingenieros de sonido de ese período explicarán el equipo utilizado en ese momento y responderán las preguntas de los visitantes. Los organizadores del espectáculo especial son ISDV e.V. (Asociación de proveedores de servicios independientes en el negocio de eventos) y VCA e.V. (Vintage Concert Audio Show, en curso de fundación), una asociación de fanáticos de sistemas de audio legendarios.



SONIDO LEGENDARIO CON LIBERTAD INALÁMBRICA

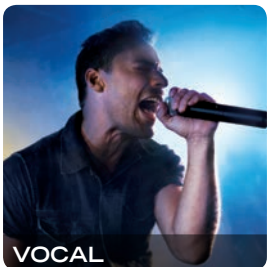
SHURE[®]
LEGENDARY
PERFORMANCE™



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

LAS 300 GUITARRAS DE LENNY KRAVITZ



Cantante, compositor, productor y actor, Lenny Kravitz posee un estilo retro que lo ha hecho destacar al incorporar diferentes géneros en su música

Kravitz estableció un record al ganar el Grammy en la categoría de Mejor Vocalista Masculino por cuatro años consecutivos, y un record por ganar la

mayor cantidad de veces consecutivas en una categoría por un hombre.

A los tres años de edad, Kravitz solía jugar que las ollas y sartenes eran su batería, un instrumento que

empezó a tocar a los cinco años y al cual luego se le unió la guitarra. En su adolescencia aprendió por sí mismo a tocar piano y bajo. ¿Qué instrumentos usa? Vamos a ver. ■

Lenny Kravitz (Guitarra y voz)

Guitarra: Con alrededor de 300 guitarras en su colección, Kravitz cuenta con varias Gibson, incluyendo: Late 50's Les Paul Standard, una Custom Standard Historic 1958 Les Paul Plain-top Reissue Vos Electric Guitar Iced Tea, una Les Paul Custom (3 pastillas), una descontinuada Custom '57 Custom Les Paul Black Beauty Electric Guitar (3 pastillas), una Les Paul Iced Tea, hecha para él en 2010, una Les Paul Goldtop, una Gibson Custom Standard Historic 1957 Les Paul Goldtop Reissue Vos Electric Guitar Antique Gold, una guitarra vintage L5, una Custom L-5 CES Electric Guitar, varias Les Paul modelos '58, '59 y '60 vintage con tapa flameada, una Everly Brothers acústica y una Flying V Kravitz signature, entre otras. De Fender tiene una Telecaster, 2012 American Standard Telecaster con diapasón de palisandro Sunburst, otra Stratocaster, una 2012 American Standard Stratocaster con diapasón de arce Sunburst, una Fender Jazzmaster (su primera guitarra), una American Vintage '65 Jazzmaster Electric Guitar y guitarras de Epiphone.

Amplificadores: De Fender, cabezal amplificador Twin Reverb (Lenny llamó a éstos como "sus amplificadores favoritos" en una entrevista con Total Guitar), amplificador para guitarra Vintage Reissue '65 Twin Reverb, amplificador Tweed Deluxe, amplificador combo 57 Deluxe 12W 1x12, y Pro Reverb. También tiene cabezales Marshall, Park, amplificadores Divided By 13, cabezal para bajo Acoustic 360 (bajo en el estudio) y de Celestion altavoces de las series Gold y Heritage G12-65 y un altavoz Alnico Gold Guitar.

Nota: Lenny usa ocho amplificadores diferentes en vivo.

Efectos: Sistema de switching Bradshaw (el técnico de guitarra lo activa); Furman Power Conditioner; de MXR tiene un pedal EVH Flanger, otro EVH-117 Eddie Van Halen Flanger, un pedal de fase EVH, EVH Eddie Van Halen Phase 90, un M-102 Dyna Comp Compressor Pedal y un pedal Dyna Comp. De Fulltone, un Tube Tape Echo, el descontinuado Fulltone TTE Delay Effect Tube Tape Echo, un pedal Fulldrive II, un pedal de efectos Fulldrive2 MOSFET Overdrive/Clean Boost Guitar; también un Analogman Mini Chorus; además de un pedal de efectos RV-5 Digital, Metal Zone, un pedal de efectos MT-2 Metal Zone, un pedal Octave y un pedal OC-3 SUPER Octave de Boss.

Micrófonos: Usa de las marcas AKG, Electro-Voice, Neumann, RCA, Sennheiser, Shure, Schemps, Sony y Telefunken.

Otros: Para completar el equipo, Kravitz usa cuerdas D'Addario EXL140 Nickel Wound, Light Top/Heavy Bottom, 10-52, cuerdas para guitarra acústica EXP17 Coated Phosphor, Medium, 13-56 y las EXL115 Nickel Wound, Medium/Blues-Jazz Rock, 11-49.





LINEA PROFESIONAL

Eros viene construyendo su reputación a través de las innumerables conquistas en los más diversos sectores de la música, donde, a principios de la década de 1980, suministraba 100% de su producción a **Staner**, abasteciendo su línea de audio profesional.

Desde entonces, escuchando las necesidades del mercado, utiliza todo el *know-how* empleando esas tecnologías en los demás sectores, principalmente el de sonido automotivo de alta potencia, donde, además de la acústica refinada, durabilidad y confiabilidad son factores esenciales.



POR ALAN PRANDO

CTO y cofundador de Biggy, plataforma especializada en Big Data e Inteligencia Artificial, con enfoque en personalización y recomendación de e-commerce

4 PASOS PARA HACER AL COMERCIO ELECTRÓNICO MÁS COMPETITIVO

Mira cómo hacer a tu comercio electrónico más competitivo con herramientas de recomendación y personalización

Generar conversiones debe ser el foco de todo el comercio electrónico que desea aumentar las ventas. Es por eso que cada vez más tiendas invierten en recomendación y personalización, herramientas extremadamente importantes para mejorar la experiencia de compra en tu tienda virtual.

Sin embargo, hay otros beneficios que las herramientas de recomendación y personalización proporcionan a las tiendas virtuales. ¿Quieres conocerlas? ¡Comencemos!



Es importante invertir en nuevas herramientas

1. Mejorar la usabilidad

Una de las premisas de la usabilidad es garantizar que el usuario entre a la tienda virtual y no encuentre dificultades para navegar y realizar lo que desea. Imagínate entrar a un sitio, encontrar miles de productos y no saber cómo encontrar ese tenis azul, tamaño 39, que tanto querías. La cantidad enorme de elementos se convierte en un obstáculo para la experiencia de compra. El papel de las herramientas de recomendación es, también, mejorar la usabilidad del sitio al reducir las opciones para aquellos productos que el usuario tiende más a comprar.

2. Valorar cada cliente

Piensa que estás entrando a una tienda de electrónica durante tus compras. Entonces, el vendedor trae algunos celulares en las manos y éstos son exactamente lo que estabas buscando. Así, te sientes muy bien atendido, como si fueras el cliente más importante del mes.

Si traes esta situación al mundo en línea, es exactamente lo que sucede en un comercio electrónico que adopta la recomendación de productos. El sistema ya conoce a cada usuario, sabe por

dónde anduvo en internet, lo que investigó y lo que compró en otras tiendas. Y cuando accede a tu tienda virtual, visualiza una vitrina totalmente personalizada, con las ofertas y los productos adecuados a él.

De esta forma, el cliente se siente único y valorado. Como en cualquier relación, esto es importante para fortalecer el vínculo y aumentar la fidelidad. En el comercio electrónico, esto significa que esos consumidores tienden a volver y, además, recomendar la compra a otras personas.

3. Mejorar el branding
Cuando el consumidor busca una nevera para comprar, analiza el precio, el tamaño, la capacidad, el voltaje, entre otros atributos funcionales. ¿Pero sabes lo que pesa también en la decisión? La sensación que el producto o la marca causan en él.

Mucho más allá de las características, los aspectos emocionales son determinantes para la elección. Por eso, las marcas necesitan trabajar en su branding, con el objetivo de conquistar el corazón de los consumidores al transmitir su esencia y sus valores.

En un comercio electrónico, el principal camino para hacerlo es proporcionar la mejor experiencia de compra, para mostrar cómo valoras a tu cliente. Entonces, cuando utilizas herramientas de recomendación y personalización, consigues despertar emociones

“ Cuando utilizas herramientas de recomendación y personalización, consigues despertar emociones positivas en el consumidor

positivas en el consumidor. Ésa es la sensación que va a asociar a tu marca y que quedará marcada en el recuerdo.

4. Gasto promedio
Hacer crecer la tasa de conversión es importante, pero aumentar el valor gastado por cada cliente en la tienda también es esencial. Las herramientas de recomendación y personalización para e-commerce disponen de diferentes recursos para sugerir productos a los consumidores. Entonces, es posible

adoptar estrategias de up-selling (productos alternativos de mayor valor) y cross-selling (productos complementarios) para recomendar otros ítems y aumentar el valor de la compra.

Con recomendaciones más precisas y relevantes, el e-commerce tiende a satisfacer al cliente y aumentar sus ingresos. Cuanto mejor sea la experiencia de compra y cuanto más el usuario se sienta bien en la tienda, más va a comprar. Por eso, el propósito de todas las estrategias siempre será la conversión. ■



Value >

Quality <

“New Sound... New Breed.”

Crafts >

Our saxophone is produced by one product line in which the process from materials to final products is cautiously controlled.

Château
TAIWAN

www.chateau-wind.com

Château
USA

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



EL COMPONENTE DENTRO DE LAS CAJAS: LAS BOCINAS Y LOS DRIVERS

Responsable por la obtención de un buen sonido, el segmento de los componentes va cambiando. ¿Quieres saber más?

Gustavo Bohn, de B&C Speakers, habla sobre este interesante sector

El mundo del audio siempre está en evolución y una parte importante, que a veces está oculta pero es fundamental para obtener un sonido óptimo, son las bocinas y drivers dentro de las cajas. Materiales, combinaciones, el modo de usarlos... Gustavo Pigatto Bohn, gerente de ventas para América del Sur de B&C Speakers, explica un poco sobre todo esto y mucho más en esta entrevista.

B&C es tal vez una de las mayores empresas de componentes. ¿Qué tendencias están percibiendo en el mercado de bocinas/drivers?

GB: Debido a que B&C posee uno de los catálogos más completos en términos de opciones para los proyectistas y desarrolladores de sistemas, observamos que hoy poseemos un perfil amplio de necesidades y clientes, desde los modelos clásicos conocidos por su robustez y desempeño bien aceptados en el mercado, hasta los proyectos que contemplan el más alto desempeño en términos de linealidad y tiempos residuales, tanto en parlantes como en drivers. Últimamente hemos invertido mucho tiempo y recursos para desarrollar nuevos materiales y formas de montarlos, para que los nuevos modelos obtengan siempre un resultado mejor que nuestros modelos anteriores. Hoy, en nuestra línea de productos, contamos con parlantes que poseen materiales que muchos usua-



Gustavo Bohn



Nuevas tecnologías se encuentran dentro de los componentes

rios ni imaginan. Están dentro de un altavoz, por ejemplo, conos que tienen fibra de carbono y kevlar añadidos a la celulosa para obtener diferentes modos de vibración y aumentar la durabilidad del altavoz; bobinas que utilizan Split Coil, que proporciona una reducción significativa de la distorsión en la curva de fuerza electromagnética; y dentro de nuestros drivers implementamos recientemente un nuevo diafragma con material policristalino, nuevas geometrías de plugs de fase y una nueva

bobina con borde doblado. Todas estas mejoras permiten una reducción significativa en términos de distorsión y ruidos espurios que los conductores tradicionales a menudo presentan. Y todas estas innovaciones no son gratuitas. Contamos con un cuerpo técnico muy enfocado en el desarrollo de nuevas tecnologías y nuevos productos, que van a contribuir directamente a obtener sistemas de mejor calidad técnica y de costo, pero siempre el principal beneficiado es el cliente.

Entonces, los componentes continúan evolucionando, aunque en apariencia no se perciba mucho, pero la performance en el transcurso del tiempo va a justificar esa evolución. Observamos que la industria de componentes hoy está más ligada a los fabricantes de sistemas que al usuario final. Y eso se justifica en la necesidad de que el empresario del área de eventos tiene que enfocar más el

evento como un todo y no en cada componente que forma parte del sistema, como altavoces, cables, amplificadores y otros. Es necesario prestar atención al productor, a los artistas y al público, y el sistema pasa a ser una pieza de un gran evento, como luces y estructura, pero siempre una pieza importante. Se observa que la tendencia del mercado comienza a ser la demanda por sistemas más pequeños, ligeros, eficientes y de uso simplificado, con un rendimiento igual o superior a los antiguos.

Si pudieras dar algunos consejos, ¿cómo tanto el comerciante y el fabricante pueden beneficiarse más con la venta/uso de los altavoces?

GB: Independiente del producto en cuestión, el vendedor tiene un papel importante en una tienda o fábrica, ya que pasa a ser el consultor del cliente, y al mismo tiempo el generador de recursos para tiendas y fábricas. En el caso de que se produzca un cambio en la calidad del producto, se debe tener en cuenta que, entonces, debe dar una idea clara al cliente en términos de durabilidad, calidad, limitaciones de uso y capacidad técnica del equipo. De esta forma, el cliente tendrá una idea clara sobre la limitación del sistema, así como si puede contar con ese equipo por dos, cinco o más años, y eso marca la diferencia. Estoy seguro de que muchos clientes prefieren hacer una inversión inicial más grande, pero asegurarse de que no tendrán que hacer reparaciones cada dos meses y gastos que no podrán predecir. En ese momento es que un vendedor puede hacer que un cliente se beneficie comprando el producto correcto o hacer que fracase con altos costos de mantenimiento que no contabilizaba en sus contratos de eventos. Y cuando un cliente tiene éxito, regresa y genera nuevas ventas en la tienda o fabricante, haciendo que prospere, crezca y genere más ganancias. En este sentido, la capacitación de vendedores es muy importante para convertirlos en consultores de ventas a fin de que sepan presentar los diferenciales de los productos y evitar que determinado cliente compre mal y cree pérdidas en lugar de ganancias.

Sobre materiales, ¿el neodimio continúa en la cima? ¿Hay algún material o tecnología más nuevo?

GB: El neodimio, junto con el hierro y el boro, sigue siendo el material más importante para la producción de imanes. Sin embargo, las investigaciones no pararon y el imán de neodimio evolucionó en algunas características, como temperatura de trabajo, resistencia a la corrosión, algunas nuevas formas geométricas posibles y pequeñas mejoras magnéticas, pero no es el salto que fue de la ferrita al neodimio. Podemos resaltar que el imán de ferrita continúa en alta también, pues algunos clientes observaron un timbre más agradable en modelos que utilizan ferrita comparado con su versión en neodimio.

¿Ha cambiado algo en la tecnología de B&C desde la adquisición de Eighteen Sound?

GB: No hubo cambios, porque ambas empresas ya poseían muchas afinidades y las tecnologías eran bien conocidas, entonces ellas continuarán trabajando por separado. Después de la adquisición, entendimos que Eighteen Sound tiene productos con características propias y que no podríamos cambiarlos bajo el riesgo de que la marca perdiera su perfil. Descubrimos que, así como dentro de B&C, hay

clientes que aprecian características especiales de ciertos modelos. No es diferente con los productos de Eighteen Sound. Por este motivo, el desarrollo de las tecnologías seguirá por separado, de forma que el mercado pueda contar con más opciones de productos con tonos y presentaciones diferentes. Seguiremos respetando mucho los deseos de los clientes y promoviendo el crecimiento de ambas marcas.

¿Cuáles son los beneficios que podrías destacar de usar componentes B&C?

GB: Son varios, pero destaco tres principales: el primero es la alta eficiencia, el rendimiento se hace notar de inmediato; el segundo es la robustez bastante elevada, haciendo que los niveles de mantenimiento casi dejen de existir - inclusive teniendo piezas de reparación disponibles, hoy tenemos una gran cantidad de conos y diafragmas para reposición, hasta de modelos muy antiguos; y el tercero, y quizás más importante, es la asesoría para nuevos proyectos que damos a los clientes - intentamos de todas formas satisfacer sus necesidades. ■

Más información

bcspeakers.com

 [BCSpeakers](#)



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



EL CRECIMIENTO DE CHÂTEAU EN CUATRO DÉCADAS

Château, fabricante taiwanés de instrumentos, comenzó su historia haciendo saxofones, pero hoy su catálogo incluye otras líneas de productos para ofrecer al mercado

Jerry Chang, gerente general de Château Wind Instruments (parte del grupo Tenon Industrial) inició la compañía en 1979, en Taiwán, cuando tenía 30 años de edad. Aunque inicialmente, el Sr. Chang no tenía conocimientos de música y no hablaba inglés, fue gracias a sus amistades en Estados Unidos y Europa - que sí hablaban inglés -, y a un amigo que sabía de música, que decide emprender la aventura de abrir la fábrica de Château Wind Instruments.

El fabricante y distribuidor es conocido primeramente por sus saxofones, instrumento al que se dedicó desde el inicio de la empresa. “Para

crear un buen instrumento, cuidamos de cada proceso involucrado, desde el material seleccionado, diseño y elaboración, asegurándonos de entregar un producto que sea cada vez mejor”, comentó.

El saxofón es realizado en una línea de producción sola, para garantizar la calidad en la estructura del producto, entonación, acústica, fluencia, manipulación y resonancia, dando como resultado un instrumento con apariencia de jazz americano.

Más instrumentos

Para satisfacer los requerimientos de diferentes músicos, Chateau expandió sus líneas de productos incluyendo instrumentos de viento y metales a partir de 2001, con el objetivo de convertirse en una marca especialista en instrumentos de viento.

Una nueva etapa comenzó más tarde en la empresa, con la incorporación de una línea de guitarras, y ahora la inauguración de una nueva fábrica dedicada a los ukeleles. La misma se encuentra en China, pero el Sr. Chang explicó que la operación es taiwanesa y están usando el sistema taiwanés para la fabricación de los mismos.

Sobre el futuro de la industria de instrumentos musicales, el Sr. Chang dijo: “En el caso de los instrumentos de viento, especialmente el saxofón, el futuro es bastante brillante gracias al jazz. En el caso de la flauta, que se realiza con plástico, irónicamente los precios son más elevados de lo que generalmente se pensaría debido al material empleado, de modo que su alto costo hace que el mercado no sea favorable”.

Conoce todos los instrumentos de Château en el stand B9340 en NAMM Show 2019 (24 a 27 de enero en Anaheim, California, EEUU) y en el stand A82, Hall 3.0, de Musikmesse (2 a 5 de abril de 2019, en Frankfurt, Alemania). ■




Las marcas

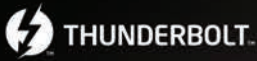
El grupo Tenon Industrial cuenta con diversas marcas para separar el catálogo de productos. Ellas son:

- Château Winds (saxofón)
- Château Guitar (guitarras)
- GUO Flute (flautas)
- Leho Ukulele (ukeleles)
- MIDIplus (teclado MIDI, interface MIDI, piano digital, controlador de audio USB y parlantes)

Más información

chateauusamusic.com

 Chateau USA Music



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®

MARCAS RECONOCIDAS PRESENTES EN AMÉRICA LATINA CON TWINS TRADE

Desde Miami, Twins Trade realiza diversas acciones de representación y marketing para aumentar la presencia de diversas marcas internacionales en nuestra región

La trayectoria de Twins Trade Music Corp. en nuestra industria cuenta con más de cinco años, con oficinas localizadas en Miami (Florida, EE.UU). “Aún somos una empresa joven que ha crecido cada año con mucho esfuerzo y sacrificio”, dijo Hernán Mera, vicepresidente.

El trabajo de la empresa se basa en representar marcas internacionales en toda América Latina y ofrecer soluciones constantes a sus clientes. Para ellos, el staff de Twins Trade se encuentra en contacto permanentemente con ellos, dispuestos a hacer clínicas, charlas informativas y otras actividades que los clientes deseen realizar en la región. “Nuestro Facebook y Twitter están siempre con la información detallada de los productos que trabajamos y cada consulta que recibimos investigamos de que país es y la derivamos a nuestros clientes”, contó Hernán.

Actualmente la empresa está trabajando con marcas como Martin & Co. en toda Latinoamérica, con la excepción de Brasil, Chile, Argentina y México; Prodipe para toda Latinoamérica, con la excepción de Brasil y Argentina; SPM (Soluciones Para Músicos) en toda Latinoamérica, Estados Unidos y Europa; y Guitarras Gracia en toda Latinoamérica y algunos países de Europa.



Hernán visitando el stand de Martin & Co

Situación de las marcas

Desde Twins Trade reconocieron que 2018 fue un año difícil para Latinoamérica, especialmente con algunos cambios en la política de distingos países que recalieron en diversas crisis durante la primera mitad del año. Ya en la segunda mitad se ha percibido cierta recuperación.

En el caso particular de Martin & Co. el último año ha crecido su presencia en países como Puerto Rico, Costa Rica, Paraguay, Uruguay, Perú, Ecuador, Bolivia, Belice, Barbados, El Salvador y Colombia. “Siempre estamos abiertos al diálogo con nuestros

clientes, escuchando sus necesidades. Ellos entienden que tener productos de Martin & Co. en sus tiendas les asegura prestigio, tradición y calidad”, comentó Hernán. “Bolivia, en 185 años de historia de Martin & Co. nunca antes había sido un país activo en la compra de productos como sí lo es ahora. También hay que decir que muchos clientes de Latinoamérica tienen en mente que Martin & Co. sólo cuenta con productos premium de muy alto coste, pero al revisar la lista de precios se dan cuenta que sólo se trata de un prejuicio, sobre todo en accesorios y cuerdas”.

Por su lado, Prodipe cuenta actualmente con presencia en Puerto Rico, Uruguay, Bolivia y Chile. “Hemos ido en ascenso con esta marca que puede crecer mucho más, con excelente relación en precio y calidad”.

Si bien con SPM, Twins Trade ha comenzado a trabajar hace apenas un año para el mercado latinoamericano, ya han tenido pequeñas experiencias en Puerto Rico, El Salvador y en el mercado interno de Estados Unidos.

Con Guitarras Gracias, la empresa ha comenzado a trabajar en 2018 y se encuentra en pleno proceso de apertura, con una primera experiencia exportando desde Argentina a Puerto Rico.

También han iniciado conversaciones en Ecuador, Colombia y Costa Rica.

El mercado

2018 no ha sido un año sencillo en Latinoamérica, donde muchos países se encuentran con problemas sociopolíticos como, por ejemplo, Venezuela, Nicaragua, El Salvador y Honduras. “Situaciones que generan tensiones e inestabilidad económica en los países vecinos y en definitiva a la región. Esto sin dudas repercute en las ventas, sin contar con los desastres naturales que han afectado a parte de las islas del Caribe. Pero nosotros estamos trabajando aún más duro que en los tiempos donde todo florece”, dijo.

“La suba de la tasa de interés en Estados Unidos también afectó la actividad normal en nuestro territorio, pero confiamos que 2019 puede ser un año con una leve mejoría en muchos países latinoamericanos”, agregó.

Otro país que estuvo presentando adversidades ha sido Argentina, con la alta variación cambiaria del dólar que afectó el trabajo en los países limítrofes. “Por ejemplo, Uruguay es un país que tiene directa relación con Argentina. La devaluación en Argentina desde diciembre de 2017 hasta octubre de 2018 fue de un 120% aproximadamente. Eso impacta directamente en toda la región”.

Esfuerzos continuos

Hablando sobre tendencias de mercado, desde Twins Trade dijeron que se ha notado una sensible baja en la venta de guitarras eléctricas a nivel mundial pero, por el contrario, la guitarra acústica ha ganado un poco de terreno en la consideración de los usuarios. “Sin duda, los productos que involucran tecnología son los que han crecido exponencialmente en los últimos tres años”, comentó Hernán.


El trabajo continúa en la empresa, si-

guiendo una estrategia muy clara y simple: trabajar a largo plazo, con seriedad, compromiso y responsabilidad. “Si todos cumplimos con estas premisas las posibilidades del éxito están aseguradas”.

En 2018, a pesar de la crisis en Latinoamérica, Twins Trade pudo mejorar su servicio de warehouse, enriqueciendo los procesos y la eficiencia, mejorando los costos de operación y la velocidad de despacho de las mercancías.

Ya para 2019, la empresa adelanta que “Mantendremos nuestra política de estar cerca de los clientes, con un plan de visitas estratégicas para ganar nuevos mercados, colaborar con los dealers locales para respaldar aún más las marcas a través de workshops, clínicas de producto y apoyo a sus artistas locales”, concluyó Hernán. ■

Más información

 TwinsTradeMusic

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®

PROYECTO JAGUARA SE PRESENTÓ CON CUEPIX 16 IP DE ELATION

64 paneles LED Cuepix 16 IP de Elation fueron usados para el debut de una pieza artística particular por su historia y también tecnología

Sonic Design es un equipo interdisciplinario de Colombia que se especializa en materializar proyectos arquitecturales únicos y eventos de gran tamaño en todo el mundo. Este equipo creativo diseñó y montó un carruaje artístico multisensorial, llamado Jaguara, que incorporó 64 paneles de matriz LED Cuepix 16 IP Elation para transmitir un mensaje sobre los impactos en la ecología.

Jaguara es un proyecto hecho en colaboración con un grupo de profesionales de distintas disciplinas, que esta vez se reunieron para enfocarse en Colombia, dándole al carruaje un formato de jaguar emergiendo del Río Amazonas, el principal refugio del animal y su vulnerabilidad.

El director de Sonic Design, Leo Vilar, cumplió diversos roles en este proyecto, actuando al mismo tiempo como diseñador de iluminación. El elemento Elation clave usado en su diseño estaba formado por 64 paneles Cuepix 16 IP LED usados para recrear una figura tradicional de 'hombre jaguar', un diseño simétrico y esquemá-

tico localizado en el centro del carruaje. "Cuando vi su formato y diseño, me pareció una escultura y pensé que sería ideal para el proyecto Jaguara",

comentó Leo. Uno de los motivos de usar este aparato fue su protección de grado ambiental IP65, además de la calidad de luz. Los paneles Cuepix fueron usados para proveer un fondo colorido además de iluminación sobre la audiencia.

Jaguara fue presentado durante el evento Burning Man en el Desierto de Nevada, Estados Unidos. Durante el día, Jaguara mostraba un oasis de selva amazónica con formatos, colores y piezas artesanales acompañadas por sonidos de la naturaleza y de tribus indígenas. Pero durante la noche, el carruaje se convertía en una fiesta de música latina electrónica, presentando DJs, músicos y actuaciones del movimiento cultural actual en Sudamérica. Proyecciones, lasers y otros efectos se encargaron de resaltar la experiencia, centrada en una cabeza de jaguar colorida emergiendo de las aguas amazónicas. ■



Carruaje Jaguara



Paneles Cuepix 16 IP forman parte de la acción



Siluetas distintivas de jaguar para el proyecto

Más información
elationlighting.com
 f ElationProfessional



PASIÓN POR LA ARMONÍA

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

Magma®
STRINGS

MADE IN ARGENTINA

www.magmastrings.com

CALIDAD Y BUEN PRECIO EN SKULL PERCUSIÓN

De la carpintería de muebles a la fabricación de instrumentos musicales, Skull Percusión presenta sus productos desde Argentina

Skull Percusión nació a principios del año 2007, luego de que su propietario, Aldo Ferrer, tomara clases de batería y percusión, surgiendo necesidades e ideas que no siempre encontraba disponibles en el mercado.

En una primera instancia, él ya poseía las instalaciones apropiadas para la fabricación de instrumentos, pues funcionaba como carpintería de muebles. “Con el tema de importaciones y de muebles pre-armados no estaba prácticamente en funcionamiento, entonces tomé la decisión, en base a conocimientos de música, venta, marketing y fabricación. Así comencé el



Aldo Ferrer, propietario de Skull Percusión



Stand en Muestra Música 2018

proyecto”, dijo Aldo.

Todo empezó con la necesidad de comprar instrumentos para estudiar y, en su búsqueda, notó que ya en ese entonces era complicado conseguirlos a precios accesibles para la clase media. Así surge la idea de aprovechar maquinarias de carpintería y Aldo inició su carrera en la creación y construcción de productos musicales para uso propio, viendo que los costos podían llegar a ser rentables y lograr buen material accesible al público. “Ésta es la filosofía de la marca: precios accesibles y calidad al alcance de toda la gente interesada en hacer música”, destacó.

Instrumentos y fábrica

Actualmente Skull Percusión cuenta en su catálogo con cajones flamencos peruanos, congas, bongos, shakers, claves, vibraslap, palos, batajones, felpas para platillos, cascos de batería, y, en breve, estarán lanzando paneles difusores y acústicos, además de soportes y muebles para guitarras y bajos.

“La fabricación de nuestros productos varía según la necesidad del cliente. En el caso de la construcción de la línea económica, el proceso incluye selección de material, planificación de corte para aprovechamiento del material, luego se pasa a la mesa de armado, selección de tapas de golpe e impresión de las marcas. Luego se procede al lijado para pasar al sector de pintura, secado y, por último, al embalado para almacenamiento. En los casos de pedidos especiales, saliendo de lo estándar de cada producto, se toma en consideración la necesidad del cliente, por ejemplo, selección de variedad de maderas, medidas y terminación de pintura. Eso es lo único que se diferencia de lo estándar pero el proceso de armado impresión y embalado es el mismo”, contó Ferrer.

La fábrica de la empresa se encuentra en la ciudad de La Tablada, en la Matanza, Buenos Aires, y cuenta con 300 metros cuadrados de superficie, con maquinaria tradicional de carpintería que permite fabricar en cantidad



Combinación de maderas para sonido distintivo

y con máquinas manuales profesionales. Los instrumentos, excepto los cortes, son fabricados a mano.

Los materiales para construir los instrumentos son adquiridos en Argentina, utilizando placas para las líneas económicas y maderas, como cedro, incienso, guatambu, soita, cerejeira, caoba, entre otras, para las líneas premium. “Nuestro fuerte es la fabricación de cajones, pero en general tenemos buen movimiento de cada producto que lanzamos”, dijo.

Debido al buen precio con el que comercializan sus productos, Skull no llega a guardarlos en stock. “Los pedidos superan en varias oportunidades a la capacidad de producción”, afirmó. “Venimos sosteniéndonos bien en el mercado, tenemos venta directa al público, precios especiales para los comercios, y listas mayoristas para distribuidores, que se encargan de que estemos en todas las tiendas del país”.

Precio y calidad

La oferta de instrumentos de percusión es amplia, creando un mercado competitivo para las marcas involucradas.



Máquinas para trabajar la madera



Parte del proceso: el secado



Producción de cajones



Montaje de hardware en cascos de batería



Cajones terminados

Aldo explicó: “Sabemos que es un segmento donde existe mucha fabricación y de buena calidad en muchos casos, pero confiamos en nuestros productos pues estamos ofreciendo una muy buena relación precio-calidad. Estamos muy por debajo hablando del precio final al público. ¡Nuestros instrumentos son, en algunos casos, un 300% ó 400% más económicos!”.

Uno de los productos que está destacándose más dentro de la oferta de la empresa es el Cajón Flamenco Premium, construido con diferentes variedades de maderas combinadas, generando un aspecto original e irreplicable, que hace que cada unidad sea única y exclusiva, dando también una sonoridad especial en cada uno de ellos.

El mercado local


Desde Skull, cuentan que si bien los últimos meses han mantenido su habitual rotación de productos, por otro lado, han recibido comentarios de los clientes en cuanto a la merma de venta en sus tiendas de productos en general. “La apertura de las importaciones y la inestabilidad

económica comenzó a dar las primeras señales de recesión”, explicó Aldo.

“En 2018 tuvimos algunos meses regulares pero, haciendo un balance general, podemos afirmar que llegamos a nuestra meta de ventas, superándola un 10% más de lo esperado”, continuó. “Para 2019 tenemos proyectado lanzar una nueva marca que pueda abrir nuevas oportunidades y también lanzarnos en la fabricación de soluciones acústicas para estudios y salas. Como dice un colega inspirador: “¡A no parar!”.

Más información

skullpercusion.com.ar

 Skull.Percusion



An Amazing Interactive Experience
DNA SERIES
Kin Rivera Jr.

peace
DRUMS & PERCUSSION®
email:sales@peace-drums.com
www.peace-drums.com

SALIENDO DE LA CRISIS: GIBSON GUITAR ANUNCIA NUEVO CEO

Hace casi un año abatiéndose en un proceso de recuperación de bancarrota, Gibson Guitar anuncia su nuevo CEO y ejecutivos

Después de la salida del poco querido Henry Juskiewicz, CEO de la icónica Gibson, tradicional marca de guitarra norteamericana, el Tribunal de Quiebras de Estados Unidos del Distrito de Delaware aprobó a principios de octubre un plan de reestructuración. Unas semanas después, Gibson anunció su nuevo marco de ejecutivos.

JC Curleigh sucederá a Juskiewicz como presidente y CEO de la empresa. Anteriormente, actuó como presidente de Levi Strauss & Co.

“Como líder de negocios y constructor de marcas, éste es el comienzo de una nueva era para Gibson, que se basará en su comprobado estado histórico e icónico”, observó Curleigh. “Estamos concentrándonos en el futuro y comenzando de nuevo, con una sólida base financiera, un nuevo equipo de liderazgo comprometido y experimentado, y nuevos propietarios que son igualmente apasionados por la marca”, dijo en comunicados oficiales.

La solicitud de recuperación judicial de Gibson salió en mayo de 2018

Las declaraciones de recuperación judicial de la empresa revelaron que Gibson estaba haciendo malabarismos con alrededor de US\$ 500 millones en deudas. Como parte de su reestructuración, Gibson y sus acreedores acordaron un nuevo préstamo de has-



Gibson tiene nuevos directores

ta US\$ 135 millones para continuar las operaciones de financiación bajo el nuevo equipo ejecutivo.

A diferencia de lo que se anunció en la prensa, Gibson no pidió la quiebra. La presentación del ‘Chapter 11 Bankruptcy’ equivale a la petición de una recuperación judicial, ya que la traducción literal del término ‘bankruptcy’ es equivalente a ‘quiebra’.

¿Quién quedará en el barco?

Curleigh encabezará el nuevo equipo ejecutivo mientras Gibson intenta reconstruir su marca histórica. Ésta no

es la tarea más fácil, debido a numerosas quejas de la caída de la mano de obra y artistas/endorsees que salieron de la marca a lo largo de los años.

“Como líderes del sector, tenemos una oportunidad y una obligación de definir las mejores condiciones para el éxito de nuestras marcas, nuestros fans, nuestros socios y nuestro propio equipo ampliado”, dijo Curleigh. “Estoy ansioso por liderar Gibson con confianza hacia el futuro”.

KKR es ahora el accionista mayoritario de Gibson, desde la salida de la quiebra el día 1º de noviembre.

El grupo tiene control accionario en la empresa. ■

Nuevo equipo de ejecutivos, desde el 1º de noviembre

- JC Curleigh, Chief Executive Officer
- Cesar Gueikian, Chief Merchant Officer
- Kim Mattoon, Chief Financial Officer
- Christian Schmitzas, Chief Production Officer

Más información

gibson.com

GibsonGuitar

Gibson

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

HEADSTOCK GROUP TIENE NUEVO GERENTE EN AMÉRICA LATINA: JOEY GROSS BROWN

Reconocido profesional en la industria, Joey Gross Brown es el nuevo gerente de ventas y marketing para América Latina de Headstock Group (Laney & HH)

Joey Gross Brown posee gran experiencia en el mercado brasileño de audio e instrumentos, donde trabajó para empresas como Harman, Equipo y, recientemente, Music Company.

En noviembre asumió un nuevo desafío en Headstock Group, empresa del Reino Unido propietaria de las marcas Laney y HH Electronics. Laney es una empresa británica fundada en 1967 por Lyndon Laney, que, en ese momento, comenzó haciendo amplificadores en el garaje de la familia. Entre sus clientes más famosos están Tony Iommi, de Black Sabbath, y Robert Plant, de Led Zeppelin.

HH Electronics es una empresa fabricante de audio profesional nacida a final de 1960 en Cambridge, siendo hasta hoy una de las marcas más respetadas en Europa y presentando una línea de productos que va desde cajas activas y pasivas en gabinete inyectado hasta sistemas de PA concepto, PA profesionales, monitores, subwoofers y cajas de instalación para sonido ambiente, teatros y casas de evento, escenarios, empresas de alquiler de sonido, DJs, iglesias y sonido corporativo. HH fue incorporada a Headstock Group en 1989.

Trabajo con base en Brasil

Joey ya comenzó su trabajo para cuidar de las ventas y marketing junto a los



Ian Wright (director internacional de ventas) y Joey Gross Brown (gerente de ventas y marketing para América Latina)

distribuidores de América Latina y de la relación de las marcas con los artistas y con el consumidor final en la región, cubriendo de México a Chile. Durante los últimos meses de 2018 él realizó sus primeros viajes por los países para visitar a los distribuidores y presentarse.

Él continuará basado en Brasil: “Es importante para el grupo tener a alguien en la región que pueda desplazarse de manera más rápida y eficiente por el territorio y que conozca las diversas culturas y economías”, explicó.

El mercado latino

Durante su visita a diferentes países de la región, Joey pudo notar varios factores que lo ayudarán a enfocar mejor las estrategias. “Históricamente, nuestra región está llena de fases de dificultades económicas y políticas. Cuando no, un alto contraste socioeconómico. Pero, en general, la región viene conso-

lidándose de forma más estable. Soy muy optimista en relación a la fuerza que América Latina tiene. Creo mucho en nuestro mercado debido a la diversidad cultural de todos los pueblos. Las personas de la región son musicales y les gusta la música. ¿Qué más puedo pedir?”, dijo.

Hablando sobre los productos Laney, la marca está presente en casi todos los países de América Latina y el Caribe, por medio de distribuidores

directos y de subdistribuidores (para el Caribe, básicamente), pero existen regiones que necesitan ser revisadas.

“Ya en HH, que viene consolidándose como una marca fuerte de audio (principalmente en la región oeste de América del Sur, como Chile, Bolivia, Perú y Colombia), observamos una gran oportunidad de crecimiento”, contó. “Pude ver y comprobar eso personalmente, y confieso, me sorprendí con la calidad del producto. De hecho, en los territorios donde ya tenemos distribuidor, la marca viene siendo una sorpresa muy positiva debido a la eficiencia sobre el costo para nuestro cliente y al aumento de la demanda por usuarios que ya la utilizan”. ■

Más información

laney.co.uk

hhelectronics.com

[f LaneyLatinoAmerica](#)

A close-up photograph of a person with long hair, wearing a blue and red plaid shirt and dark jeans, sitting on a white wooden ledge and playing a dark wood acoustic guitar. The person's hands are positioned on the strings and fretboard. The background is a soft, out-of-focus outdoor setting with a light-colored wall and a wooden surface.

UN MASTER EN SU TIPO

000-15M StreetMaster™ & D-15M StreetMaster™

Descubre más en martinguitar.com

The logo for Martin & Co. features a stylized 'M' and 'C' intertwined, with 'EST. 1833' and 'GUITARS • STRINGS' below it.

Martin & Co.
EST. 1833
GUITARS • STRINGS

EROS SPEAKERS QUIERE AMPLIAR SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE ALTAVOCES PROFESIONALES

Con nuevos modelos y la ambición de ser la más representativa fábrica de altavoces de Brasil en el mercado latinoamericano, la empresa se prepara para un año con mucho movimiento

El pujante mercado de altavoces global hace pocos años atrás fue sacudido con la entrada maciza de cajas inyectadas provenientes de China, disminuyendo el número de cajas de maderas fabricadas, la reducción del consumo interno de los países cayó, pero no por eso dejó de existir.

Inclusive con las trabas fiscales y la burocracia brasileña, el país figura entre los principales fabricantes del globo solamente atrás de China, Vietnam y Taiwán en número de productores nacionales.

Parte de la razón es por el enorme (y creciente) mercado de iglesias, shows y también sonorización automotriz, como los conocidos “trío eléctricos”. Raul del Trejo, CEO de Eros Speakers, explica: “El mercado brasileño, por su gran extensión territorial, nos exige mucho en cuestión de nuevos desarrollos. Un modelo que atiende perfectamente los requisitos de una región no necesariamente será



Fábrica de Eros Speakers



Parte de la fachada



Foto aérea de la fábrica

un producto exitoso en otra”. Pero, justamente, entender las matices del mercado y la conexión con el consumidor directamente, rindió a Eros diversos premios y títulos, inclusive la participación en el Libro Guinness como el “Mayor Generador de Temblor de la Tierra Artificial”, por sus potentes altavoces.

Para 2019 la empresa pretende ampliar su mercado dentro y fuera de Brasil. “Considerando la tecnología empleada por la empresa y los resultados obtenidos por los productos, tenemos toda la capacidad de fabricar y atender clientes de todos los países”, explica Del Trejo.

Eros Speakers, empresa del Grupo Renaer, que congrega a las empresas Sonotec, Musimax, Eros y Staner, es una de las líderes de la fabricación brasileña en el sector.

En esta entrevista con Música & Mercado, conversamos con Renato Silva, fundador y chairman del Grupo Renaer, y Raul del Trejo, CEO de Eros. Acompaña los principales puntos.



Renato Silva (fundador y presidente del Grupo Renaer)
y Raul del Trejo (CEO de Eros Speakers)

La entrada de cajas plásticas inyectadas al mercado de audio impactó globalmente a la industria de parlantes en países no asiáticos, debido a la caída en la fabricación de cajas de madera. ¿Cómo Uds. evalúan el consumo nacional de parlantes actualmente y el destino de este mercado?

Renato Silva: Nuestro caso, específicamente es muy particular, pues nuestra fabricación de parlantes originariamente fue creada con la finalidad de suplir apenas las necesidades de parlantes diferenciados, difíciles de ser encontrados en el mercado y para uso exclusivo en los equipos de nuestra marca de audio profesional Staner.

El consumo nacional de parlantes sufrirá la misma retracción impuesta a toda la industria en los últimos años y las costumbres tienden a adaptarse al presupuesto de cada consumidor. Las cajas plásticas tienden a ofrecer bastante practicidad de uso con atractivo costo-beneficio, lo que naturalmente hace que ocupen más espacio entre la preferencia de los usuarios.

Raul del Trejo: Realmente ésa fue una transición (de las cajas de madera a las inyectadas) que no podía ser contenida. El mercado ya apuntaba esta tendencia y de la misma manera la industria nacional de altavoces no lograría, y no logró, ser lo suficientemente competitiva para suplir esa demanda. Hay otros factores que lo ponderan todo. Uno de ellos es la propia migración del consumidor de las cajas de madera que pasó a preferir en muchos casos las características positivas de las cajas plásticas inyectadas, ocurriendo una disminución natural de esa cuota de mercado.

El consumo de la industria de cajas construidas en madera sufrió una caída vertiginosa, pero otros segmentos presentaron crecimiento, como por ejemplo el automotriz, a no ser por los dos últimos años en los que la crisis que



Lo que diferencia realmente al producto de Eros es la respuesta que dimos a la necesidad del profesional de audio.

— Renato Silva

se arrastra y las medidas de prohibición descabelladas sin la debida reglamentación frenaron las perspectivas de ampliación del mercado durante este período lo que exigió mucha adaptación y búsqueda de nuevas alternativas.

¿Cuál es la participación del mercado de altavoces y audio profesional para el grupo actualmente?

Raul del Trejo: El negocio de altavoces en general dentro del Grupo Renaeer está en torno de 30%. Dentro de estos parámetros, el audio profesional es responsable de 25%.

Renato Silva: Aunque el mercado para este tipo de producto no es muy grande, creemos tener una significativa parte del mismo. Nuestros parlantes forman parte de los más importantes y renombrados "trios eléctricos" (típicos camiones de sonido usados con banda en vivo en Brasil). Esto por sí solo representa uno de los mayores desafíos en desarrollo y utilización de equipos de sonido. El al-

tavoz en trio eléctrico debe ser al mismo tiempo súper potente, no muy grande, tener independencia de alimentación eléctrica y además ser móvil.

Considerando el escenario político y económico, ¿cómo la empresa analiza el mercado de audio profesional en 2019?

Renato Silva: Creo que es difícil desasociar el mercado de audio

profesional del desarrollo esperado por la gran mayoría de los brasileños, en este nuevo clima político económico que se creó con los nuevos rumbos tomados por el gobierno electo. Así como todo el conjunto comercial e industrial del país, la expectativa es de crecimiento.

En cuanto se suelten las amarras, que en las últimas dos décadas vienen frenando cada vez más nuestro desarrollo, seguramente caminaremos hacia adelante y rápido, pues el potencial y condiciones para el crecimiento existen, basta que no nos pongan dificultades.

Raul del Trejo: Todo el escenario reciente nos da ánimo y esperanza de aprovechar la demanda por productos que tuvieron su demanda represada por los seguidos años de inseguridad económica y, más específicamente en el caso de Brasil, inmensa inestabilidad política.

Creemos que los innumerables problemas que afligen a la industria brasileña tienen, en su mayoría, solución o pueden tener alternativas que

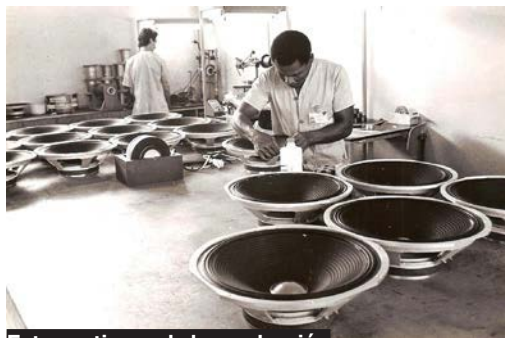
los harían soportables para los fabricantes. Somos conscientes de que grandes cambios pueden surgir y estamos preparados para aprovechar la buena fase que podremos tener por delante a mediano plazo.

Teniendo al comercio digital como un indicador de precios en todos los países, ¿cómo la empresa ve las ventajas y distorsiones entre el comercio físico y el digital?

Renato Silva: El comercio digital hoy es visto por unos como un mal y por otros como un bien. Para la industria y el comercio en general es sin duda un bien. Trae una evolución jamás vista en la distribución de mercadería.

Es fruto en la verdad de la rapidez de la información y medios de transporte, que a su vez es consecuencia del desarrollo y de la automatización de todo tipo de información. El gran beneficiado es el consumidor que puede obtener productos con más variedad de elección y comparación de precios.

Para las industrias queda el gran problema del descontrol sobre los precios practicados principalmente por los empresarios despreparados



Fotos antiguas de la producción



para una competencia sana, que en su mayoría practican una pelea predatoria, que casi siempre los lleva a la banca rota y causa gran trastorno a los proveedores serios.

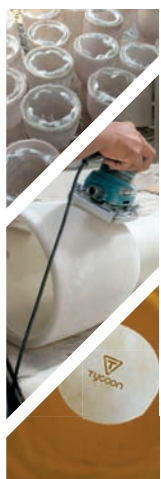
Raul del Trejo: El gran disparate en la cuestión del e-commerce es la guerra fiscal y de precios entre los comerciantes físicos y virtuales. La diferencia de margen practicada por cada tipo de comercio, aliada a herramientas como Mercado Libre, ha creado un verdadero problema en muchos países.

Por mejor y más avanzado que sea el material disponible en las manos de quien está fabricando todavía no hay nada que sustituya el acumulo de experiencias prácticas.

— Raul del Trejo

En esta situación, los propietarios de las tiendas físicas que no entiendan la nueva dinámica del comercio van a sucumbir. La velocidad para la toma de decisiones de la compra, comodidad y confort de la entrega y parámetros de precios han cambiado la vida del consumidor para siempre.

La construcción del altavoz aún se mantiene muy parecida desde su invención. ¿Cómo la tecnología de nuevos materiales, sistemas de análisis



tycoon

**MODELO
LIVIANO**

**SONIDO
GRANDE**



TYCOON STARGLASS DJEMBES



www.tycoonpercussion.com

digital, etc. pueden ampliar la calidad y el rendimiento de los altavoces?

Raul del Trejo: Una cosa es sabia, por mejor y más avanzado que sea el material disponible en las manos de quien está fabricando todavía no hay nada que sustituya el acumulo de experiencias prácticas, aunque hoy, por el avance de la tecnología, ya tengamos aparatos digitales y software avanzadísimos. Eso de nada sirve si no sabemos adónde queremos llegar.

Renato Silva: El gran problema está en cómo asociar estos componentes adecuadamente para obtener el resultado más cercano posible de lo deseado. Allí reside el secreto de un buen producto y éste sí está dominado por pocas personas. A pesar de los equipos y abundante literatura técnica disponibles la gran experiencia será siempre indispensable.

Raul del Trejo: Tenemos que considerar que Brasil, por su gran extensión territorial, nos exige mucho en cuestión de nuevos desarrollos, pues un modelo que atiende perfectamente los requisitos de una región, no necesariamente será un producto de éxito en otra, pues la diversidad en nuestra cultura musical nos fuerza a soluciones diferentes para cada necesidad específica.

Desde el punto de vista de la fabricación y la investigación de nuevos materiales, ¿cómo Uds. trabajan? ¿Hay componentes importados o Brasil ya posee lo suficiente?

Raul del Trejo: Mantenemos nuestra búsqueda incansable por nuevos materiales y también por nuevos usos de materiales ya conocidos. Estamos forzados a ello por estar limitados en varios aspectos en cuanto a disponibilidad y variedad en el mercado local.

Renato Silva: Específicamente los pro-



Línea de producción



Stock



Repuestos



Línea de producción

Importamos insumos cuando se trata de materiales especiales, así como las grandes marcas mundiales, pero no el producto listo, pues todos nuestros productos son frutos de desarrollo propio.

— Renato Silva

ductos de Eros, no tienen una participación muy cuantitativa de insumos importados, a no ser cuando se refiere a algunos ítems estratégicos, donde son necesarios materiales especiales, normalmente no disponibles en el mercado nacional. Las características únicas de nuestros productos y el grado de detalles de conocimiento involucrado en su fabricación, prácticamente inviabilizan la transferencia de su fabricación a otro proveedor extranjero o no.

¿Cuál es el diferencial real en el desarrollo de Eros en relación a los

productos importados?

Renato Silva: Lo que diferencia realmente al producto de Eros es la respuesta que dimos a la necesidad del profesional de audio, cuando se busca primero el timbre musical, después potencia de trabajo y resistencia al trabajo forzado. Eros nació de la necesidad de fabricar productos especiales para Staner (empresa de audio profesional del Grupo Renner) y, teniendo a ésta como soporte, desarrolló sus propios modelos, ajustándose a las necesidades de los consumidores.

Se creó en Brasil un “usos y costumbres”, en el medio musical, donde en ciertas regiones del país se cultiva exageradamente la audición de los graves secos.

Los casi cincuenta años de experiencia profesional del grupo en el mercado musical, participando en los mayores eventos ya realizados en Brasil y en el mundo, nos capacitan para desarrollar productos propios, que atiendan realidades específicas.

Raul del Trejo: La valorización de

la experiencia de la empresa siempre fue mantenida, y mucho más allá, fue cultivada y diseminada internamente, convirtiendo a colaboradores en profesionales capacitados para desempeñar con maestría todo este trabajo. Tenemos el cuerpo técnico de desarrollo aliado al trabajo de campo lo que nos permite una sinergia desde la identificación de la necesidad específica hasta qué soluciones deben ser empleadas en el perfeccionamiento o nuevo desarrollo para alcanzar ese resultado en la práctica. Sabemos exactamente qué hacer para llegar donde queremos.

Sobre comoditización del audio, existe mucha marca china sólo con el logo brasileño estampado. ¿Cómo es el proceso de desarrollo de productos dentro de Eros y Staner?

La diferencia de margen practicada por cada tipo de comercio, aliada a herramientas como Mercado Libre, ha creado un verdadero problema en muchos países.

— Raul del Trejo

Raul del Trejo: Como ya se ha dicho, realmente desarrollamos nuestros productos, no sólo y simplemente los etiquetamos. A través de todos estos años eso ayudó a crear nuestra identidad como marca pues quien no lo hace tiene un producto que es sólo otro commodity más en el mercado con una etiqueta diferente. Por la participación y toda experiencia industrial

acumulada en el grupo todavía impulsamos los procesos productivos que, por los óptimos resultados obtenidos en una implementación hecha dentro de la fábrica de Staner, se repitió todo el proceso de *Lean Thinking* (Sistema Toyota) también para la fábrica de Eros lo que una vez más generó los mismos resultados.

Renato Silva: Importamos insumos cuando se trata de materiales especiales, así

como las grandes marcas mundiales, pero no el producto listo, pues todos nuestros productos son frutos de desarrollo propio. ■

Más información

eros.com.br

 ErosAltoFalantes

 @ErosAltoFalantes



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

Cort
since 1960

GB
SERIES

THE BASSES
OF BOTH
WORLDS

Para más información consulte a su distribuidor Cort de Latinoamérica

- Argentina, Chile, Uruguay
- Brazil
- Guatemala
- Mexico
- Peru
- Colombia
- Spain
- Ecuador

FAMA MUSIC S.A
EQUIPO / Waldman
MusicPro
CASA VEERKAMP, S.A. DE C.V.
MUSIC 4U E.I.R.L
ORTIZO S.A.
INTERMUSICA S.L.
CASA MUSICAL VELASCO

www.famamusic.com.ar +54 11 4288-3650
www.equipo.com.br +55 11 2199-2999
www.musicpro.com.gt +502 2385-0111
www.casa-veerkamp.com +52-55-5668-0480
www.music4uperu.com +511-482-9002
www.musicalesortizo.com +571-540-0424
www.intermusica.es +34-934-102500
www.velasco.com.ec +593 4 2-307750

LA DESVENTAJA DE LAS VENTAS DIRECTAS DEL PROVEEDOR

Por qué un botón de “haga clic para comprar” amenaza con perjudicar las relaciones normales del minorista. El presidente de Sweetwater, una de las mayores tiendas de instrumentos de Estados Unidos, emitió una carta pública repudiando la venta directa de los proveedores



Chuck Surack, presidente y propietario de Sweetwater Sound, Mynett Music, All Pro Sound

El mercado norteamericano recibió el día 26 de noviembre un correo electrónico con un texto elaborado por Chuck Surack, presidente y propietario de Sweetwater, una de las más reconocidas tiendas de instrumentos musicales y tecnología de Estados Unidos. ¿El motivo? Proveedores que venden directamente a los clientes.

El tema es el mismo que circula en todas las ruedas de comerciantes de América Latina, Europa y Asia. Si uno de los principales hombres de negocios en nuestro segmento se manifestó así en Estados Unidos, puedes estar seguro de la gravedad del asunto.

En Latinoamérica, la situación no

llega cerca de lo que pasa en el mercado norteamericano, pero el desequilibrio entre los papeles representados por los actores de la industria de la música y el audio viene ocurriendo, y de manera más grave. Los comerciantes importando de China, comprando productos de Paraguay y proveedores que venden a los clientes directamente.

Representantes importando y disputando mercado con sus representados y un desequilibrio generalizado causado por comercios, como Mercado Libre, que proporcionan la protección ideal para comerciantes que actúan en la ilegalidad.

La búsqueda de espacio en un am-

biente nuevo está causando exceso de fricción en socios de negocios que siempre anduvieron juntos. La cuestión ya no es “quién está correcto o quién está errado”, sino “en qué punto el mercado se detendrá si no reflexionamos sobre el asunto”.

Hora de debate

Un gran minorista de Latinoamérica, que pidió confidencialidad, le contó a Música & Mercado: “Creo que éste (venta directa por parte de los fabricantes) es un camino sin retorno”. Puede ser, pero la ausencia de políticas estables y claras para el comercio minorista físico y virtual ha causado más daños que beneficios.

Mira la carta en su totalidad

La desventaja de las ventas directas del fabricante

¿Por qué un botón de “haga clic para comprar” amenaza con perjudicar las relaciones normales del minorista? En los últimos meses, he notado una tendencia preocupante de ciertos fabricantes de vender sus productos directamente a los clientes finales, ignorando la cadena “tradicional” de representante/distribuidor. Tengo reservas profundas sobre esta tendencia, no sólo por el impacto en mi empresa, Sweetwater, sino también en todos los minoristas, representantes, fabricantes, industria de instrumentos musicales y los clientes finales que servimos.

Ésta es una situación que debemos abordar ahora. La mayoría de los cerca de 5.000 minoristas optó por no crear sus propias marcas para competir con los fabricantes. Es un golpe en la cara de los fabricantes, que no ofrecen el mismo respeto.

No es un secreto que el éxito sostenido en nuestra industria se basa en las relaciones y la lealtad. Estas dos palabras poderosas reflejan fuertes valores fundamentales. Si tiene un botón “Agregar al carrito” en su sitio web, le puede dar algunas ventas, pero, en última instancia, desviarse de esos valores y perjudicar o destruir relaciones y fidelidad entre sus minoristas, ¿eso realmente vale la pena? La confianza importa.

Veo que algunos fabricantes creen que hay ventajas en la venta directa. Pero cuando miramos más de cerca, esos beneficios aparentes no son tan grandes como parecen y, en realidad, acabarán costándole caro al fabricante. Un costo definido será la pérdida de apoyo de los minoristas. Sería necesario suponer que, aunque no abandonen las líneas que venden directamente, los minoristas cambiarán su foco para vender marcas que no venden directamente. Los fabricantes dijeron esperar un crecimiento del 1% al 2% usando ventas directas. Pero la pérdida de algunos buenos minoristas en respuesta eliminará ese crecimiento y más, resultando en una pérdida neta.

Por décadas, los fabricantes vienen construyendo una cadena de suministros de minoristas para satisfacer las necesidades tanto de los fabricantes como de los clientes finales existentes y potenciales. Esta corriente funciona. La clave para el éxito es que todos tienen su área de especialización y pueden concentrarse en hacer bien ese trabajo. El fabricante diseña y fabrica productos de alta calidad, generalmente con información y retroalimentación de minoristas que constantemente interactúan con los clientes finales. Los minoristas se concentran en vender los productos, lo que incluye marketing, divulgación proactiva de ventas, atención de pedidos, soporte posventa, reparaciones, devoluciones y mucho más, lo que lleva a una gran experiencia del cliente.

Tener un sitio con un botón de “Agregar al carrito”

es sólo una pequeña parte del suministro de la experiencia del cliente. Los buenos minoristas lo saben y trabajan duro para hacer lo que los fabricantes no están preparados para hacer: manejar efectivamente a los clientes finales. Los buenos minoristas son intencionales en relación a todos los aspectos de una venta, desde la confirmación de la solicitud hasta el envío rápido del artículo para el seguimiento después de la venta. Además, los minoristas están calificados para presupuestar, vender y empaquetar, mientras que los fabricantes no pueden atender adecuadamente a esa necesidad, y vender directamente perjudica completamente esta enorme oportunidad de mercado.

Cuando un fabricante vende un producto directamente, la parte al por menor de la ecuación se evita y no hay experiencia de cliente atractiva. Simplificando, los fabricantes no están en el negocio al por menor. Prácticamente todos los fabricantes a los que cuestionamos sobre venta directa dicen: “Es una parte tan pequeña de nuestro negocio que no importa”. Esta afirmación sólo prueba que el fabricante no tiene idea de lo que está haciendo. Un buen minorista sabe que todos los clientes son importantes. Toda interacción es importante. Toda experiencia que el cliente tiene puede volverse viral – positiva o negativamente. Pero, además, si no importa, ¿por qué hacerlo y arriesgarse a perder clientes y revendedores?

¿Qué puede hacer un fabricante para impulsar las ventas a clientes que visitan el sitio o preguntan directamente? Hay muchas opciones. Por ejemplo, utilice los botones de “Comprar ahora” que se vinculan a las páginas de productos del minorista. Utilice servicios como Omacro para conectarse a minoristas en la web. Mantenga los vínculos “Dónde comprar” actualizados – es increíble como muchas empresas no lo hacen. Haga asociaciones con sus revendedores para obtener un mejor entrenamiento y marketing. Apoye las iniciativas de los revendedores que apoyan a su marca y sus productos. ¡Por encima de todo, basta con comunicarse con sus revendedores!

Afortunadamente, la mayoría de los fabricantes entiende la situación y ha sido fiel a la sinergia de apoyo mutuo proporcionada por la cadena minorista. Ellos saben que son fabricantes, no minoristas, y comprenden los beneficios de realizar su trabajo dando lo mejor de su capacidad, mientras que permiten que los minoristas hagamos nuestro trabajo dando lo mejor de nosotros. Esta asociación comprobada ofrece la mejor experiencia y soporte para nuestros clientes finales, lo que los hace volver a comprar varias veces.

Atento a todos, los más de 5.000 minoristas en nuestra industria, a observar de cerca qué fabricantes los están apoyando y cuáles están compitiendo con ustedes, y decidir a quién apoyarán de acuerdo a eso.”

Chuck Surack

Presidente y Propietario de Sweetwater Sound, Mynett Music, All Pro Sound

Liverpool

DRUMSTICKS

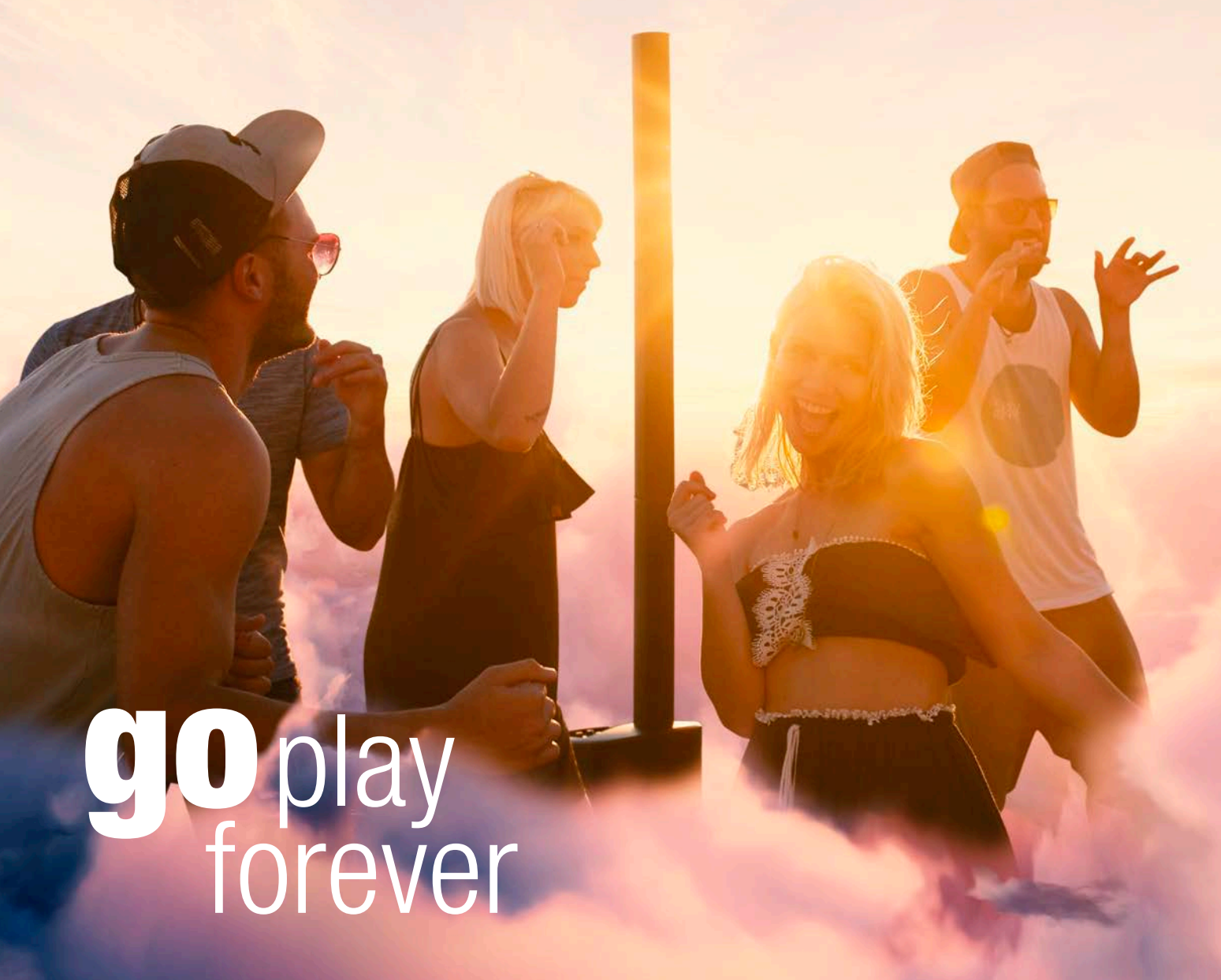
Baquetas con un toque Brasileño.

Línea Brazilian Wood Series



marketing@baquetasliverpool.com.br
www.drumsticksliverpool.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



MAJOR 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



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**

PRODUCTOS FALSIFICADOS Y CONTRABANDEADOS EN MERCADO LIBRE TRAEN PERJUICIO AL MERCADO

La venta de productos falsificados o contrabandeados en marketplaces como Mercado Libre distorsionan la realidad de precios y comprometen a las marcas de instrumentos musicales y audio

Como si no bastara que la tienda comercial haya tenido que desplazarse al terreno virtual bajo la marca Mercado Libre, la retórica del principal marketplace de muchos países latinos beneficia a quien vende y compra de forma errada. Por esa razón, las principales importadoras y marcas extranjeras en diferentes países están en guerra fría con Mercado Libre, el principal marketplace de la región.

En 2017, la empresa lanzó una iniciativa para la reducción de los procesos judiciales. Parte de esos procesos provienen de grandes empresas perjudicadas por el sistema de venta de Mercado Libre que, además de productos legales, alberga al fruto del contrabando y los productos falsificados. Por otra parte (en mayor número) encontramos a los consumidores perjudicados.

A pesar de desarrollar acciones importantes, como el Programa de Protección a la Propiedad Intelectual, y disponer de profesionales para atender al segmento musical, los resultados del impacto de estos cuidados operativos de Mercado Libre se muestran inefi-



**mercado
Libre.com**

De acuerdo con datos de ANAFIMA, el perjuicio económico sobre las actividades legales del sector por el contrabando y la falsificación dentro de la plataforma sobrepasa los 15 millones de dólares sólo en Brasil

cientes desde el punto de vista de equilibrio de la competitividad.

El marketplace dispuso para gran parte de los importadores el acceso a su

sistema PPPI (Programa de Protección a la Propiedad Intelectual) donde la empresa responsable por la importación legal de una marca en determinado país puede identificar y, dependiendo del acuerdo con el

marketplace, dar de baja uno a uno los anuncios que infrinjan la propiedad intelectual, como productos falsificados, por ejemplo.

Las acciones de Mercado Libre serían óptimas si fueran realizadas de forma completa. En Brasil, por ejemplo, La presidencia de ANAFIMA (Asociación Nacional de la Industria de la Música) ha estado trabajando para que Mercado Libre entregue no sólo los datos básicos de los vendedores de productos ilegales, sino los datos de otras tiendas relacionadas a los mismos. "Mercado Libre es consciente de que muchos comerciantes de productos ilegales actúan en red, en algunos casos son familiares, con varias tiendas conec-

tadas bajo el mismo IP, dirección e incluso cuenta corriente. Una forma de monitorearlos correctamente sería entregar esos datos y dejar que las

empresas tengan acceso amplio para una fiscalización más efectiva. Mercado Libre, sin embargo, huye del asunto”, subraya Daniel Neves, presidente de ANAFIMA. De acuerdo con datos de la asociación, el perjuicio económico sobre las actividades legales del sector por el contrabando y la falsificación dentro de la plataforma sobrepasa los 15 millones de dólares sólo en Brasil.

Para un director comercial con quien habló Música & Mercado, que prefirió sigilo sobre su nombre: “Mercado Libre hace todas las acciones posibles siempre y cuando no impacten en su facturación, o sea, no resuelve nada. Sin contar que existe una sutil coacción a la hora de ofrecer acceso al sistema del Programa de Protección a la Propiedad Intelectual para el que hay que abrir una tienda oficial dentro de la plataforma”.

La importadora Habro Music sabe bien cómo es lidiar con los productos de procedencia dudosa que ingresan al mercado brasileño. La empresa trabaja con importantes marcas de audio e instrumentos musicales que muchas veces se convierten en el blanco del comercio clandestino.

Los consumidores que compran a través de canales ilegales sufren la falta de garantía y ausencia de soporte técnico. “Productos de alta tecnología, en los que el consumidor a menudo necesita un soporte para la configuración del equipo y la resolución de posibles dudas, lamentablemente no podemos ofrecer ayuda, ya que no podemos responsabilizarnos por productos cuya procedencia no puede ser comprobada”, explica Alec Haiat, CEO de Habro Music.

“Es muy común que el razonamiento de la gente crea que el contrabando existe porque Mercado Libre existe, pero esto es un problema que existe hace mucho tiempo”, explica Cybelle Fernandes, Legal Manager de Mercado Libre. Ciertamente el contrabando y la falsificación existen hace cientos de años, pero éste no es el caso.

El mercado necesita un marketplace que sea realmente criterioso con la entrada de anuncios de productos ilegales y su represión. No que tenga una parte significativa de su modelo de negocio que aún colabore con la propagación de las actividades ilícitas causando perjuicio a una cantidad innumerable de tiendas del segmento, aunque, en el ejercicio de sus actividades, haya justificación en las premisas del Marco Civil de Internet. ■

Más información
anafima.com.br



AUDIOCENTER
Dynamic Audio Solutions

K-1A-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




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

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

AYRTON ACOMPAÑA A LENNY KRAVITZ EN GIRA MUNDIAL

Fotos: © 2018 Mathieu Bitton

La gira Raise Vibration de Lenny Kravitz, en apoyo a su nuevo álbum del mismo nombre, cuenta con una formación de luminarias MagicDot-Xt de Ayrton

El tour comenzó en Ciudad de México a comienzos de 2018 y creó gran expectativa en todo el mundo. Para el espectáculo, el diseñador de iluminación, Leroy Bennett, incorporó 224 luminarias MagicDot-XT de Ayrton en un diseño de múltiples capas. El set principal cambia según las diferentes salas, pero la configuración del fondo y el diseño de iluminación siguen siendo los mismos.

Éste consta de 14 cápsulas en forma de diamante con 16 aparatos MagicDot-XT bien embalados en cada una, con sólo un desplazamiento de 250 mm entre cada dispositivo dentro de cada matriz. Las cápsulas están distribuidas en dos filas de siete y parcialmente ocultas detrás de una enorme pared ciega estilo persiana.

Bennett, que estaba interesado en usar los accesorios MagicDot-XT para este diseño de iluminación en particular, explicó que “la idea para el diseño se basó en que Lenny se inspiró en el juego de persianas venecianas que diseñó para el Controversy Tour de Prince. He estado usando el MagicDot-XT durante bastante tiempo y me gusta su confiabilidad y versatilidad”.



Efectos provistos por iluminación Ayrton



El alto rendimiento y el haz de 2° del MagicDot-XT se pueden usar para crear diferentes patrones de luz, con Bennett aprovechando al máximo la formación de diamantes que se utiliza para lograr un efecto destacado. Las luminarias también se usan individualmente, a veces parcialmente oscurecidas como una gran fuente de luz detrás de las “persianas”, creando un ambiente diferente para cada canción.

“Elegimos estos aparatos en parti-

cular por su tamaño compacto, lo que los hizo el mejor ajuste para ensamblarse en las cápsulas. Nos gustó que todo lo que necesitas está en el lugar correcto. Es sorprendente la cantidad de aparatos que presentan uno o dos detalles molestos al momento de mapearlos o controlar los canales (en este caso, con una grandMA2). Pero no tuvimos ninguno de esos problemas”, explicó el programador y asociado de iluminación de Bennett, Harry Forster.

MagicDot-XT tiene las mismas características que el MagicDot-R original, incluyendo movimiento rápido y rotación continua e ilimitada de pan y tilt, pero con ópticas más grandes y un haz más estrecho de 2°. La

huella compacta permite que se instalen múltiples aparatos con una cantidad mínima de espacio entre ellos.

Los aparatos fueron suministrados por PRG para la gira mundial, que en marzo pasará por Colombia, Perú, Chile, Argentina y Brasil. ■

Más información

ayrton.eu

[f](#) AyrtonDigital

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

BOSE ARRAY TOOL ASISTE EN EL DISEÑO ACÚSTICO DE SISTEMAS DE SONIDO

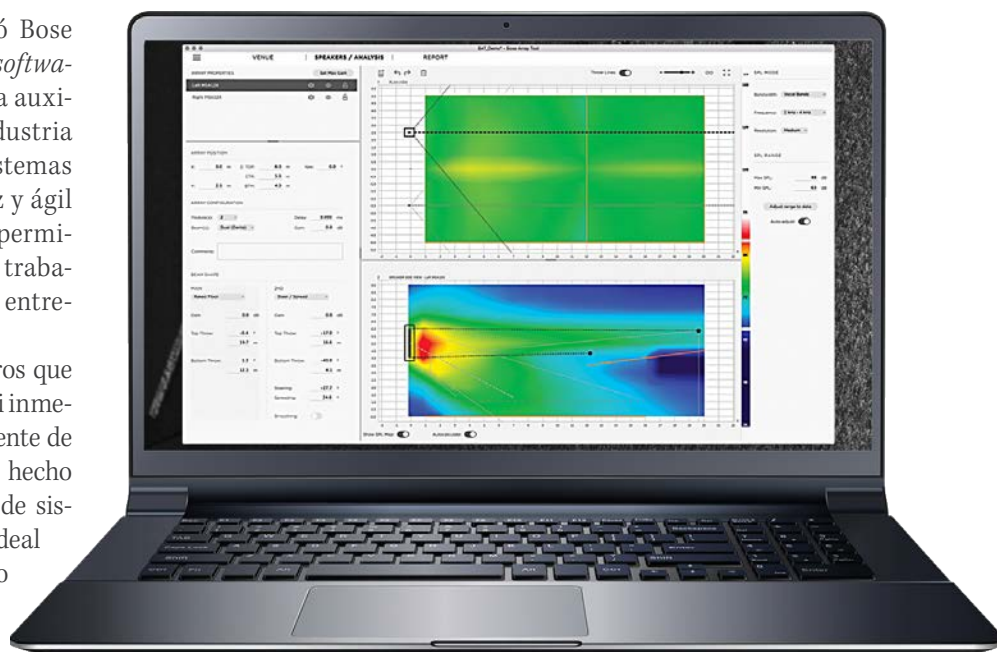
Nueva herramienta de software de Bose para asistir a los integradores de soluciones AV a diseñar sistemas acústicos en diversos espacios

Bose Professional lanzó Bose Array Tool, un nuevo *software* gratuito creado para auxiliar a los profesionales de la industria audiovisual en el diseño de sistemas de sonido. La intuitiva interfaz y ágil flujo de trabajo del programa permiten a los usuarios comenzar a trabajar de inmediato, con mínimo entrenamiento previo.

“Era importante para nosotros que la curva de aprendizaje fuera casi inmediata”, dijo Trevor Donarski, gerente de línea de producto de Bose. “Fue hecho para ayudar a los diseñadores de sistemas a identificar la posición ideal de los altavoces con un mínimo esfuerzo y en menos tiempo. Nuestra meta era diseñar una herramienta que fuese familiar y fácil de usar. Y construiremos a partir de esa simplicidad en cada actualización subsecuente”.

La solución Bose Array Tool ofrece control sobre distintas variables, como dimensiones del espacio, limitantes de presupuesto o modelo y ubicación de los altavoces. Gracias al motor de cálculo de campo-directo, los ingenieros a cargo del diseño sonoro pueden probar distintos modelos de altavoz, ubicaciones y formaciones hasta encontrar el arreglo que mejor se ajuste a las necesidades acústicas del recinto.

El software también incluye di-




versas herramientas de trazado para manipular dinámicamente la colocación de los altavoces y la superficie de los espacios, hasta obtener una visualización precisa y en tiempo casi real del efecto de cobertura que tendrá el sistema. La lista de equipo, *rigging* e información del arreglo pueden exportarse para llevar ese diseño virtual a la realidad.

“Sabemos que las estimaciones rápidas o hechas con poca información pueden representar varias horas de tiempo perdido para los diseñadores de sistemas”, agregó Donarski. “Bose Array Tool aminora esa carga, ya que

permite probar varias opciones de cobertura y SPL para un recinto con un presupuesto específico y entregar propuestas realmente veloces”.

La versión 1.0 del software incluye diseños basados en los altavoces Panaray MSA12X. Las versiones futuras añadirán soporte para otros modelos de altavoces de Bose.

Bose Array Tool ya está disponible para download gratuito. ■

Más información
bosepro.link/bat
 BoseProfessional

SISTEMAS MARTIN AUDIO EN EL CLUB NOCTURNO LYRA EN PERÚ

La empresa Prodjmedia fue la encargada de la instalación, que contiene elementos CDD y CSX de Martin Audio

Prodjmedia instaló un completo sistema de sistemas CDD y CSX de Martin Audio en el popular club nocturno Lyra, localizada en Lima, la capital del país. Fundado por Fernando Vidal y Arturo Dyer, Lyra presenta DJs locales e internacionales en su pista principal, además de una pista de baile y bar en la azotea. Como explica Renzo Silva, CEO de Prodjmedia: "Ellos querían crear un ambiente sin comprometer la calidad del sonido, así que la primera elección fue Martin Audio".

Según Renzo, el sistema de sonido incluye dos CDD15 con dos subs CSX218 en la pista de baile, cuatro CDD6 en el primer piso, cuatro CDD6 en el segundo piso y cuatro CDD6 y un sub CSX112 en el bar en la azotea. Las cajas están sien-



Sistemas de audio de Martin montados en la discoteca localizada en Lima



do potenciadas a través de amplificadores MA 2.8Q, MA3.0 y MA 5.2K también de Martin Audio. Un sistema de manejo de altoparlantes DX0.5 es usado para controlar el sonido en todos los espacios.

Al preguntar sobre la reacción de sus clientes respecto a Martin Audio, él dijo: "Les encanta el sistema CDD. Se sintieron sorprendidos y contentos con la calidad de las cajas, la potencia de los subs

y la calidad de audio en general. Los visitantes también están muy contentos con el sonido. Lyra es un club que no se puede comparar con ningún otro en Perú y los propietarios están pensando usar Martin Audio en otros proyectos futuros". ■

Más información
martin-audio.com

tasker TSK 301
Unshielded EVAC cable 2x1,00 mm²

tasker TSK 302
Unshielded EVAC cable 2x1,50 mm²

tasker TSK 303
Unshielded EVAC cable 2x2,50 mm²

Since 1977

tasker

...a project further...

NEW
FIRE SAFETY CABLES
2 HOURS UNDER
FIRE AT 850°C

Fiberglass Technology

EN50200 - PH120

TSK 201 **tasker**
Shielded EVAC cable 2x1,00 mm²

TSK 202 **tasker**
Shielded EVAC cable 2x1,50 mm²

TSK 203 **tasker**
Shielded EVAC cable 2x2,50 mm²

CPR
Free from CPR

THE BIGGEST RANGE OF AUDIO VIDEO BROADCAST

Audio Video Electronics Network Accessories

Visit our new site! www.tasker.it

Look at the catalogues available on www.tasker.it

Music Inside 2019 Rimini Hall C7 Stand 128

prolight+sound

Prolight + Sound 2019 Frankfurt Hall 8.0 Stand D81

ISE 2019 Amsterdam Hall 7 Stand W193

VISIT US!

LOOKING FOR DISTRIBUTOR info@tasker.it

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



LATIF ABRÃO JR.
 Presidente de ADVB
 (Asociación de los
 Dirigentes de Ventas y
 Marketing de Brasil)

CINCO PASOS ESENCIALES PARA LOGRAR LA EFICIENCIA EN LAS VENTAS

Estrategias, trabajo en equipo y entrenamiento son algunos factores que pueden ayudar a tu empresa a generar más ingresos. ¿Tus empleados están listos y capacitados para vender?

El área de ventas es fundamental en los negocios, ya que es por medio de ella que el emprendedor pone sus productos a prueba en el mercado y, consecuentemente, genera ingresos para que su empresa crezca y conquiste un buen posicionamiento en el mercado.

Con el fin de ayudar a los emprendedores interesados en alcanzar la eficiencia en ventas, el presidente de ADVB (Asociación de los Dirigentes de Ventas y Marketing de Brasil), Latif Abram Jr., seleccionó cinco consejos esenciales para los negocios.

1. Incluye las estrategias de venta en la planificación global de la empresa

Para Latif, una de las principales fallas que un emprendedor puede cometer es no dar la debida atención al área de ventas al inicio del negocio. Según él, en diversos casos, el emprendedor dedica una preocupación profunda a cuestiones importantes como el marketing o las finanzas a la hora de planificar las acciones de su empresa, pero trata al área de ventas como un aspecto a ser desarrollado a posteriori.

“Mi consejo para los nuevos emprendedores es: incluyan al área de ventas en la planificación global de sus negocios, evaluando cuál es el capital disponible para invertir en el sector y



Un plan de acción bien pensado es fundamental para el éxito

qué estrategias van a implementar para construir un equipo de ventas competente”, comenta Latif. “Y para aquellos que ya tienen una empresa en el mercado, la planificación, la validación y la revisión de las acciones de venta tienen que ser constantes, siempre con el foco en la mejora continua”, completa.

2. Enfócate en el trabajo en equipo

El presidente de ADVB resalta que cuanto más fuerte e integrado es el equipo de ventas, mayores son las posibilidades de la amplia-

ción de la gama de consumidores. Para ello, el gestor debe trabajar para profesionalizar al equipo encargado de las ventas y la conducción de los procesos del área, ya que, a partir del momento en que la empresa crece, tendrá problemas si desea concentrar todas las actividades.

Latif destaca: “Huyan de la trampa de contratar colaboradores sólo por amistad, indicación o inclusive parentesco. Vendedores son consultores especializados y necesitan estar aptos para desarrollar una función cuyo cotidiano está repleto de desafíos”.

3. Crea un programa de entrenamiento

Pocos factores son más perjudiciales para un departamento de ventas que la falta de entrenamiento y actualización. “Es fundamental subrayar que hay siempre algo a ser mejorado y aprendido. Además, los perfiles de consumo son dinámicos y el vendedor necesita estar preparado para los cambios del mercado”, explica Latif.

Entre los aspectos que deben ser siempre puntos de atención, el presidente de ADVB destaca la resiliencia de los vendedores; el conocimiento del negocio, de los productos y sus cambios y actualizaciones; la relación con los colaboradores y otros departamentos; técnicas de venta y enfoque del cliente; el entendimiento del mercado, del ambiente económico y social; además de la necesidad de invertir en la motivación del equipo continuamente.

4. Integra el equipo de ventas con las otras áreas de la empresa

“No hace mucho, era común un modelo de gestión excesivamente jerárquico que, de modo voluntario o no, acababa también segmentando demasiado las áreas de una empresa. Hoy en día es cada vez más común ver gestores que privilegian la integración y el diálogo entre los diversos departamentos de un negocio”, aclara Latif. Para él, este escenario sólo trae ganancias para los vendedores, considerando que, a partir de una visión holística de la empresa, ellos pueden absorber conocimientos valiosos de otras áreas y así favorecer la conquista de nuevos clientes y el crecimiento de la compañía como un todo.

“Un vendedor que, por ejemplo, amplía su know-how con conocimientos de marketing y atención, tiene muchas más posibilidades de convertir nuevas ventas que un profesional siempre preso a las mismas técnicas y visión”, declara.

5. Establece metas realistas pero desafiantes

De acuerdo con Latif, el gestor necesita definir metas realistas y claras para sus colaboradores. “Tales metas no pueden ser ni ilusorias, pues sólo dismantelará tu equipo; ni pautadas por una regla muy baja, pues puedes acomodar al equipo”, comenta. Él su-

braya que el empresario debe tener en mente que querer vender más no traduce una meta, sino un deseo vago. “Todos queremos vender más cuando administramos una empresa. Sin embargo, cuando afirmamos, por ejemplo, que nuestro objetivo es vender un porcentaje X más que el año pasado, ahí sí tenemos una meta concreta y mensurable”, finaliza. ■

LÍNEA
GROOV
— PROFESIONAL —

Bluetooth USB SD Card Radio FM

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

GR 15.2A BT
2 ALTAVOZES 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.

YouTube /FrahmOficial Facebook /FrahmOficial Instagram @FrahmOficial

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

FRAHM
Cajas Acústicas y Amplificadores



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.

UN VERANO DE ESPERANZA

Divertido cómo parece que ya he escrito este título antes. ¿Será un déjà vu?



Escribo esta columna en medio de panoramas políticos adversos en nuestra región. En algunos países ya hubo votaciones de nuevos gobiernos, en otros será durante este 2019. Al margen de la izquierda o de la derecha, nuestro mercado debe moverse y renovarse.

Somos los que habitan y viven del mercado de entretenimiento. Un universo sonoro en el que artistas, hombres de negocios y la audiencia se mezclan y sólo quieren un lugar bajo el sol.

Somos los que decidimos la dirección de nuestros negocios casi en paralelo con nuestras vidas. Somos aquellos

que encuentran sentimientos en el día a día mucho más allá de aquellos encontrados por académicos ortodoxos.

Somos diferentes porque amamos la música. Queremos oír cosas buenas (cada uno tiene su gusto) y entendemos cómo poder llevar la vida de manera más ligera. Somos entrenados para las crisis. Educados en disculpas y negativas, disciplinados en buscar los objetivos ante todo y todos.

Somos proveedores y consumidores. Somos un grupo pequeño de personas que influye en las generaciones y siempre tratado como superfluo en el camino al éxito. Pero formamos

parte de algo bueno.

Sin ideologías o paradigmas, tenemos la oportunidad de renovar nuestras posturas, creencias y objetivos bajo una óptica más real que la que el futuro nos cuestiona. Seamos positivos en la búsqueda de resultados y de la evolución de nuestro mercado. Seamos pacientes y precavidos en cuanto a lo que podrá venir, pero optimistas y seguros de que la música no muere.

Un grupo de personas que se preocupa por mantener viva la alegría de muchos. Agradezco por un año más y por los e-mails que siempre recibo. ¡Deseo a todos un 2019 de mucho éxito! Paz. ■

MEET ITALIAN EXCELLENCIES



DIGITAL
MAGAZINE
DOWNLOAD



ITALIAN MUSICAL INSTRUMENTS MANUFACTURERS
FROM MUSIC CHINA TO THE WORLD MARKET

www.bigboxmedia.it - info@bigboxmedia.it



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

¿QUÉ TAL UN POCO DE SIMPATÍA?

¡Atención: sonrisas y palabras amables pueden cambiar la apariencia de tu tienda!

Si estás buscando en Google el significado de simpatía encontrarás: afinidad moral, similitud en el sentir y el pensar que acerca a dos o más personas; la relación entre personas que, teniendo afinidades, se sienten espontáneamente atraídas entre sí. Ahora, si estudias el origen etimológico de simpatía encontrarás: “comunidad de sentimientos”.

¡Comunidad de sentimientos! Lindo, ¿no? ¿Eso no suena a música?

Tiene todo que ver con nuestra actividad, con nuestro sector y, principalmente, con las tiendas que venden sueños: ¡instrumentos musicales!

¿Por qué será entonces que entrar a una tienda de instrumentos musicales se ha convertido en una pesadilla?

No estoy hablando de la “clase” ya conocida de los vendedores, ¡no!

En el caso de que se trate de una persona que se encanta con guitarras, teclados, baterías, panderos, tambores, ukuleles... Para ese público, entrar a una tienda de instrumentos musicales hoy en día es desafiante.

Hay días de la semana que parece que estás entrando a una funeraria. Y, al entrar a la llamada “funeraria”, encuentras encima un vendedor que se “expresa” con un “Sea bienvenido”. ¡Ay Dios! ¿Por qué tanta antipatía y tanta mala voluntad?

Por extraño que parezca, hay tiendas



Sonrisa y palabras amables ayudan mucho a las ventas

Cambia tu cara y aumenta las ventas, amigo mío

que están entrenando a los vendedores para que no saluden a sus clientes. ¡Nadie más dice un “¡Hola, buen día!”.

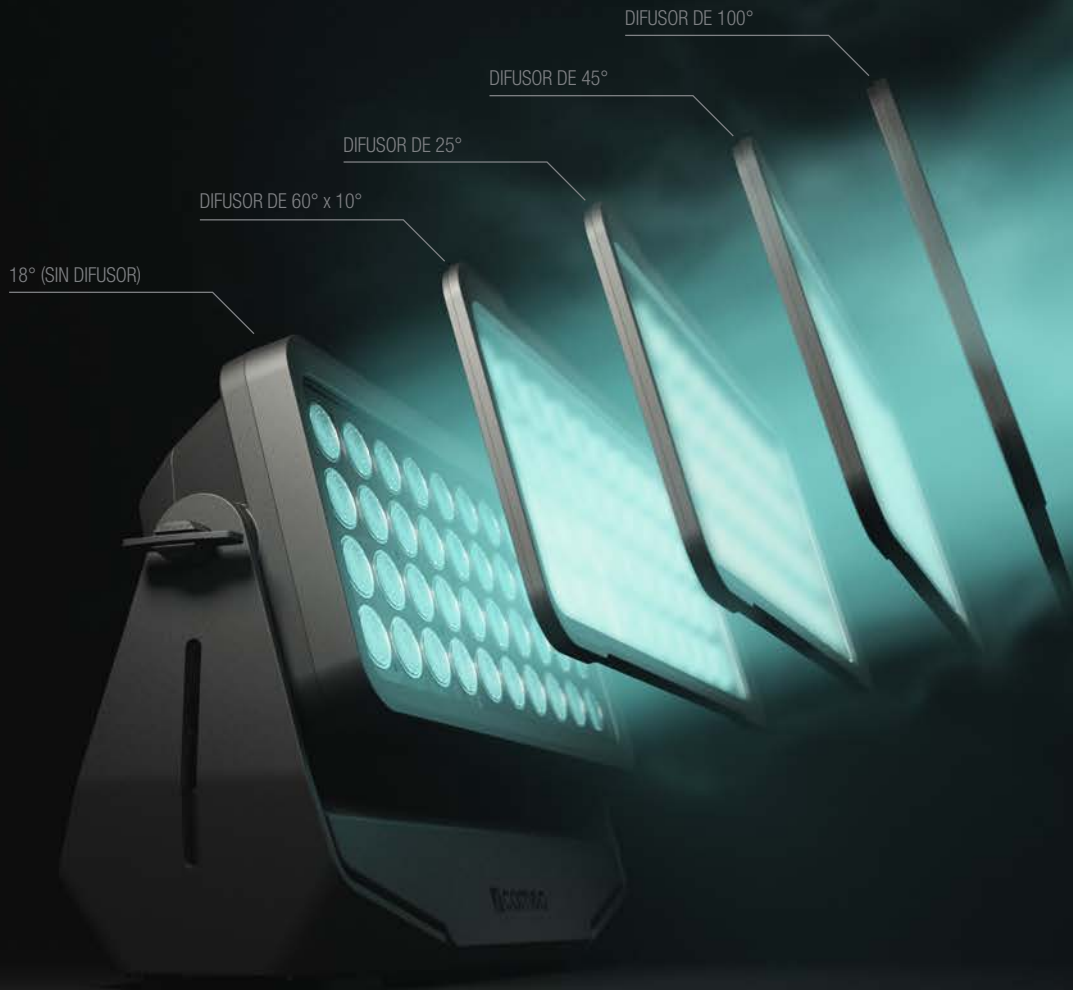
Por lo demás, no hay que decir nada; basta una sonrisa y la alegría del ambiente musical se enciende.

En algunas oportunidades es difícil

entrar a una tienda porque parece que hay gente tratando de que no entres, tamaño la mala cara de los vendedores. Cambia tu cara y aumenta las ventas, amigo mío. Tus problemas personales son sólo tuyos. Nadie tiene nada que ver con eso.

¡Y lo que estás vendiendo son sueños, emociones, el deseo de ser notado!

No podemos olvidar que nuestro negocio es la música. Y la música es sólo sensibilidad, alegría, revelación, realización y, sobre todo, simpatía. ■



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

NUEVOS EN EL MERCADO, LOS PRODUCTOS DE BAMBOO ESTÁN EN DESTAQUE

Con una línea importada de guitarras y ukeleles, Bamboo se posiciona entre las tiendas y usuarios del mercado local ofreciendo calidad y buen precio

Bamboo nace a principios de 2018, pero ya hacía un año sus fundadores habían comenzado a vender ukeleles y guitarras, vislumbrando la posibilidad de armar una marca e ir desarrollándola con todos los conocimientos y habilidades que poseían para poder lograr un producto de primera línea. “Todos los días nos proponemos algo nuevo para ir mejorando en cada ámbito y cada sector de la empresa”, contó Federico Leonardo Veleno, gerente de operaciones y uno de los fundadores junto a Pablo Martín Vazquez y Mariano Alexander Veleno.

La empresa — localizada en Buenos Aires, Argentina — fue creada pensando en las demandas actuales que tiene el público al que está enfocada, qué es lo que los usuarios buscan y necesitan y de esta manera brindarles algo a su medida. Bamboo se centra tanto en ukeleles como en guitarras acústicas “porque creemos y entendemos que es la última tendencia a nivel global”.

“Básicamente, decidimos no abrir mucho el espectro de productos y enfocarnos bien en lo que creemos que sabemos. Igualmente, como todo empezó a ir bien, tenemos en mente traer otros instrumentos y accesorios para 2019, como el ukebass, melódicas, afinadores y capodastros”, agregó Federico.



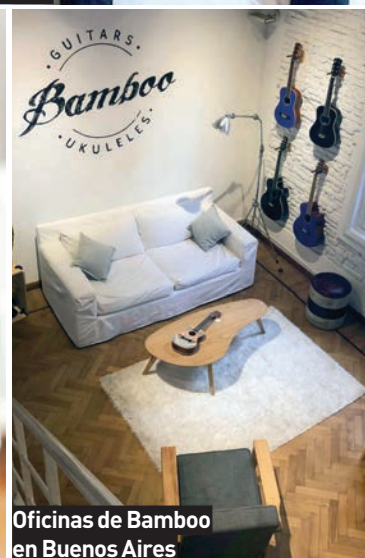
Los fundadores: Pablo Martín Vazquez, Federico Leonardo Veleno y Mariano Alexander Veleno



Guitarras y ukeleles con calidad y buen precio



Ukeleles con un toque especial



Oficinas de Bamboo en Buenos Aires



Espacio para probar los instrumentos

Líneas de productos

Hoy, Bamboo cuenta con una línea de estudio, una línea de diseño, una línea clásica y una línea profesional. Juntas, suman alrededor de 50 modelos entre ukeleles y guitarras, y para principios de este año están esperando 10 modelos más.

Como dicta la tendencia mundial, los ukeleles también están siendo más pedidos y usados en Argentina. “Es el instrumento que está marcando su etapa en la música, ya que es pequeño, fácil de transportar y de aprender”, dijo.

“Hoy en día el ukelele es el instrumento de consumo masivo en todas las casas de música, con lo cual nosotros, por precio y calidad, logramos posicionarnos de buena manera de cara al comercio y también al público final”, destacó.

Hablando sobre el comercio, la empresa está participando del mercado mediante tiendas que comercializan sus productos, y ya cuenta con más de 100 clientes distribuidos por todo el país.

“Proponemos mejor precio que el resto de las marcas, manteniendo un estándar de calidad muy bueno. Nuestros productos están entre un 20% o un 30%

más baratos que las demás marcas y la calidad es idéntica”, explicó Federico.

Muchos de los productos de Bamboo tienen un toque de diseño, que hace de sus ukeleles algo diferente. “Trabajamos arduamente para ofrecer algo distinto al cliente y que se sienta satisfecho con los modelos que pensamos para ellos”.

El mercado local

Federico nos contó que el país aún se encuentra en una situación difícil, donde es complicado planificar a largo plazo debido a los cambios constantes en la economía. Las ventas bajaron mucho en comparación a años anteriores y varios comercios están pasando por una etapa extremadamente desafiante.

“En líneas generales a nuestra empresa le fue bien en 2018. Tuvimos sobresaltos con las devaluaciones que se dieron, que no nos han dejado crecer como esperábamos, pero hemos podido resolver ciertas situaciones de buena manera. El plan para 2019 es ver si ya podemos lanzar la marca en el resto de Latinoamérica, para poder llegar a todos nuestros amigos del cono sur”, concluyó. ■

Más información

Bamboo

Año de creación: 2018

Sitio: hello-bamboo.com

@bamboo_arg



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.

STAY MUSIC CONQUISTA EL MUNDO

Stay Music, empresa brasileña de soportes para teclado, eleva su producción y facturación apostando en la exportación. ¿El secreto? Perseverancia, calidad y capacidad de aprender de los errores

Tradicional en el mercado brasileño, Stay Music revitalizó la empresa al apostar en la exportación como la única forma de aumentar su facturación en el medio de la crisis que asolaba al país en 2014. Como cualquier empresa que inicia un trabajo de comercio exterior, el cambio de la cultura interna sobre el concepto del producto, embalaje, proyección de costos y posicionamiento internacional fue el desafío que Alan Cavalheiri, director de la empresa, y Luis Carlos Alves, de la empresa Coex Import e Export, responsable de las ventas internacionales, tuvieron que enfrentar.

¿Cuándo Stay Music inició su proceso de exportación?

Alan: Stay hizo su primera exportación en 2014, al comienzo sin ninguna experiencia en el mercado externo. Fue una escuela para nosotros, pues aprendimos mucho con cada país y sus particularidades. La exigencia es mucho mayor y tuvimos que lidiar con eso. ¿El resultado? Evolucionamos mucho más en logística, producto y el modo de pensar desde entonces (últimos cuatro años) en comparación con 20 años trabajando solamente enfocados en un mercado (Brasil).



Stay cerrando convenio con Korg



Luis Carlos, de Coex Import e Export, y Alan Cavalheiri, de Stay Music

¿Qué tipos de pensamientos y creencias la empresa tenía antes de la exportación? ¿Cómo piensan ahora?

Alan: El principal pensamiento era el miedo y la ansiedad de exportar. Es un escenario completamente nuevo, haciendo que Stay tuviera que aprender a bailar de acuerdo con la música en 90% de las situaciones. Golpeamos muchas puertas hasta conseguir establecernos

con buenos distribuidores que pudieran representar bien nuestra visión y nuestra marca en todo el mundo. Pero aún tenemos mucho para crecer, y principalmente aprender. Si miras nuestro producto Tower de hace cuatro años y el de hoy, verás innumerables mejoras que fueron aplicadas gracias a esa experiencia en los diferentes

mercados y sus innovadoras visiones.

¿Cuáles fueron los desafíos de la empresa para ampliar las ventas en el mercado internacional?

Alan: Pasamos por diversos desafíos desde que entramos al mercado internacional. Hicimos muchas inversiones y asociaciones. Pero puedo afirmar que la mejor, sin duda, fue participar de fe-

rias, como NAMM Show, que nos proporcionó la oportunidad de colocar nuestra marca y productos al lado de gigantes del mercado, como Korg, y que hoy es nuestra distribuidora en Estados Unidos, Inglaterra y Japón. La inversión no ha sido pequeña, pero el resultado está llegando y ¡eso es maravilloso!

¿Cómo fue la noticia de la distribución de Stay Music por Korg?

Alan: Fue increíble, pues en las ferias siempre estuvimos cercanos a Korg y parecía un sueño distante estar ahí dentro y ver nuestros productos siendo presentados mundialmente por una empresa experimentada y renombrada en el mercado musical. Son socios que nos han ayudado mucho a evolucionar y aprender cada vez más.

¿Qué porcentaje de la facturación de la empresa representa la exportación actualmente?

Alan: En algunos meses la exportación representará hasta 80% de la facturación total de Stay. Pero hoy, en promedio, 50%. Esos números van a cambiar mucho, pues aún somos una marca nueva fuera de Brasil y hay mucho camino que recorrer.

¿Cómo fue la visita a Korg?

Alan: Increíble. Además de conocer de cerca la estructura y la logística, tuvimos la oportunidad de debatir muchas ideas prometedoras para el mercado musical en este año que comienza. Conocimos a los responsables de cada sector de la empresa e hicimos una re-


La inversión no ha sido pequeña, pero el resultado está llegando y ¡eso es maravilloso!

unión y almuerzo con el Sr. Seiki Kato, presidente de Korg. Stay también provee servicios además de los productos propios de soportes. Hicimos una reunión dedicada a ese asunto, mostrando de cerca nuestra capacidad de inyectar piezas de aluminio bajo presión, atendiendo a diversos productos de la línea Korg. Stay también hizo un workshop de entrenamiento sobre sus productos para el equipo de marketing, ingeniería y ventas de Korg.

¿Cómo está siendo el trabajo de la marca en Japón y cómo Korg trabaja con la marca en Estados Unidos?

Alan: En Japón, el trabajo está en fase inicial, pues las ventas comenzaron en el segundo semestre de 2018. Pero las ideas y proyectos son prometedoros, pues los productos han sido muy bien recibidos por allí. En Estados Unidos, Korg USA presentó los productos Stay durante NAMM 2018 (enero de 2018) y, desde entonces, ¡los resultados han sido muy buenos! Los productos están siendo muy bien aceptados y se están vendiendo rápidamente. En septiembre pasado, el Sr. James, de Korg USA, nos vino a visitar a Brasil con el propósito de conocer nuestra estructura y planear las acciones entre Korg y Stay para 2019. Montamos planes de acción también para el NAMM Show 2019. ¡Estén atentos! ■

Más información

Stay Music
Año de creación: 1998
Sitio: staymusic.com.br
 StayMusic.BR



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.

COTZUL SIRVE AL MERCADO CON MARCAS PROPIAS E INTERNACIONALES

Con una amplia trayectoria, la empresa posee hoy un abanico completo de productos para cada segmento del mercado, con marcas propias y representación de nombres internacionales

Telerepuesto nace en el año 1970, liderada por el Doctor en Jurisprudencia y ex embajador de Ecuador en Inglaterra, Alfredo Ledesma Malo, con sus cuatro hijos varones: Ángel, Xavier, Alfredo y Carlos Ledesma Ginatta. La visión era la de entrar en un nicho nuevo, que no era atendido por las tiendas de línea blanca ni línea marrón, como eran los repuestos electrónicos de radio y televisión; así como también accesorios, cables, conectores, multímetros, antenas, parlantes de reposición, micrófonos, adaptadores, amplificadores de sonorización, etc.

Como todo nuevo negocio, nada es fácil. A base de esfuerzo, persistencia y largas horas de trabajo, Telerepuesto fue creciendo. A partir de la década de 1990, la empresa entra con productos profesionales, como la marca Eminence en woofers y drivers, con la finalidad de poder atender el mercado de cajas profesionales. En aquel tiempo, las cajas pasivas ocupaban casi el 100% del mercado sonoro y se consideró a Eminence como el mejor exponente para ofrecer a los técnicos de sonido, artesanos de cajas pasivas, etc. Los socios decidieron abrir otra compañía para conseguir representaciones de marcas profesionales de audio, iluminación e instrumentos musicales, bajo el nombre Cotzul; y dejar Telerepuesto para importar las líneas de marca propia.

“A pesar de las muchas crisis económicas que ha atravesado Ecuador, gra-

cias al manejo administrativo ecuánime, honesto, ético y dedicado por parte del ingeniero Ángel Ledesma Ginatta, junto a su esposa María del Carmen Marriot Pérez, siempre se ha podido salir adelante”, comentó Ángel Ledesma Marriot, vicepresidente de mercadotecnia y ventas.

Las marcas

La empresa cuenta con una amplia variedad de marcas propias: England Sound, England Electronics, England Lighting, Hurakan, Acoustic y Bx, además de la representación en Ecuador de las marcas internacionales Eminence, AVL, Show, Klipsch, Denon, Control 4, Climb, SCP, JAMO, HEOS, SoundKing, Lumi Audio, ITC, y Optoma, entre otras.

También en el área de instrumentos musicales distribuye las marcas Encore para guitarras, Vic Firth en el área de baquetas, teclados Korg y baterías de la línea Premier. “No descartamos la idea de representar nuevas marcas de audio y video en el futuro. Las marcas que representamos, podemos decir con orgullo, que son líderes en sus segmentos. Las cajas amplificadas England Sound, gracias a su excelente calidad, pueden competir con cualquier caja de cualquier marca”, agregó Ángel.

Cotzul cuenta con una tienda de venta al público y está enfocándose cada vez más en la internacionalización de la distribución de sus marcas propias.

El trabajo con Eminence



Jorge Guillén Baquerizo, Ángel Daniel Ledesma Marriot, María del Carmen Marriot y Ángel Ledesma Ginatta

Entre las marcas representadas en el país, Cotzul cuenta con Eminence, proveyendo componentes de audio para diversas necesidades. “En mi opinión, esta marca está entre las mejores fábricas de subwoofers y drivers en el mundo de audio. Por algo la representamos desde inicios de la década de 1990”, comentó Ángel.

Él explicó que debido a las crisis económicas y el cambio de tendencia del mercado, la demanda de subwoofers y drivers ha bajado en Ecuador. “Antes la distribución de subwoofers y drivers era más fácil, ya que había muchos especialistas y artesanos que se dedicaban a confeccionar cajas pasivas. Hoy en día, la demanda se ha direccionado a buscar cajas amplificadas hechas y en consecuencia ha bajado la venta. No obstante, estamos permanentemente concentrados en aplicar diversas estrategias confidenciales para poder subir las ventas de Eminence”.

El segmento de audio en Ecuador

Los problemas políticos y económicos siempre afectan la economía de cualquier país. En el caso de Ecuador, el año más difícil ha sido 2016. “Desde finales del año 2014 y durante 2015 se quisieron implantar unas regulaciones INEM imposibles de cumplir, lo cual perjudicó gravemente las planificaciones de compra, ya que generó mucha incertidumbre”, contó. “En



Productos de sonido de fabricación propia



Personal en la tienda



Amplia variedad en Eminence

el año 2016, impusieron unas sobre-tasas terribles, muy altas, que terminaron de perjudicar nuestra estrategia de compra y venta. No obstante, desde finales del año 2015 se comenzaron a realizar ciertos contactos que dieron como resultado que a partir del año 2017 pudiéramos crecer a muy buen ritmo”.

A pesar de todo esto, el vicepresidente de mercadotecnia y ventas destacó algunas demandas que se están presentando en el mercado local. Principalmente los usuarios están buscando cajas amplificadas a buen precio, pero de excelente calidad y con garantía. “Es difícil muchas veces conjugar estos tres elementos. En dicho sentido, hemos desarrollado una línea de cajas amplificadas destinada a los profesionales del audio, que se llama DJ. Son cajas biamplificadas con sonido fino, con un precio bastante cómodo y con garantía puerta a puerta”, dijo. “En este punto nos diferenciamos de nuestra competencia, debido a que la mayoría cobra a los clientes el ingreso del producto a su taller técnico. En nuestro caso está incluido este servicio en el precio del producto gracias a nuestra amplia garantía posventa. Por otro lado, estamos confeccionando cajas pasivas line array con subwoofers y drivers Eminence, las cuales tienen muy buena aceptación. Nuestro objetivo es crecer en este proyecto”.

Organización interna

Cotzul cuenta con varios departamentos dentro de la empresa, dedicados a diferentes segmentos de productos, por ende la organización del equipo tiene que ser adecuada para atender a cada segmento y a las diferentes marcas bien.

El equipo gerencial de la empresa está conformado por tres ejecutivos que hacen compras: Ángel Ledesma Ginatta realiza las compras de las líneas de subwoofers, drivers, micrófonos, amplificadores, pedestales, reguladores de voltaje, antenas de exteriores, antenas para carro, multímetros, pegamentos, etc. además de ser el CEO de Cotzul; Ángel Ledesma Marriott realiza las compras de las líneas de cajas amplificadas, consolas, audio y video para instituciones y casas, etc. A parte dirige las ventas, mercadeo y plan de expansión de Cotzul; y Jorge Guillen realiza las compras de la línea de conectores, cables, accesorios, iluminación para DJ, instrumentos musicales, car audio, etc. “Nuestro personal técnico está altamente capacitado en el manejo de las diferentes marcas y productos que ofertamos, por lo que atendemos de manera integral al público”, agregó.

“Este año ha sido uno de los mejores años para Cotzul S.A y con seguridad vamos a seguir creciendo, ya que los clientes confían en nosotros, porque nuestro trabajo es ético”, concluyó Ángel. ■

Más información: Cotzul

Número de empleados: 45

Año de creación: 1970

Sitio: cotzul.com

Facebook: EnglandSound/Cotzul



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.

Instagram Facebook
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.

MUESTRA MÚSICA! PRESENTÓ MÁS CRECIMIENTO EN 2018

Con más de 180 expositores y 20.000 visitantes, la feria fue realizada los días 3 y 4 de noviembre en la ciudad de Buenos Aires



El equipo detrás de Muestra música!



Bamboo



Black Arrow



BSQ Effects



Celestion



Espacio para niños



Correas Tijuana



Custom Cases Handmade Products

Muestra música! tuvo su primera edición en el año 2009 en la ciudad de La Plata, con 38 expositores de todos los rubros, llenando la capacidad disponible en el predio en el que se realizó en ese momento. “Ya en esa primera edición quedaron varios potenciales expositores que querían participar en el próximo año, lo que se tradujo en un crecimiento natural en cada cita”, contó Nikanor González Bienes Aybar, miembro del equipo organizador de Muestra música! y vicepresidente de CAFIM (Cámara Argentina de Fabri-

cantes de Instrumentos Musicales de la República Argentina).

Luego de cinco ediciones y agotando capacidades año tras año en La Plata, en 2014 se tomó la decisión de mudarse a la Ciudad de Buenos Aires, multiplicando la convocatoria. El evento fue declarado como una de las entidades que promulgan y fortalecen la industria nacional de equipamiento musical. Dos años después deciden no depender del apoyo del gobierno local ni de ninguna situación política y comienzan a apostar 100% por la autogestión, iniciando un trabajo en con-

junto con la productora “Rocanol del país”. En 2017 deciden llevar la feria a uno de los principales centros de convenciones del país, La Rural. “Era una gran apuesta con cierto riesgo pero, gracias a un trabajo previo de más de un año, la feria dio un salto tanto en la convocatoria como en la propuesta que ofrecimos en términos de infraestructura y contenido”, contó.

La edición de 2018 contó con más de 180 expositores de todos los sectores de la industria musical y más de 20.000 visitantes. Nikanor da más detalles en esta entrevista.



Dedalo



Di Corato Luthier



Diliberto Luthier



DobleA Pedalboards



DS Pickups



El Virutero Escuela de Luthieria



Elpeñón Hardware



Escenario al aire libre



Espacio Work Show de Exosound



Focusrite-Novation



Frugoni & LHC Amps



G&L

¿Cuándo comienza CAFIM a participar de la muestra?

Nikanor: Paralelamente a la evolución de la feria gran cantidad de empresas de equipamiento musical comenzaron a forzar lazos. Muestra música! se convirtió en un espacio que favoreció al nexo y encuentro para dichas empresas. CAFIM fue fundada en el año 2012. Hoy, gracias a un trabajo realizado por sus miembros sin pausa durante estos años, CAFIM es la cámara más importante que representa al sector de fabricantes de equipamiento musical del país y participa de forma activa

dentro de la muestra. En 2014 tuvo su primer espacio institucional dentro de la feria y a partir de la edición del año 2017 CAFIM cuenta con un auditorio propio cuyo contenido es curado y producido en conjunto. Las propuestas que se desarrollan entre empresas de la cámara es un fenómeno muy interesante que celebramos y fomentamos. Por ejemplo, cada charla, workshop y demo de productos que se realizó dentro del auditorio, se hizo con la participación de varias empresas en simultáneo de forma complementaria y otro ejemplo muy interesante es el booth "Punto

Batero" que fue el espacio más grande en superficie de la feria y reunió a cinco empresas de CAFIM del rubro baterías: dbdrums, Solidrums, Tierrapiano, Elpeñón Hardware y Harmonic Stop. Para la edición 2019 CAFIM está preparando nuevas propuestas innovadoras además del auditorio.

¿Obtuvieron los resultados deseados, si bien la situación del país no es la mejor para el comercio?

Nikanor: Esta edición de 2018 a priori tenía un doble desafío. Por un lado, nuestra convicción que es siempre



Garro Guitars



Gustavo Versace Luthier



GYD Guitarras



Pedalboards Argentinas



Instrumentos Parker



Julio de Exosound



KWC Cables



Lamanta, Moble, Argie, Lake Pickups y Lojo Guitars



Maderas Del Vigo



Magic Music



Magma Music



Mary de Audio-Technica y Dama de Exosound



Medina Artigas



Memphis Guitars



Music Trader

redoblar la apuesta en términos de infraestructura y contenido año a año, y, por otro lado hacer frente a un contexto donde el país sigue sumergido en una fuerte crisis macroeconómica. Ya hoy con los resultados sobre la mesa, sin duda logramos con creces los objetivos proyectados, se aumentó de forma significativa la cantidad de empresas participantes y la asistencia del público aumentó un 45% respecto a la edición del año anterior.

¿Hubo más foco en las empresas de fabricación argentina que en las internacionales?

Nikanor: Si bien ahora la feria está abierta a todas las marcas internacionales, nuestra esencia es que los fabricantes locales tengan protagonismo. Para ello ofrecemos ciertos beneficios y no tenemos dudas que a través de nuestra feria damos el marco de promoción para el desarrollo de las empresas locales. Complementariamente estamos

muy contentos con los resultados ya que las empresas internacionales encuentran en Muestra música! un lugar para hacerse presentes dentro del calendario de ferias a nivel mundial.

En la edición 2018 tuvimos por primera vez rondas de negocios internacionales y se realizó una misión comercial inversa donde se trajeron compradores seleccionados de diferentes países de Latinoamérica. Esta acción se pudo llevar a cabo gracias al trabajo en



Musical House & Yamaha



Nigrelli Guitars



Orsi Luthier



Ovni Drum



Pedal Hole



Herle



Pick This



Rexvil



Raptor Cases

conjunto con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y CAFIM. Los resultados fueron muy positivos por lo que vamos a redoblar esfuerzos para la próxima edición.

¿Qué más hubo en la expo?

Nikanor: Muestra música! se ha convertido en un evento transversal para la industria musical. Si bien los protagonistas siguen siendo los fabricantes de equipamiento musical y salas de

prueba de productos, sumamos a la propuesta una grilla de shows en vivo estilo festival con un escenario al aire libre, dos auditorios (auditorio Mm! y auditorio CAFIM) con workshops, charlas, presentación y demos de producto. También se desarrollaron todos los contenidos de experiencia interactiva de "Workshow", feria de vinilos y, cabe desatar que, como tenemos ingreso gratuito para menores de 10 años, contamos con una propuesta

Liverpool
DRUMSTICKS

Calidad y Performance.

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

f Instagram



Salcedo Guitars



Santanera Luthier



Shener Amps



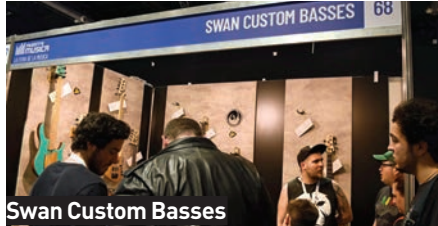
Sojak Electric Violins



Skull Percussion



So Ame Custom Guitars



Swan Custom Bases



Tangente Instrumentos



Tevelam y sus marcas



Tierrapiano Percusión



UDG Argentina



ZZ Percusión



Singletone Amplificación



Puelo Guitarras

pensada especialmente para niñas y niños, para que la feria se convierta en una paseo que incluya a toda la familia. La propuesta se completa con un espacio al aire libre con foodtrucks, parque matero y cervecero.

¿Qué otras empresas participaron de la organización?

Nikanor: Los organizadores de Muestra música! somos cuatro entusiastas de la industria musical: Juan Ignacio Burgos, Juan Martín Alfaro, Pablo Massa y yo. Realmente es un sueño hecho realidad lo que la feria está logrando y el poten-

cial de crecimiento que aún tiene. Con humor decimos que “somos como una banda de rock de la escena underground que ahora logró tocar en estadios”. Sin duda, el desafío ahora es mantener el nivel y seguir creciendo. Como mencioné anteriormente, la feria se hace en conjunto con la productora “Rocanol del país” y el equipo de “Workshow”.

¿Qué pasará en la edición 2019?

Nikanor: Ya comenzamos con el trabajo de producción para la próxima edición. Tenemos planeado hacer la feria en septiembre de 2019 nuevamente en

La Rural y vamos a ampliar el espacio destinado a la exposición. Desde el primer año hasta ahora, Muestra música! nunca dejó de crecer y eso es consecuencia de mucho planeamiento y trabajo. 2019 no será la excepción. ¡Además, ésta será la #10 por lo que ya estamos trabajando para que sea una verdadera celebración! ■

Más información

muestramusica.com

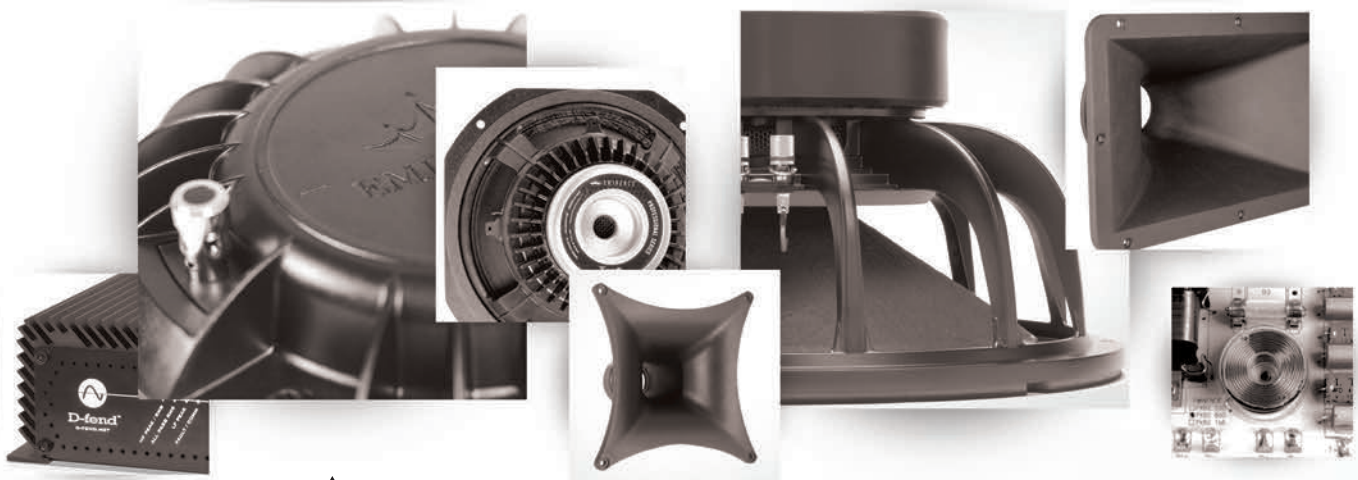
MuestraMúsica

@muestramusica



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/

NAMM SHOW PRESENTA SU CAMPUS PARA LA EDICIÓN 2019

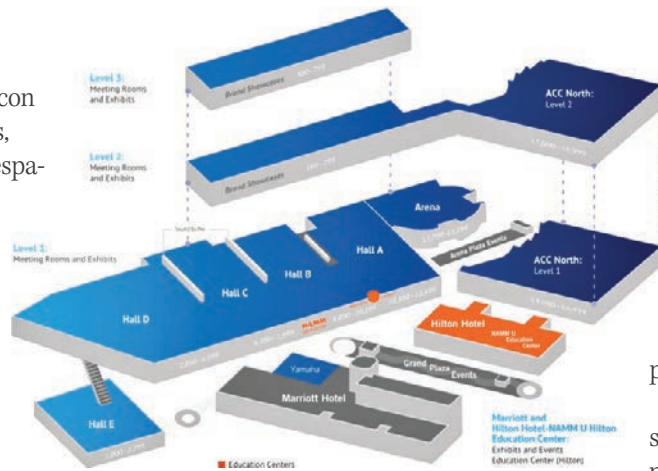
La feria está creciendo, en espacio, oferta educativa, expositores y segmentos de mercado, convirtiéndose en el punto de encuentro para los profesionales de nuestra industria

El campus de NAMM contendrá una vez más a las marcas más reconocidas en productos musicales, audio profesional, sonido en vivo, iluminación y tecnologías para el entretenimiento, junto con una serie de centros educativos, áreas para festivales, lounges, espacios de demo y reuniones.

Con la reciente expansión – recordemos que el predio donde se realiza el show todos los años, el Anaheim Convention Center, ha pasado por una remodelación ofreciendo más espacio a la feria – el show también presenta islas más amplias, más espacios para interconexión y opciones de gastronomía.

Múltiples categorías de productos se unen en The NAMM Show incluyendo instrumentos con trastes, percusión, cuerdas & arcos, metales, vientos, pianos, software y tecnologías para minoristas, creando un punto de encuentro ideal para tiendas, educadores y artistas.

The NAMM Show January 24/27 2019 california



Más allá de los instrumentos musicales, los profesionales de audio profesional, sonido y eventos en vivo pueden ver las últimas novedades en teclados y sintetizadores, audio pro, DJ, sonido en vivo y tecnología para eventos como también encontrarse con distribuidores y editoriales que trabajan en estas categorías.

Áreas especiales incluyen el Lounge 88, una galería de pianos y órganos; The Boutique Guitar Showcase, una colección conservada de algunos de los fabricantes de instrumentos boutique más finos del mundo; la nueva muestra Loudspeaker System Showcase en asociación con la revista Live Sound International Magazine; y Software.NAMM, la comunidad de software musical presentada por NAMM e IMSTA.

Muestras, eventos especiales, sesiones educativas y más estarán presentes en los pisos Levels 1-3, Halls A-E y Mezzanines A-D, el nuevo edificio ACC North, además de los hoteles Hilton y Marriott que rodean al Anaheim Convention Center. Un regreso en esta edición será el entretenimiento en vivo en cinco escenarios distribuidos por la feria, incluyendo al espacio recientemente agregado Arena Plaza Stage.

Como ya saben, NAMM Show reúne a todo el ecosistema de nuestra industria en un solo lugar, sirviendo como una plataforma de negocios y dando a los asistentes una oportunidad anual de crear vínculos con un grupo diverso de profesionales para descubrir, aprender y probar los más recientes productos, tendencias e ideas. ¿Nos vemos en Anaheim? ■

Web & App

Si estás pensando en viajar, puedes ingresar a la sección My Show Planner en el sitio de NAMM y empezar a programar qué harás y qué visitarás durante los días de la feria. Todo eso se sincronizará con la actualizada app para móvil que la feria pone a disposición de los visitantes.



Más información

namm.org/thenammshow/2019

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 Parnelli, 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

MUSIKMESSE Y PROLIGHT+SOUND PRETENDEN VOLVER A REUNIR A LOS PROFESIONALES DE TODO EL MUNDO

Las ferias vuelven a ser realizadas durante los mismos días, generando un punto de atracción para los fabricantes, tiendas y profesionales de todos los sectores de la industria

En entrevista con Michael Biwer, Group Show Director de Messe Frankfurt, empresa organizadora de ambas ferias en Alemania — entre tantas otras — cuenta sobre los cambios que los visitantes y expositores experimentarán en la edición de este año, que será realizada del 2 al 5 de abril, con una nueva secuencia de días — de martes a viernes — en Frankfurt.

Él destacó la importancia de que las ferias vuelvan a tener una plataforma estricta y profesional, pero al mismo tiempo se está implementando el sector Musikmesse Plaza dedicado al consumidor. Un espacio para que el consumidor pueda comprar y vender de todo, y trata sobre el estilo de vida musical, no sólo en el área de instrumentos o equipos profesionales, sino también cubre pósters, discos de vinilo, CDs, presentaciones musicales, entre otros.

También se hará más hincapié en los instrumentos vintage, con la presencia de instrumentos de Leo Fender y Gibson. “También nos estamos enfocando en la terapia musical, la educación musical en las escuelas, pues sabemos que, en el aspecto educativo, Europa es bastante complicada y tenemos que traer este tema y el de la terapia musical al mercado, así como los instrumentos que se pueden usar en esos sectores”, comentó.



Hablando sobre instrumentos particulares, Michael destacó: “Tenemos muchos músicos tocando world music con instrumentos que no se han visto antes, y por lo general no los ves tanto en las ferias. Tal vez puedes encontrarlos en NAMM, en Frankfurt, en China, pero sólo eso. Así que es algo que estamos tratando en este momento: cómo promover esos instrumentos en mercados en los que no han estado antes y cómo esto podría resultarles interesante a los músicos”.

En los pasillos de Musikmesse y Prolight+Sound se puede encontrar una amplia variedad de productos pero también se han implementado plataformas para tocar música, disfrutar y divertirse para que los visitantes se sientan más atraídos. “Queremos que la gente sienta que estas plataformas son excepcionales para el networking. No se trata sólo de mostrar productos, sino de networking y unir a personas de diferentes partes del mundo, ése es el significado de Musikmesse. Que todo aquel

que esté interesado en la música sienta que debe estar en el evento”, agregó.

En cuanto a Prolight+Sound, reconoció que ésta es una plataforma más fuerte y lo que hicieron para la próxima edición fue visualizar el futuro, ver cómo llevar a Prolight+Sound más allá en términos de negocios. “Implementamos tecnología inmersiva, la cual va muy bien porque se trata de audio 3D, nuevas tecnologías, realidad virtual, además de sistemas integrados”, explicó.

En conclusión, hablando sobre la localización física, los visitantes encontrarán a Musikmesse en el frente, las conferencias y eventos de ambas ferias en el medio y a Prolight+Sound en la parte posterior, tratando las áreas de iluminación para el entretenimiento, tecnología para el escenario, audio, entre otros. “Creo que esto es algo que necesitábamos hacer para unir el show y anunciar a todos sobre este concepto”, concluyó. ■

Más información
musikmesse.com
prolight-sound.com



Michael Biwer, Group Show Director de Messe Frankfurt

SABIAN.COM

LA EVOLUCIÓN DE HHX EVOLUTION

HHX EVOLUTION CRASH DE 19"
Un crash cálido y explosivo con
respuesta rápida y brillante y corte
y proyección aumentados.



HHX EVOLUTION RIDE DE 21"
Ataque definido y tonos bajos cálidos
en un ride brillante con excelente
habili-Crash.

NUEVOS HHX EVOLUTION

Extra delgados con sentido de lustre suave y ataque cristalino, los HHX Evolution han estado marcando el estándar en los platillos crash modernos desde 2002. Y ahora los bateristas buscando platillos más grandes pueden elegir entre un Crash de 19" o un Ride de 21"... con todas las características sonoras únicas que han hecho a la serie Evolution una de las líneas de platillos más icónicas y exitosas del planeta.



SABIAN.COM

PRODUCTOS

Audio-Technica

Micrófonos para batería y vocales

Audio-Technica ofrece varios paquetes nuevos de micrófonos orientados a bateristas y vocalistas. El paquete de micrófonos vocales ATM510PK ofrece tres micrófonos de mano dinámicos cardioideos ATM510. Paquetes de micrófonos para batería de la serie Pro: Pro-Drum4 incluye un micrófono dinámico hipercardiode Pro 25ax para bombo, un micrófono dinámico cardioide Pro 63 para snare, y dos de los nuevos micrófonos dinámicos cardioideos Pro 23 para toms, junto con dos soportes para batería y un estuche de transporte. El paquete Pro-Drum7 incluye un Pro 25ax, un Pro 63, dos PRO 23 y dos micrófonos de condensador cardioide AT2021 para aéreos/platillos, junto con tres soportes y un estuche de transporte. Paquetes de micrófonos para batería de la serie Artist: ATM-Drum4 incluye dos micrófonos dinámicos hipercardioides (ATM250 y ATM650) para bombo/snare, y dos micrófonos de condensador cardioide ATM450 para aéreos/platillos, así como un estuche de transporte. El paquete ATM-Drum7 incluye un ATM250, un ATM650, tres micrófonos dinámicos hipercardioides ATM230 para toms y dos ATM450, junto con tres soportes para batería y un estuche de transporte.



Contacto: audio-technica.com

Audix

M63 & M65

La empresa introdujo dos nuevos modelos a su línea de micrófonos para sonido instalado: el M63 boundary y el M65 desktop. El M63 usa la cápsula de condensador hipercardiode de la serie The Micros que yace sobre un sistema de suspensión shock-mount interno de patente pendiente. El M65 se presenta como una alternativa para el micrófono cuello de ganso tradicional, con la misma cápsula de condensador hipercardiode, construcción tubular rígida y recubrimiento niquelado negro.



Contacto: audixusa.com

QSC

Serie CP

La serie CP está compuesta por dos modelos de altavoces de 2 vías, el CP8 y el CP12. Ambos cuentan con un módulo de potencia Clase D de 1000 W, DSP preestablecido para las aplicaciones de refuerzo de sonido más comunes, y entradas de línea, micrófono/línea y estéreo de 3,5 mm. Cada uno también puede montarse en poste, utilizarse como monitor de piso o implementado en una instalación fija o temporaria. Los accesorios disponibles incluyen un bolso de transporte, una cubierta exterior y un montaje de yugo de conexión rápida.



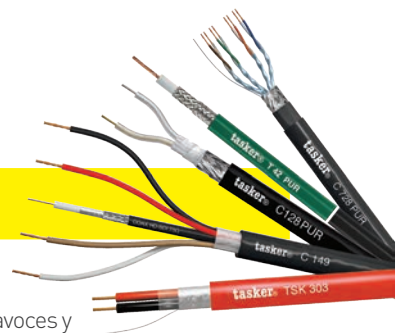
Contacto: qsc.com

Tasker

Cables para parques de atracciones

Tasker ha realizado una línea de cables resistentes, adecuados para instalaciones en exteriores. Para altavoces y micrófonos están los cables TSK303 Evac y C128 PUR. El primero tiene una sección de 2x2,50 mm² y una vaina de alta resistencia que también soporta fuego directo hasta por 2 horas; el segundo es un cable balanceado de 2x0,35 mm² extremadamente blindado con funda ignífuga y resistente al pisoteo, abrasión, agua y rayos UV. Para grabaciones, el cable coaxial HDSDI T42 PUR. Con tasker C149 L.S.Z.H. puede hacerse todo esto usando un solo cable. Para completar, un cable Cat.6 S/UTP se unió recientemente a la línea, el tasker C729 con las mismas características de revestimiento de los dos cables anteriores y la capacidad de mantener la transmisión de la señal durante dos horas bajo la llama directa y hasta una temperatura de 850°C.

Contacto: tasker.it



Celestion

Impulse Responses

Los altavoces Vintage 30, G12M Greenback y Celestion Blue ahora están disponibles en formato Two notes para usarse con el hardware Torpedo (Studio, Live, C.A.B), el altavoz y el motor de simulación de micrófono; y el entorno de software Wall of Sound (una versión DAW de Torpedo). Con el formato IR de Two notes, los usuarios ahora tienen acceso completo a todas las funciones disponibles de Wall of Sound. Éstas son todas las nuevas capturas Impulse Responses, siguiendo de cerca el protocolo de grabación IR de Two notes. Cada gabinete ha sido grabado con 8 micrófonos, y el usuario tiene la capacidad de moverse alrededor de cada micrófono en la sala virtual: un número casi ilimitado de IR generados por el formato exclusivo de Two notes.

Contacto: celestion.com



Meyer Sound

USW-210P

Elemento de graves para teatros, centros religiosos, salas de conferencia, home theatres y cualquier espacio que requiera actuación de baja frecuencia desde un subwoofer de bajo perfil. Sus drivers dobles de 12" extienden los graves hasta 30 Hz en un factor de forma angosto que cabe en espacios limitados, con un gabinete delgado hecho con madera de abedul y revestimiento negro texturizado con rejilla de acero. Trae como opcional la posibilidad de protección climática y colores personalizados. Puede ser instalado en horizontal, vertical o independiente.

Contacto: meyersound.com



Audio-Technica
Paquetes especiales

Orientados a podcasters, camarógrafos, live-streamers, YouTubers, entre otros. El paquete AT2005USBPK incluye un micrófono USB/XLR dinámico cardioide AT2005USB con audífonos ATH-M20x y brazo de soporte personalizado. El paquete AT2020PK incluye un micrófono de condensador cardioide AT2020, audífonos ATH-M20x y un brazo de soporte personalizado. El paquete AT2020USB+PK incluye un micrófono USB de condensador cardioide AT2020USB+, audífonos ATH-M20x y un brazo de soporte personalizado; mientras que el paquete AT2035PK incluye un micrófono de condensador cardioide AT2035, audífonos ATH-M20x, un brazo de soporte personalizado y un soporte antivibración.

Contacto: audio-technica.com



Seymour Duncan
Billy Gibbons
Red Devil Strat

Reconocido por su tono distintivo, Billy Gibbons nunca se ha limitado a una sola guitarra. Al necesitar recrear su legendario tono humbucker de 1959, pero en una pastilla single coil route del tamaño de una Strat, Billy llamó a La Maestra, Maricela "MJ" Juárez. De su conversación nació un nuevo set de pastillas. El set Red Devil para Strat presenta tres pastillas de viento con imanes Alnico 5 especialmente calibrados. El puente está enrollado como un P.A.F., mientras que el cuello y el medio repercuten un poco el calor. Construido a mano en la fábrica de Santa Bárbara, California, de Seymour Duncan.

Contacto: seymourduncan.com



Sabian
FRX

La serie FRX fue pensada para los bateristas que están cansados de que se les pida que se detengan porque sus platillos son demasiado ruidosos para la situación en la que están tocando. Sabian enfatiza que los FRX no son platillos de bajo volumen o de práctica, sino son para situaciones donde el volumen de platillos podría ser un desafío, por eso su nombre refleja el significado de "frecuencia reducida". Disponibles en Hats de 14", Crashes de 16" -17" -18" y Rides de 20" -21". Pensados en entornos que necesitan menor volumen como iglesias, bodas, conciertos corporativos, espacios pequeños, escuelas, musicales, cruceros, bateristas que cantan, ensayos de banda y más.

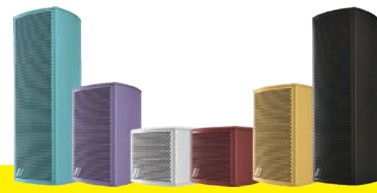
Contacto: sabian.com



DAS Audio
Quantum Series

Los modelos Q-3, Q-23 y Q-43 de tamaño 10.5 x 12.6 x 12.5 cm, 18.8 x 12.6 x 12.5 cm y 35.4 x 12.6 x 12.5 cm respectivamente, están fabricados con estructura de aluminio y se les puede incorporar el kit IP-54, cuando la instalación lo requiera. Disponibles en cualquier color del RAL (a partir de cierto número de unidades). Los modelos Q-10 (pasivo) y Q-10A (activo) son subwoofers con un rango de frecuencia de 40 Hz a 200 Hz, fabricados con contrachapado de abedul, disponibles en color blanco y negro. El procesador digital DSP-226 o los amplificadores IA en sus dos versiones (400 watts y 1000 watts) serán los aliados adecuados para la serie Quantum.

Contacto: dasaudio.com



Martin Guitar
Authentic Acoustic

Las cuerdas Authentic Acoustic son las cuerdas más avanzadas hasta la fecha de Martin Guitar. Authentic Acoustic SP Strings (con un cable central de mayor resistencia a la tracción, que ha sido laminado en las seis cuerdas para una mayor resistencia a la corrosión. Disponible en 80/20 Bronze y 92/8 Phosphor Bronze), Authentic Acoustic Marquis Silked (poseen un envoltorio de seda suave a los extremos de la bola para evitar el desgaste en el puente y la placa del puente mientras toca. Disponible en 80/20 Bronze y 92/8 Phosphor Bronze) y Authentic Acoustic Lifespan 2.0 (diseñadas utilizando una nueva tecnología patentada desarrollada para proteger el cable central y el cable enrollado para evitar la corrosión sin comprometer el tono. Disponible en 80/20 Bronze y 92/8 Phosphor Bronze).

Contacto: martinguitar.com



Cort
KX257B

La guitarra de siete cuerdas KX257B posee un cuerpo de caoba con una construcción atornillada, un mástil de arce, diapasón de jatoba y un puente rígido. También cuenta con pastillas EMG RetroActive Super 77, control de tono con un interruptor de volumen, tono y una palanca de tres vías. El acabado satinado negro mate se complementa con la nueva incrustación en diapasón de gotas de lluvia de Cort, diseñada específicamente para la KX257B. Los afinadores fundidos a presión y el hardware de níquel negro dan los toques finales.

Contacto: cortguitars.com



» PRODUCTOS

Zildjian

Uptown Ride

Este platillo se destaca por tener un tamaño pequeño con 18", considerándolo un ride de tamaño más pequeño que ofrece un sonido seco controlado con una definición de barra muy pronunciada. Con martillado extenso, superficie superior e inferior sin batar y acabado completamente sin pulir, el Uptown Ride proporciona un espectro completo de sonidos de platillos para música moderna con influencia electrónica.

Contacto: zildjian.com



Cort

Bajo GB54P Vintage-Style

Al igual que otros modelos de la serie GB, este homenaje al bajo clásico de estilo P es una opción adecuada para los bajistas que se inclinan por un aspecto más tradicional, pero aprecian las funciones y características modernas que mejoran el rendimiento general del instrumento. Las características vintage del GB54P comienzan con el cuerpo de aliso, una de las maderas de tono ideal para el bajo. El radio de diapasón de 9,45" de estilo vintage en el mástil de arce duro de 20 trastes (escala de 34") es una característica clásica para tocar con una sola nota o para cantar. Trae ancho de tuerca de 1.625" y nueva articulación ergonómica del cuello de Cort. Viene en acabado Sunburst de dos tonos o en Pearl Green de Sea Foam.

Contacto: cortguitars.com

Elation

Proteus Smarty Hybrid

El Proteus Smarty Hybrid es una versión con grado de protección IP65 del Smarty Hybrid con mezcla de color CMY. Es un aparato híbrido CMY compacto con grado de protección IP65. Cuenta con las mismas características y usa la misma lámpara Philips MSD Platinum FLEX 200 con promedio de vida de 6000 horas. La protección contra agua y polvo del Proteus Smarty Hybrid hace que esta luz pueda ser usada tanto en interiores como en exteriores. Entre sus características se encuentran movimiento rápido, zoom motorizado, mezcla CMY, 13 colores dicróicos, dos ruedas de gobo, superposición de prisma y filtro frost.

Contacto: elationlighting.com



Fender

Meteora: guitarra de edición limitada

Con su nueva forma asimétrica, la guitarra de edición limitada Meteora presenta un cuerpo de fresno, con terminación en laca de nitrocelulosa, permitiendo que el cuerpo respire con su tono real. También posee un mástil American Vintage Mid-60s "C" en forma de Jazzmaster; diapasón con radio de 9,5", pastilla Custom Shop estilo vintage en el puente y Custom Shop Twisted Tele en el mástil, además de un puente American Professional Tele con caballetes de bronce compensados y placa de mástil con micro-tilt de edición limitada. Sumado a los controles de volumen y tono master, se encuentra el selector de tres posiciones: Posición 1: Pastilla del puente, Posición 2: Pastillas de mástil y puente, Posición 3: Pastilla del mástil. Viene con estuche y certificado de autenticidad.

Contacto: fender.com



GLP

Impression S350

Aparato spot LED de tamaño mediano. Viene con sistema óptico que usa un motor LED blanco de 6000 K, dimming nuevo de 16 bit, algoritmo de dimming 3D y distribución de campo uniforme con proyección de imágenes. Por el lado de los colores, trae un sistema de mezcla CMY, con el soporte de una rueda de color fija con filtros de corrección. El control del haz se hace con un sistema de framing de cuatro cuchillas. Además trae rueda de animación, rueda de gobo rotatoria con siete posiciones más apertura y rueda de gobo fija con 10 posiciones, y prisma rotatorio.

Contacto: germanlightproducts.com



Elation

Artiste Picasso

Luminaria de grado teatral con nuevo motor LED blanco frío de 620 W combinado con sistema óptico avanzado para producir más de 23.000 lúmenes en total. Es silencioso para usar en aplicaciones sensibles al ruido y trae un paquete de características, que incluye zoom, framing, CMY, CTO, ruedas de gobo, animación, prismas y más, en un diseño compacto, apropiado para ambientes de escenarios de todo tipo.

Contacto: elationlighting.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

CONSEJOS PARA DESTACAR TU MARCA EN FERIAS Y EVENTOS DE 2019

Planear la decoración y estructura de stands, además de la comunicación de la marca, puede traer resultados más positivos en una exposición

La búsqueda por el aumento de networking y la divulgación de servicios son estrategias que cualquier marca va a explotar durante una participación en ferias y eventos corporativos. Pero, con el volumen de empresas presentes en el mismo lugar, hay que presentar diferenciales para destacarse. Willington Bekmer, director de FuturaIM, gráfica enfocada en web to print, trae algunos consejos para mejorar la exposición de las marcas en ferias y eventos.

¿Qué es importante pensar respecto al stand?

Explotar todo el potencial del espacio de los stands debe ser hecho con atención, pues es una manera de destacar lo mejor que la empresa tiene para ofrecer. La visibilidad de una empresa puede ser mayor cuando hay un stand bien estructurado, visualmente hermoso y organizado, además de materiales de divulgación bien hechos. Banners, paneles y lonas son tres productos muy utilizados en ferias, pues llaman fácilmente la atención de quien pasa por el stand, al mismo tiempo que comunican de forma práctica y directa. Aprovechar el espacio para dejar sitios, teléfonos y redes sociales a la vista también es una buena opción para destacar los contactos de la empresa.

¿Con qué debemos contar para comunicación y marketing promocional?

El flujo de personas en un evento es casi siempre grande. Por eso, contar con un equipo para distribuir la comunicación de la empresa puede ser una forma de ampliar el alcance de la marca. Carpetas especiales y folletos son

recursos ideales para divulgar información sobre la marca y promociones con condiciones exclusivas para los participantes de la feria, por ejemplo. Las tarjetas de visita son indispensables en ferias y no se pueden olvidar. Algo muy común es encontrar en los eventos salas en donde se realizan conferencias y talleres. Ésta puede ser una ocasión para explotar la divulgación de la marca, como colgar los materiales en las puertas e informar lo que está sucediendo desde el interior.

¿Los uniformes también son importantes?

Claro que sí. Cuando se trata de profesionales, los uniformes son piezas clave en los eventos. Además de que los posibles clientes puedan identificar a tus empleados rápidamente, el logo de la marca quedará expuesto durante todo el período que esté en el evento. Es decir, si los empleados participan de alguna conferencia, la marca estará siendo divulgada para un número mayor de personas.

¿Y los regalos?

Una forma de garantizar que tu empresa sea recordada después del evento es la entrega de regalos. Las mejores opciones para regalar a los clientes prospectos son: agendas, bolígrafos, cuadernos, tazas, calendarios y folletos, imanes de nevera, marcadores de páginas y mouse pads. Cuando se hacen de manera personalizada, la fijación de la marca ocurre de manera natural.

Por otro lado, tenemos el marketing digital.

¿Qué podemos hacer al respecto?

Tan importante como la comunicación off-line durante la feria es el marketing en los medios en línea, como redes sociales y los principales sitios de noticias del sector de actuación de cada negocio. Invertir en una buena comunicación en las redes sociales, crear eventos de tu marca para invitar clientes y prospectos, además de tener un boletín informativo son buenos consejos para tener un buen pre-evento y garantizar que la participación en la feria sea un éxito. Después de que el evento termine, es hora de dar seguimiento al networking realizado en la feria para que las oportunidades de negocio no se pierdan. Analiza los leads generados en el evento, haz contacto, agradece la presencia e inicia una relación. ■



¡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

CHATEAU WIND	chateau-wind.com • 23
CORT	cortguitars.com • 43
MARTIN GUITAR	martinguitar.com • 37
TWINS TRADE MUSIC CORP.	twinstrademusic.com • 82

Batería / Percusión

EVANS	evansdrumheads.com • 63
LIVERPOOL	drumsticksliverpool.com • 45, 69
ODERY DRUMS	odery.com • 4
PEACE DRUMS	peace-drums.com • 33
PROMARK	promark.com • 65
SABIAN	sabian.com • 75
TYCOON	tycoonpercussion.com • 41

Amplificadores / Audio Profesional

AUDIO-TECHNICA	audio-technica.com • 2
AUDIOCENTER	ac-pro.net • 49
AUDIX	audixusa.com • 79
B&C SPEAKERS	bcspeakers.com • 29
CELESTION	celestion.com • 5
D.A.S. AUDIO	dasaudio.com • 83
DB TECHNOLOGIES	dbtechnologies.com • 84
EMINENCE	eminence.com • 71
EROS	eros.com.br • 21
FANE	fane-international.com • 9

FBT	fbt.it • 3
FRAHM	frahm.com.br • 55
FISHMAN	fishman.com • 13
FOCUSRITE	focusrite.com • 27
JTS	jts.co.tw • 7
LD SYSTEMS	ld-systems.com • 46, 47
LEEM PRO AUDIO	leemusa.com • 25
PHONIC	phonic.com • 11
SHURE	shure.com • 19
STUDIO MASTER	studiomaster.com • 6
ZOOM	zoom-na.com • 81

Iluminación

CAMEO	cameolight.com • 59
ELATION	elationlighting.com • 17

Accesorios

D'ADDARIO	daddario.com/woodwinds • 61
MAGMA STRINGS	magmastrings.com • 31
MARTIN STRINGS	martinguitar.com/strings • 35
MEDINA ARTIGAS	medinaartigas.com.ar • 51
TASKER	tasker.it • 53

Ferias

NAMM SHOW	namm.org • 73
-----------------	---------------

Otros

BIG BOX MEDIA	bigboxmedia.it • 57
---------------------	---------------------

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