

MÚSICA & MERCADO

PROAUDIO & ILUMINACIÓN | INSTRUMENTOS MUSICALES | ENTERTAINMENT BUSINESS

James Laney CEO
de Headstock Group

Audix quiere más

El fabricante de micrófonos americano ya cuenta con varios distribuidores en la región pero está buscando ampliar su presencia y su red. Descubre todo en la **PÁG. 24**

SHG Gaitas renovada

La empresa de armónicas conocida como Hering ahora se llama SHG y trae muchos cambios en su imagen y estrategia. Conócelos aquí **PÁG. 30**

Sound with Soul

D.A.S Audio presenta nueva estrategia para reforzar su posición en el mercado con su "Sonido con Alma". **PÁG. 28**

NAMM Show

La feria americana volvió a sorprender con una edición llena de energía y novedades para el mercado. **PÁG. 60**

LANEY HACE CAMBIOS EN AMÉRICA LATINA

Headstock Group está formado por varias empresas y los amplificadores Laney son parte de él. Creado por el reconocido Lyndon Laney, hoy Headstock Group es encabezado por su hijo, James Laney. Conozca el legado, la historia y la visión de mercado de esta pequeña pero grande empresa familiar. **PÁG. 38**

Y MÁS: Elation, Elecom, Frugoni Guitars, Jim Dunlop, Samson, SHG Gaitas y ¡mucho 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.



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



RŨ-8011DB · RŨ-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 ũ 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

SECCIONES

10 EDITORIAL

12 UPDATE

14 ÚLTIMAS Noticias

54 BRASIL Sala Ibanez

56 PUERTO RICO Raquel Music Store

58 ECUADOR AudioPro
tiene nuevas marcas

68 PRODUCTOS

80 5 PREGUNTAS La nueva
era de la atención al cliente:
el consumidor 4.0

82 CONTACTOS

COLUMNISTAS

48 Un nuevo tiempo para soñar
por Joey Gross Brown

50 Estás preparado
para el nuevo ciclo?
por Luis Carlos Rigoh Uhlik

38 TAPA

Headstock Group

El CEO del grupo, James Laney, muestra en esta interesante entrevista la metodología de trabajo de la empresa y la fuerza motora por detrás de cada acción que realizan.



NOTAS

18 MUNDO DIGITAL 5 secretos que pocos realmente utilizan para tener éxito en Instagram

20 ILUMINACIÓN Luminaria Rayzor 760, de Elation, en el show de medio tiempo del Super Bowl

22 DISTRIBUCIÓN QSC designa a Brands on Stage para distribuir líneas de sonido en vivo en Latinoamérica

24 MERCADO Audix busca crecimiento en América Latina

28 ESTRATEGIA D.A.S Audio quiere renovar su imagen ante el mercado

30 GESTIÓN SHG Gaitas presenta su nueva identidad

34 EMPRESA Elecom presenta las marcas que distribuye y sus OEM

44 EVENTO PK Sound de fiesta en el Electric Daisy Carnival México 2019 de Insomniac

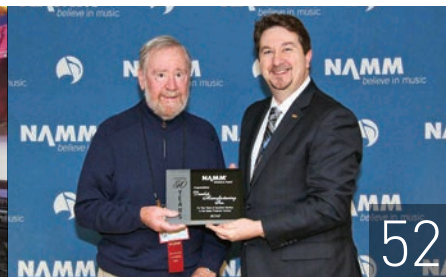
46 HANDMADE Frugoni Guitars, a mano y con detalles en destaque

52 BIOGRAFÍA Recordando a Jim Dunlop

60 FERIA NAMM Show 2019: toda la acción para un nuevo año de negocios

66 FERIA Novedades para Musikmesse & Prolight+Sound

78 DISTRIBUCIÓN Samson Technologies nombra a QuickEasy como nuevo distribuidor en Brasil



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

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

Síguenos: twitter.com/musicaemercado

Socios Estratégicos/Strategic Partners

NAMM

secartys

musikmesse

music
CHINA

palm

CMIA



DANIEL A. NEVES

CEO & PUBLISHER



“Los consumidores modernos pueden identificarse con la siguiente fórmula: yo soy = lo que tengo y lo que consumo”.

— Erich Fromm*

DÍGALE SÍ AL PRECIO MÍNIMO ANUNCIADO

Sí, amigos. El mercado está cambiando y quien no se prepare, puede comenzar a hacer sus maletas. La cuestión no es solamente el quiebre del sistema por el mercado digital, sino el propio comportamiento del consumidor.

La cultura digital dio acceso a información que antes se basaba en las tiendas y en el “boca a boca”. El consumidor compara precios, cuotas, entrega, atención, calidad y hasta analiza su tienda según los resultados en Google. ¿Recuerdas aquel tiempo en el que cada tienda colocaba el margen que creía adecuado? Aún puedes colocar un precio tan alto como desees, pero sufrirás las consecuencias. Internet nivela, revela y le dice al consumidor el valor promedio del producto.

Estamos viendo dos contrastes. El primero son las tiendas que actúan como si el consumidor no estuviera conectado. Éstas están perdiendo ventas y no saben de dónde. Pero ese consumidor está comprando online, a una tienda de la ciudad vecina o del otro lado del país, pues ofrece un precio mejor. El segundo tipo de tienda es aquel que está colocando el precio por el piso, comprando con descuento y derrumbando el mercado. Esas tiendas están ganando en giro, alegrando a los proveedores, pero creando una grieta en el sector.

Pueden decir lo que quieran, pero la principal solución está en los proveedores y en cómo ellos coordinan la política de precios para canales diferentes y en las tiendas que aceptaron la política de precio mínimo anunciado – una tabla nacional con los valores mínimos a ser practicados, como existe en Estados Unidos.

El mercado necesita de sentido común. Quien tenga un poco, que levante la mano.

DANIEL NEVES

CEO & PUBLISHER DE MÚSICA & MERCADO

TWITTER/DANIEL_NEVES

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

* Erich Fromm (1900-1980). Psicoanalista alemán, filósofo y sociólogo.

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



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

PHONIC
WWW.PHONIC.COM

COVER STORY: HEADSTOCK GROUP

Headstock Group has a rich history and legacy. Created by Lyndon Laney, the group is formed by two distribution companies (Headstock GBI and Headstock EU) plus two well-known names in the audio and amplification segments, HH Electronics and Laney Amplification. After Lyndon's retirement, his son, James, became the company's CEO. "The future is about creating and designing products that people want", he said. Learn more on **PAGE 38**



COMPANY: ELECOM HAS OEM BRANDS AND INTERNATIONAL DISTRIBUTION IN ARGENTINA

The company has more than 40 years of experience both in manufacturing and selling products and distributing international brands in the country. Which are them? We show you on **PAGE 34**



DISTRIBUTION: QSC NAMES BRANDS ON STAGE TO DISTRIBUTE LIVE SOUND LINES IN LATIN AMERICA

The audio company QSC announced a new distributor for several countries in the region: Brands on Stage, which will be responsible for working with the Live Sound vertical of the brand. **PAGE 22**



MARKET: AUDIX WANTS TO GROW IN THE REGION

American microphone brand is already acting in several Latin American countries and continues working to grow its brand awareness and take products to more user with more distributors and specialized training. **PAGE 24**

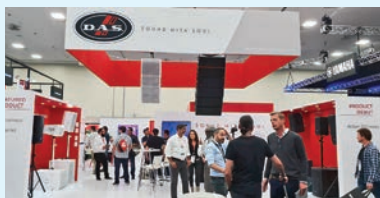
MANAGEMENT: SHG GAITAS HAS A NEW IDENTITY

Hering is now SHG! The harmonicas manufacturer is doing many changes, not only with a new nome but a new production line and strategies. Learn more on **PAGE 30**



STRATEGY: D.A.S AUDIO PRESENTS ITS SOUND WITH SOUL

With different actions developed over the last years, the Spanish company presents its new "Sound with Soul" strategy, reflecting all the company is doing to provide users with more products and new technologies. **PAGE 28**



HANDMADE: FRUGONI GUITARS CREATES CUSTOMIZED AND HIGHLY DETAILED INSTRUMENTS

Argentinian luthier Francisco Frugoni has already made several guitar models that are divided in three product lines. Read more in this article. **PAGE 36**

TRADE SHOW: NAMM SHOW 2019

Yes, lots of new products, education, conferences, live shows but the most important thing this year was the positive business vibe all over the show floor! A few pages are not enough to show you all but we'll try! **PAGE 60**



LIGHTING: SUPER BOWL HALFTIME SHOW WITH ELATION RAYZOR 760

Elation's new Rayzor 760 LED wash/beam light played an integral role on the American football championship's celebrated halftime show. Watch the result here! **PAGE 20**





La línea de amplificadores acústicos más vendida

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

Para más información, visita fishman.com



FISHMAN[®]
Inspired Performance Technology™

*MI Sales Track

ÚLTIMAS

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

AUDIO

INTERNACIONAL

Palmer debuta su nueva identidad de marca

Palmer, la marca de herramientas de audio, reorienta sus actividades y se presenta con una nueva imagen. En la feria NAMM Show 2019, Adam Hall Group expuso los nuevos productos de Palmer que llevan por primera vez la imagen renovada de la marca, representando ahora una sola filosofía, una sola marca. Anteriormente, los productos de la marca se dividían en dos ámbitos: Palmer Musical Instruments para guitarristas y bajistas y Palmer Audio Tools para técnicos de sonido profesionales. Sin embargo, las afinidades significativas entre los grupos a los que van dirigidos estos productos han traído consigo la fusión de ambos ámbitos bajo la marca Palmer. Un paso firme y claro que en el futuro se reflejará también en forma de una cartera de productos actualizada y simplificada. El cambio de imagen de la marca incluye un lenguaje de diseño general para todos sus nuevos productos que transmite modernidad y a la vez representa el enfoque cálido, personal y orientado a los usuarios de la marca. Así, el logotipo modernizado sigue mostrando las emblemáticas palmeras y los familiares caracteres en estilo retro de los años sesenta y setenta, pero da la impresión de ser mucho más actual y limpio gracias a un diseño visualmente más plano. Al mismo tiempo, el nuevo lema de la marca "PALMER – Be true to your sound" y la actualización de su sitio web y de su presencia publicitaria ponen en primer plano las necesidades de los usuarios.



INTERNACIONAL

Los 20 años de Prodipe

Para celebrar su cumpleaños, Prodipe lanza dos nuevos productos: el amplificador Natural 6, realizado por completo en madera e ideal para amplificar instrumentos como guitarra, teclado, batería electrónica, caja de ritmos y micrófono; y el micrófono VL21-C Lanen que es la versión cardioide del VL21 Lanen, diseñado para violines y altos y puede ser usado en versión inalámbrica con los sistemas Prodipe UHF B210 Solo o UHF B210 Duo.



ARGENTINA/URUGUAY

Equaphon distribuye Wavetool



Equaphon anunció la incorporación de Wavetool a su grupo de marcas premium y ya comenzó su distribución en el mercado de sonido profesional en Argentina y Uruguay. Wavetool es una aplicación profesional de monitoreo que permite a los ingenieros de audio detectar rápidamente micrófonos con problemas de transmisión, batería baja o sin señal. Su algoritmo SCP ayuda a encontrar ruidos extraños en sus fuentes antes de que puedan escucharse en la mezcla. La reproducción instantánea permite escuchar el historial y examinarlos a través de un dispositivo iOS, con la aplicación Wavetool Remote. Compatible con diferentes marcas de micrófonos, esta herramienta reúne sus funciones de monitoreo de radio bajo un mismo techo, con la integración de los receptores de RF más utilizados. Junto con el complemento de chat, la comunicación de los problemas del transmisor entre el escenario y el FOH se convierte en una tarea más fácil.

INTERNACIONAL

Adamson nombra a Marc Bertrand como CEO



Adamson Systems Engineering anunció el nombramiento del veterano de la industria del audio profesional Marc Bertrand como su director ejecutivo. Bertrand liderará las operaciones globales de Adamson desde su sede en Port Perry, Ontario, mientras el fundador de la compañía Brock Adamson asume el cargo de presidente. Bertrand pasó una década en Tannoy North America a partir de mediados de la década de 1990, y finalmente se desempeñó como director ejecutivo durante cinco años. Luego, en 2009, se convirtió en CEO de TC Group Americas, supervisando un catálogo de marcas que incluyen Tannoy, TC Electronic, Lab.gruppen, Lake y otras hasta 2016. Después de su tiempo con TC Group Americas, Marc Bertrand asumió un rol de asesor con Adamson antes de unirse formalmente a la compañía en noviembre de 2017 como director general de las Américas. En su nuevo cargo, Marc Bertrand planea continuar construyendo la marca Adamson en el mercado de América del Norte, mientras mantiene su presencia en Europa y respalda su creciente posición en el mercado de Asia y el Pacífico.



INTERNACIONAL

Lanzamiento de FBT en el mercado norteamericano

Si bien fueron lanzados en Europa el año pasado, NAMM Show tuvo la presencia en América del Norte de varios productos de la empresa por primera vez. Ellos son el sistema Horizon VHA (Vertical Horizontal Array), compuesto por el módulo VHA406A full-range (600W + 300W – 133 dB SPL), y dos módulos de 12" (VHA112SA) y 18" (VHA118SA). El VHA406A consiste de cuatro woofers de 6,5" y un driver de compresión de neodimio de 1,4" con bobina de voz de 2,5" y una guía de onda central con dispersión horizontal de 90° y vertical de 20°.

INTERNACIONAL

Shure anuncia concurso Drum Mastery 2019

Shure convoca a héroes del ritmo y percusionistas talentosos a participar en la nueva competencia de la compañía, "Drum Mastery 2019" el Concurso de Batería de Shure. Se invita a participar a bateristas independientes elegibles de 44 países alrededor del mundo. El ganador del gran premio recibirá un viaje con todos los gastos pagos a Londres, talleres en los Estudios Metropolis y equipos de Shure valorados en aproximadamente 5.000 dólares. Puedes acceder a las reglas oficiales en drum-mastery.shure.com e informarte de todos los requisitos.



INTERNACIONAL

QSC estrenó Play Out Loud

QSC presentó su campaña mundial, Play Out Loud, que es una expresión de la dedicación de la compañía para inculcar a artistas e intérpretes la confianza de conectarse con entusiasmo y pasión con sus audiencias. "Una gran actuación en vivo puede ser transformadora para los artistas y las audiencias por igual. Hay pocas experiencias humanas que puedan compararse con estos preciosos momentos que nos impactan simultáneamente en múltiples niveles emocionales, cognitivos y sensoriales al mismo tiempo que nos infunden recuerdos que duran toda la vida", explicó Ray van Straten, director ejecutivo de marketing mundial de QSC, división Live Sound. En el futuro, los clientes y seguidores de QSC Live Sound pueden esperar ver mensajes de Play Out Loud en los diferentes esfuerzos de marketing de la compañía.



ILUMINACIÓN

INTERNACIONAL

Adiós a Fred Foster de ETC

El cofundador y CEO de la empresa de iluminación ETC, Fred Foster, falleció el 8 de febrero de 2019 a la edad de 61 años. Fue diagnosticado con cáncer en 2015 y libró una valiente batalla que duró años más de lo que se había proyectado originalmente. Foster deja atrás el legado de una compañía que ha impactado al mundo teatral de muchas maneras. Le sobreviven su esposa Susan y sus dos hijos, Kate y James, que actualmente trabajan en ETC.



ESPAÑA

Ghibli de Ayrton en los musicales más populares de España

Actualmente, Madrid es sede de algunos de los espectáculos musicales más grandes y famosos de Broadway, en los que las luminarias Ghibli de Ayrton ofrecen su brillo y color. Se han incorporado alrededor de 22 unidades de la cabeza móvil Ghibli en el musical West Side Story en el Teatro Calderón de Madrid, con diseño de iluminación de Carlos Torrijos y Juan Gómez Cornejo, con producción de iluminación de Proyect-Arte. En otro lugar de la ciudad, El Médico, el nuevo musical basado en el libro de Noah Gordon, brilla en el Teatro Nuevo Apolo bajo un total de 17 luminarias Ghibli. Stonex es el distribuidor oficial de Ayrton en España.

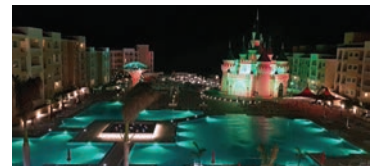


Foto de Nacho Arias: El Médico

ESPAÑA

El Resort Fantasía de Tenerife se ilumina con SGM

Para la iluminación del Resort Fantasía, la compañía Capicua colaboró de cerca con el proveedor audiovisual, Power AV para suministrar los más de 60 productos empleados. "Elegimos SGM por su resistencia a la intemperie y gama de productos con varias ópticas que se pueden ajustar a cualquier distancia", explicó Manuel Vicente Calderón de Power AV, quien eligió las luminarias basado en cálculos realizados junto con el gerente de producto de SGM, Ben Díaz. Este hotel también presenta una reproducción del árbol Drago Milenario, una atracción popular en Tenerife y un símbolo de las Islas Canarias. "Utilizamos el POI P-2 de SGM a 21° para ajustar los detalles en la parte superior del castillo, y el POI Q-7 en todos los niveles del castillo, así como la parte superior del Drago Milenario donde hay una corta distancia", contó Manuel. También han sido usadas luces P-5 POI, G-4 Wash POI y G-Profile Turbo POI.



INSTRUMENTOS

INTERNACIONAL

Electro-Harmonix batalla contra los piratas

Recientemente la compañía ha estado luchando contra los piratas chinos por el software de EHX. Shenzhen Mooer Audio Co., Ltd., un fabricante y comercializador chino de pedales de efectos electrónicos, infringió notoriamente en el software con derechos de autor de EHX. Dos de los pedales de efectos de Mooer, un simulador de órgano llamado “Mooorgan” y un pedal de octava llamado “Tender Octaver” incluían copias exactas del software compilado incluido en los pedales C9 Organ Machine y Micro POG de EHX. La infracción fue tan descarada que Shenzhen Mooer copió audazmente el aviso de copyright de Electro-Harmonix en el software que alimenta al C9 y al Micro POG. Después de tomar conciencia de esta piratería, EHX contrató a un abogado y buscó un recurso de manera agresiva. El presidente de EHX, Mike Matthews, declaró: “Electro-Harmonix ha ganado exitosamente batallas con delincuentes laborales en los Estados Unidos y mafiosos despiadados en Rusia. Después de casi dos años de lucha, los tribunales chinos han otorgado a la compañía un juicio de casi seis figuras. ¡Nuestra victoria ahora está completa y estos piratas han caminado por la borda!”



INTERNACIONAL

Fender adquiere Bigsby

A inicios de enero, Fender Musical Instruments Corp (FMIC) anunció la adquisición de la marca Bigsby y sus activos de Fred Gretsch Enterprises. La familia Gretsch y FMIC tienen una relación de largo tiempo y se han asociado para garantizar que la transición del negocio sea fácil. “Estamos entusiasmados por adquirir la marca Bigsby y agregarla a nuestro estimado portafolio de marcas especializadas”, dijo Jeff Cary, vicepresidente senior de FMIC Specialty Brands. “Fred y Dinah Gretsch han sido dueños maravillosos y esperamos trabajar con ellos para asegurar una transición sin problemas”. Bigsby continuará funcionando como un negocio independiente bajo las marcas especializadas de FMIC. Los pedidos, consultas o preguntas deben dirigirse a Jeff Krause (JKrause@fender.com), quien dirigirá el negocio fuera de la oficina de FMIC en Scottsdale, Arizona.



INTERNACIONAL

Latin Percussion celebra su 55º aniversario

LP conmemora más de medio siglo con el lanzamiento del set Edición Limitada 55 Aniversario Quinto, Conga y Tumba, junto con Bongos. Las carcassas ultraligeras están fabricadas con pino de Nueva Zelanda. La madera se trata utilizando un proceso que literalmente la quema con un soplete para resaltar y realzar el grano natural de la madera. Luego, las carcassas se acentúan con un acabado de laca Candy Black Fade. Los tambores, que se venden en un set de 3, se complementan con el hardware revestido en níquel negro de LP y las monturas patentadas Top Tuning Comfort Curve II. Cada tambor cuenta con un distintivo del 55º aniversario.



INTERNACIONAL

Ludwig celebra sus 110º años

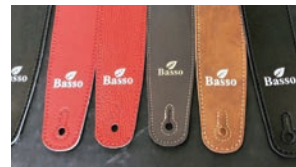
En conmemoración de su 110º aniversario, la empresa lanzó dos kits de edición limitada y snares de aniversario. El Legacy Mahogany Kit está disponible en tamaños de 20,12 y 14 y sólo habrá 20 piezas en todo el mundo. El Legacy Mahogany Van Buren lleva su nombre por el primer showroom de Ludwig en Chicago y vienen en tamaños de Pro Beat (24,13 y 16). El Ludwig Black Beauty es el snare más respetado de la empresa y para el aniversario Ludwig lanzó un modelo en su forma original. Disponible en 14x5” y 14x6.5”. También nuevos son el Heirloom Black Brass Anniversary Snare, disponible en 14x5.5” y 14x7”, y los Aged Exotic Avodire con 10 capas de arce.



BRASIL

Basso Straps presentó la ECOSTRAP en NAMM

Basso Straps participó en el NAMM Show y lanzó ECOSTRAP, una correa reciclable para guitarra, en Estados Unidos. Hecha a partir de material sintético laminado, no animal, el producto es 100% libre de ftalatos, una clase de sustancias químicas agregadas a una serie de productos comunes de consumo, desde productos de limpieza y embalajes hasta cosméticos y artículos de higiene personal. La ECOSTRAP posee las mismas características de confort, seguridad y diseño de las tradicionales correas de cuero que popularizaron a la marca en el medio musical.



ACCESORIOS

INTERNACIONAL

Tasker presenta gama de cables coaxiales

Desde que SMPTE estandarizó la interfase digital en serie (SDI) en 1989, ha habido avances en la resolución y calidad de las transmisiones de video, y la gama de cables coaxiales es parte de esto. Hablando sobre el estándar 3G-SDI, el tasker TSK1078 L.S.Z.H., un cable coaxial con doble blindaje con dimensiones de 0.80/3.50/7.00 mm, resulta adecuado para aplicaciones de hasta 120 metros. Este producto también está disponible con funda de poliuretano (PUR), resistente a las llamas, rayos UV, aceites y agua, agentes químicos y atmosféricos. Además de ser libre de halógenos, se puede instalar en inmersión hasta 50 metros de profundidad. Es adecuado para aplicaciones tanto frías como calientes gracias a su rango de temperatura de -40/+ 80°C. Las dos versiones, con cubierta PUR y L.S.Z.H., se pueden equipar con refuerzos de armadura de metal externo para instalación subterránea incluso en presencia de roedores. La compañía también ha desarrollado la serie TSK1091, ofreciendo seis combinaciones diferentes de cables coaxiales 3G-SDI y audio DMX, de uno a cuatro conductores. Por su parte, TSK1070 L.S.Z.H. también permite suministrar

una potencia de $3 \times 2.50 \text{ mm}^2$, un cable LAN Cat.7 S./F.T.P. y el coaxial SDI, el T42. Éste es un cable flexible con una formación trenzada de 26/7 AWG (0,80 mm) en O.F.C. cobre rojo, con dieléctrico en gas inyectado PE de 4,80 mm y doble O.F.C., trenzado de cobre estañado con

una cobertura de 89% y 86% respectivamente. La cubierta está disponible en poliuretano (PUR), con todas las características enumeradas anteriormente o en PVC blando.



ESPAÑA

GUIL renueva su identidad corporativa



Desde 1983, GUIL ha experimentado una constante evolución, escuchando las necesidades del mercado y creando nuevos productos y soluciones para el sector; con años de experiencia en la industria del metal dedicados al diseño y desarrollo de productos y equipos para la industria del espectáculo, del sonido y de la iluminación, así como a la fabricación de soportes y de accesorios para instrumentos musicales y equipos audiovisuales. La constante inversión en investigación, desarrollo y recursos de fabricación han hecho que GUIL esté a la vanguardia en tecnología. Es por esto, que la empresa ha querido ofrecer una imagen más dinámica, que transmita su evolución, cambiando el diseño, pero no la filosofía de la compañía, ni sus valores de marca; apostando por un logotipo más actual que va a ir implementando en todos los productos fabricados.

AMÉRICA LATINA

Prolyte intensifica su expansión internacional



Tras la apertura de la sede de producción en Rumania en 2016 y la oficina en Estados Unidos en 2018, Prolyte Group anuncia sus próximos pasos de expansión. En este marco, Prolyte ha anunciado los rostros que estarán al frente de posiciones estratégicas en sus diferentes mercados. Entre estos personajes se encuentra William Voskuil, ex director general de ventas en la sede de Prolyte en Leek, Países Bajos, que se traslada al puesto de director de ventas de EMEA y LATAM, donde será responsable de todas las actividades de ventas y marketing en Europa, Medio Oriente, África y América Latina, liderando los equipos de ventas internas, marketing y distribución de Prolyte.

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

5 SECRETOS QUE POCOS REALMENTE UTILIZAN PARA TENER ÉXITO EN INSTAGRAM

Especialista en audiencia enseña tácticas que pocos utilizan para mejorar el involucramiento del público en Instagram

Ya hace tiempo que Facebook no es más el único foco de las marcas y de quien trabaja con redes sociales. Instagram, más allá de contar con muchos usuarios, es conocido por ser una red social con un público comprometido y dispuesto a comprar. “Es por eso que es muy importante estar presente en esta red social y saber hacer un buen uso de la misma”, completa Samuel Pereira, especialista en audiencia en internet y creador de “Secretos de la Audiencia – En Vivo”, mayor evento de tráfico y audiencia del mundo.

Según el especialista, existen innumerables estrategias y técnicas posibles para conquistar buenos resultados al utilizar la red social. “Lo más importante a tener en cuenta es que no sirve de nada tener millones de seguidores y Me Gusta si ellos no representan el público que va a



Samuel Pereira

comprar de tus manos”, explica. Así, el secreto es atraer a un público capaz de generar resultados para tu negocio. “Si haces un buen uso de tu contenido, vas

a contribuir a que tu público sea sólido y sustentable a largo plazo, en vez de quedarte esperando cambios de algoritmos”, alerta, antes de listar algunos secretos importantes.

1. Usa el crecimiento orgánico a tu favor
Samuel cuenta que es necesario usar y abusar de las métricas que el perfil comercial trae. “Eso va a ayudarte a crecer de forma orgánica, o sea, sin depender de anuncios”, resume Samuel. “Las métricas ya muestran cuántos seguidores vinieron desde un post, entonces continúa haciendo posts varias veces al día y procura descubrir el patrón de post que ayuda a traer más seguidores”, enseña. Otra forma

de crecer orgánicamente es entrando en la sección “Buscar” e investigando los hashtags en alta. “Así vas a saber cuáles utilizar en los posts.”

2. Valoriza a quien viene de otras redes sociales

El segundo secreto es hacer algo que muchos todavía olvidan: llamar a los seguidores hacia las otras redes sociales. “Si ya tienes una buena base de fans en YouTube o cualquier otro lugar, llama a los seguidores para que te acompañen también en Instagram”, explica, alertando que no basta invitarlos a seguirte. “Atrae al público con un contenido específico en forma de Stories, por ejemplo”. Samuel también cuenta que el público que viene de otras redes se involucra más, y eso es perfecto. “Esos seguidores más comprometidos aumentan tu relevancia en Instagram, para poder llegar a más personas”, completa.

3. Impulsa videos

Por experiencia propia, Samuel Pereira indica que los videos dan más resultados si se quiere hacer anuncios en Instagram. “Si tienes un presupuesto disponible, haz un post con consejos e información relacionados con tu negocio”, sugiere. “Es necesario atraer a las personas con la intención correcta para que consigas venderles después”, completa.

4. Usa la red como un usuario

Además de hacer posts con regularidad y frecuencia, Samuel indica la importancia de publicar en los horarios en los que las personas están en Instagram, como si el perfil fuera de un usuario común. “Puedes darle Me Gusta a fotos de pernas que tienen que ver con tu perfil, seguir a aquellos que siguen perfiles parecidos al tuyo, y seguir perfiles que usan hashtags parecidos a los de tus nichos”, sugiere. El único problema de eso es que esa tarea no es escalable, o sea, necesita ser hecha manualmente.

5. Entiende que el dinero fluye hacia donde va la atención de las personas

Finalmente, Samuel cuenta que es necesario observar a Instagram como una fuente de tráfico. “Cuando entiendes que el dinero fluye hacia donde va la atención de las personas, comprendes cuánto es importante estar presente en diversos canales. Esas fuentes de atención necesitan ser escalables, o sea, deben ser posibles de aumentar exponencialmente,

sin necesidad de mucho trabajo bra-zal”, destaca. Y lo que permite que eso ocurra es justamente tener una audiencia de personas comprometidas en vez del tráfico que viene sólo de links y estrategias. “Tener una audiencia te lleva al próximo nivel, pues solamente cuando tu negocio tiene una audiencia fiel el mismo se vuelve más sólido”, completa. ■

LÍNEA
GROOV
PROFESIONAL

Bluetooth USB SD Card Radio FM

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

GR 15.2A BT
2 ALTAVOCES de 15"
+ Driver Titanium
300W 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.

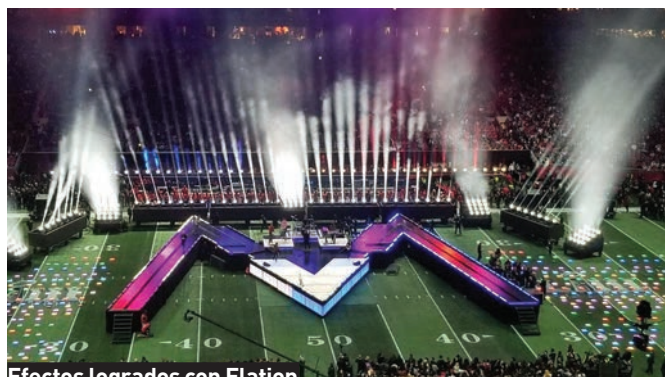
YouTube /FrahmOficial Facebook /FrahmOficial Instagram @FrahmOficial

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

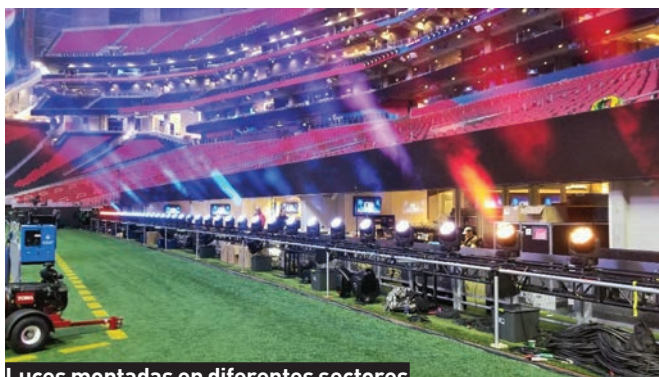
FRAHM
Cajas Acústicas y Amplificadores

LUMINARIA RAYZOR 760 EN EL SHOW DE MEDIO TIEMPO DEL SUPER BOWL

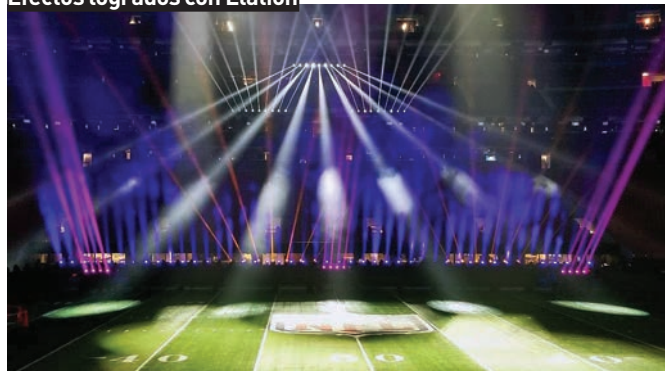
La luminaria LED wash/beam Rayzor 760 de Elation Professional este año jugó un papel integral en el campeonato de fútbol americano durante su show de medio tiempo



Efectos logrados con Elation



Luces montadas en diferentes sectores



Realizado el pasado 3 de febrero en el Estadio Mercedes-Benz en Atlanta, y transmitido en vivo por CBS, el Pepsi Super Bowl Halftime Show contó con la presentación de Maroon 5, junto a los raperos Travis Scott y Big Boi.

El diseño de producción estuvo a cargo de Bruce Rodgers de Tribe Inc., con diseño de iluminación de Bob Barnhart de 22 Degrees, para lo que tradicionalmente es el evento musical más visto del año en Estados Unidos.

El show de medio tiempo del Super Bowl marcó el debut en un show en vivo de la luminaria Rayzor 760,

una luz LED con 7 LEDs RGB de 60 W, zoom de 5 a 77°, pan y tilt continuo y la nueva tecnología SparkLED de la empresa. Barnhart montó 45 x Rayzor 760 detrás del escenario en forma de M al nivel del campo.

Otros aparatos de iluminación de Elation fueron utilizados en diferentes partes del estadio, como la nueva cabeza móvil profile LED Artiste Picasso, empleada como luces delanteras en el estudio de transmisión del estadio CBS Sports, y el spot elipsoidal LED Colour 5 Profile, que fue utilizado en el montaje del campo. Antes del Super

Bowl, los productos de Elation fueron vistos en toda la ciudad de Atlanta, apoyando los numerosos eventos que se realizan alrededor del juego.

PRG fue el proveedor de equipos de iluminación, mientras que David Grill, Pete Radice y Jason Rudolph desempeñaron el papel de directores de iluminación. Hamish Hamilton fue el director y Ricky Kirshner el productor ejecutivo. ■

Más información
elationlighting.com





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.

QSC DESIGNA A BRANDS ON STAGE PARA DISTRIBUIR LÍNEAS DE SONIDO EN VIVO EN LATINOAMÉRICA

La empresa de audio QSC anunció un nuevo distribuidor para varios países de la región. Se trata de Brands on Stage, que se hará cargo de trabajar la vertical de Live Sound (sonido en vivo) de la marca

Con muchos años de experiencia en la región, Brands on Stage ahora será distribuidor exclusivo de QSC Live Sound en Argentina, Chile, Uruguay, Brasil, Perú, Bolivia y Paraguay, permitiendo un nuevo crecimiento de la marca QSC, nuevas oportunidades con socios latinoamericanos y sus clientes.

Brands on Stage es una empresa comercial uruguaya con operación en las zonas francas de Uruguay y Argentina, con stock para ofrecer entrega inmediata a cualquier tienda o distribuidor en América Latina. A su vez, forma parte del grupo empresarial XProFamily, compuesto también por Go Concert (compañía dedicada a la representación y distribución de marcas internacionales en Argentina) y XproStore (tienda física y online que atiende clientes en Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay).

“Estamos muy emocionados de formar parte de la familia QSC. Su filosofía de trabajo se encuentra 100% alineada con la nuestra. Durante años luchamos por mejorar y superarnos día a día y hoy tenemos nuestra recompensa. Para nosotros, es un honor poder llevar en alto la bandera de QSC y su representación en Latinoamérica”, dijo Guillermo Promesti, CEO de XproFamily, grupo al que pertenece Brands on Stage.



[Detrás, de izq. a der.] Carlos Huismann (servicio técnico), Pablo Paez (diseñador gráfico señor), Matías González (ventas). [Al frente, de izq. a der.] María Cardinaux (recepcionista), Romina Promesti (administración), Guillermo Promesti (CEO), Waldo Medina (gerente de ventas), Daniel Ruiz Santos (ventas), Sandra Fonte (comercio exterior), Débora González Ramello (contaduría) y Javier Oliveros (gerente de marketing y marca)

“Tenemos planes de ofrecer seminarios educacionales y presentaciones exclusivas de productos en toda la región, para así dar a conocer y poder compartir los productos destacados de QSC, tales como los mixers digitales TouchMix o la serie K.2 de altavoces”, agregó.

“Brands on Stage viene acompañando a QSC durante muchos años y es un socio colaborativo en todo sentido”, dijo Gina Bergmann, Sr. Director of Sales de Canadá, Latinoamérica y Asia para la vertical Live Sound de QSC. “Por los resultados obtenidos hasta el

momento, su reputación en atención al cliente y la difusión que han realizado de nuestra marca y productos en América Latina, estamos emocionados de ver el fruto de su trabajo y esfuerzo al expandirse a nivel regional”. ■

Más información

brands-stage.com
goconcert.com.ar
xprostore.com
xpro.com.ar
qsc.com





Nothing compares to **U.**

U300[®] SERIES WIRELESS MICROPHONE SYSTEMS

When you're expressing yourself on stage, it's all about you. The wireless U300 allows you to enjoy the freedom of unleashed individual live action. Perform your incomparable voice in the highest quality and even achieve the distinctiveness of your guitar, bass or brass sound. Because nothing compares to U.



LD
SYSTEMS **PRO AUDIO
IN MOTION**

DESIGNED & ENGINEERED
IN GERMANY

EMBRACE YOURSELF AT:
LD-SYSTEMS.COM/U300

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

AUDIX BUSCA CRECIMIENTO EN AMÉRICA LATINA

La marca de micrófonos americana ya está presente en varios países de la región pero busca aumentar su imagen y llevar sus productos a los usuarios con más distribuidores y entrenamiento especializado



Oficinas cerca de Oregon, EE.UU



Cindy Bigeh

Audix comenzó su historia en 1984 con el objetivo de diseñar, crear y fabricar productos que contribuyan con el avance de la industria de audio profesional, y hoy la misión continúa siendo la misma.

La empresa logró posicionarse como uno de los fabricantes estadounidenses

líderes de micrófonos dinámicos y de condensador, y sistemas de micrófonos inalámbricos para los mercados de sonido en vivo, grabación e instalación.

Sus oficinas se encuentran cerca de Portland, Oregon, desde donde realizan investigación, diseño, fabricación, producción, ensamble y testeo

final de todos los productos.

Su catálogo incluye más de 100 modelos de micrófonos para las industrias de música y sonido instalado, con micrófonos dinámicos y de condensador para voces e instrumentos, micrófonos de boundary, micrófonos para montaje en techo, micrófonos de mesa y sistemas inalámbricos. En América Latina, Audix ha identificado una demanda de micrófonos de alta calidad que tienen un precio competitivo para ser usados en una amplia variedad de aplicaciones, incluyendo eventos en vivo, estudios de grabación, conferencias e instalaciones arquitecturales desafiantes. “América Latina es el hogar de medio billón de personas y, aunque la economía tiene sus altibajos, una serie de acuerdos comerciales crean un potencial real para ventajas competitivas significativas”, explica Cindy Bigeh, directora internacional de ventas y marketing interina, CFO y una de las fundadoras de Audix.



Pack para batería profesional DP7

El pack de micrófonos profesionales para batería DP7 presenta una combinación de siete micrófonos diseñados para satisfacer las demandas de los bateristas de hoy, tanto en el escenario como en el estudio. El pack incluye un micrófono D6, el micrófono para bombo insignia de Audix, dos micrófonos dinámicos D2 para rack toms, un D4 para tom de piso, el i5 para snare y un par de micrófonos de condensador de estudio ADX51 para instalación elevada. También incluye cuatro clips de montaje D-Vice para los micrófonos para snare y tom, y tres clips reforzados para el resto de los micrófonos. Viene todo en un case de aluminio con revestimiento de espuma.

A musician in a dark suit is performing on stage, holding a Shure microphone. The stage is lit with blue and white spotlights, creating a dramatic atmosphere. The background is dark with some audience members visible.

SHURE

BLX WIRELESS

SONIDO EXTRAORDINARIO AL ALCANCE DE TUS MANOS

TU PRIMER MICRÓFONO INALÁMBRICO DE SHURE

- Fácil de usar e instalar.
- QuickScan de un solo toque para localizar la mejor frecuencia.
- Más de 14 horas de duración continua usando baterías AA.
- Más de 12 sistemas compatibles por frecuencia de banda (dependiendo de la región).
- Diversas opciones de cápsulas, incluyendo el SM58®.
- Disponible para voz, guitarra, diadema, instrumental y presentaciones.

[shure.com](https://www.shure.com)

© 2019 Shure Incorporated

Distribuidores locales

Si bien la empresa ya tiene distribuidores en varios países latinos entre sus planes se encuentra ampliar la red para llegar a nuevos mercados.

Audix comenzó un acercamiento directo con el mercado local hace más de una década y al inicio tuvo un crecimiento significativo, que eventualmente se fue estancando debido al aumento de turbulencias económicas en la región. “Sin embargo, esperamos que la confianza de los consumidores se fortalezca y crezca para que el comercio se reanude. Mientras tanto, continuamos trabajando con grandes socios que están haciendo lo mejor para crear demanda e impulsar la compra de productos Audix”, detalló Cindy.

Actualmente, Argentina y Chile están siendo las estrellas en destaque en América Latina, en gran parte gracias al enfoque que la empresa está teniendo en las relaciones con artistas — algunos usuarios reconocidos son Charly García (Argentina), Alejandro Lerner (Argentina), Álvaro López (México) y Júlio Figueiroa (Brasil) — y un fuerte programa de entrenamiento online para los socios de distribución. Buenas expectativas se centran en Brasil, especialmente con el lanzamiento de los sistemas inalámbricos de la empresa; y México continúa siendo un desafío, pero se está trabajando en base a una estrategia redefinida que aumentará la demanda.

Audix sigue buscando distribuidores en otros países de la región y, al hablar sobre las características que las empresas de-

Micrófono para instalación en techo M3

El M3 es un micrófono de techo pendiente con tres elementos diseñado para aplicaciones donde la estética, el sonido y la facilidad de instalación son fundamentales. Es apropiado para capturar conferencias de video, aprendizaje a distancia, actividades en salas de audiencia y procedimientos quirúrgicos. También puede ser usado para vigilancia y montaje de micrófonos en salas con sonido ambiental. Incorpora cápsulas hipercardioides de tres fases con respuesta en frecuencia personalizada optimizada para inteligibilidad de discurso. Puede conectarse a la entrada de un mixer o a una consola DSP a través de un cable con conector RJ45 hembra que termina en tres conectores XLR o bloques de terminal.



berían reunir para convertirse en socios de distribución, Cindy contó que tener conocimiento profundo de audio profesional y micrófonos es definitivamente fundamental. “Para asegurar que puedan destacar los puntos fuertes únicos de los micrófonos Audix en un modo competitivo, dichas empresas necesitan comprender a los competidores en el mercado y cómo están posicionados dentro del mismo. Los distribuidores exitosos deben contar con una red de distribución robusta, estar muy familiarizados con la industria de audio profesional y tener foco en productos de alta calidad creados con precisión”, exclamó.

El trabajo en la región

En América Latina, la empresa trabaja con agentes dedicados que proveen soporte de marketing y ventas a través de diferentes regiones. Ellos son seleccionados cuidadosamente para asegurar la mejor asociación en cada territorio específico, garantizando que aquellos representando a Audix tengan un profundo entendimiento de la composición de la región y las necesidades del mercado. El

objetivo dominante es estar disponible inmediatamente para los profesionales, compañías de renta, organizadores de eventos y mercados de nicho.

“Los efectos posteriores de una fuerte recesión en 2012, la volatilidad de las monedas locales y los altos impuestos han creado un mercado en el que la gente, si bien desea productos de alta calidad, cuida mucho su dinero. La propuesta de valor de Audix - micrófonos innovadores de alta calidad a precios accesibles - es una opción perfecta para esta situación”, dijo Cindy.

Además, adelantó que, al igual que lo realizado en Chile el año pasado, este año darán soporte a toda la red latinoamericana con una variedad de oportunidades de entrenamiento presenciales y también online.

Fuera de los entrenamientos, la empresa estará lanzando varias iniciativas estratégicas y uno de los enfoques principales será crear oportunidades para que los compradores potenciales puedan probar los micrófonos Audix antes de hacer su compra. “Un micrófono es una herramienta crucial y queremos darle a los profesionales la chance de experimentar nuestros micrófonos de primera mano y decidir basándose en la performance del producto, no en el marketing del fabricante”, concluyó. ■




Micrófono dinámico OM7

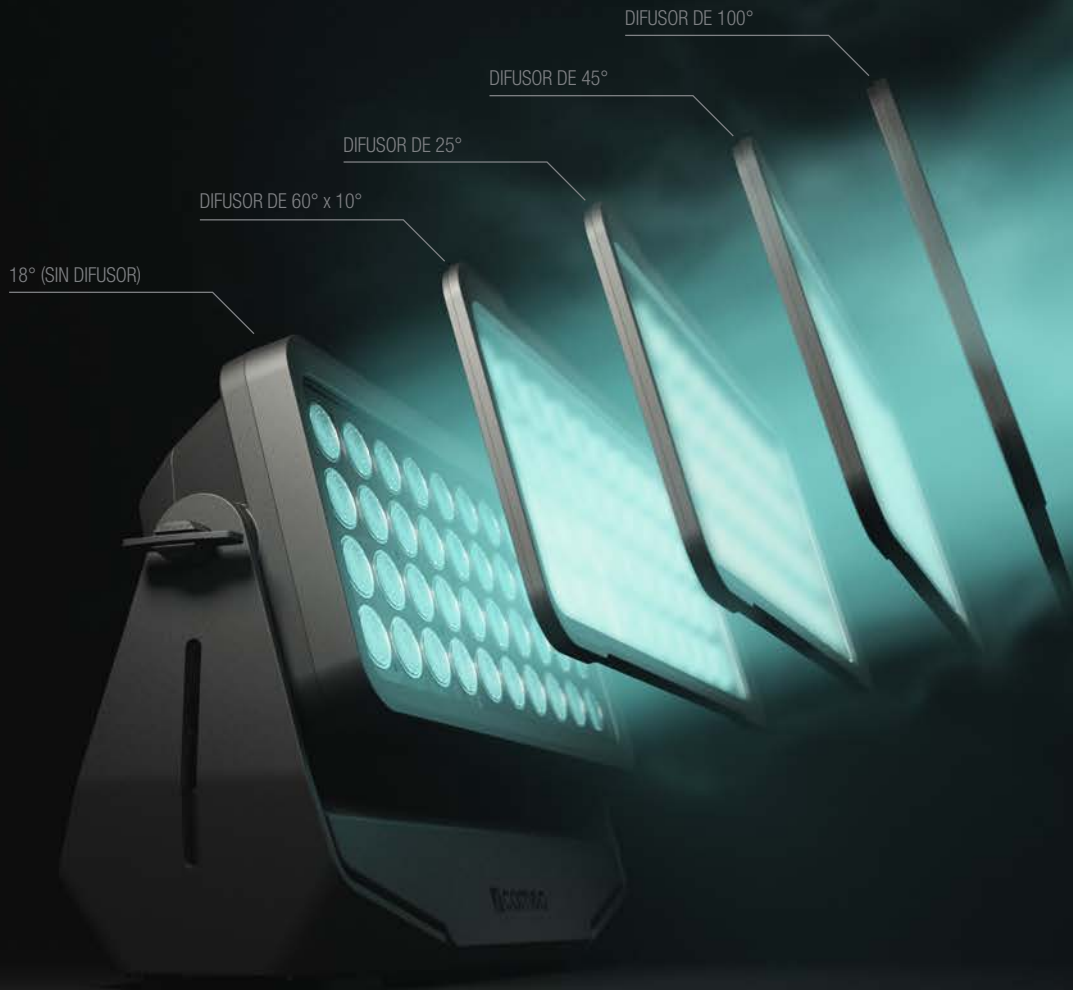
El micrófono dinámico OM7 para voces es usado por empresas de sonido profesional, ingenieros de mezcla y de FOH, e instalaciones fijas de alto perfil. El micrófono es resistente al feedback en escenarios con mucho ruido y para artistas que tienden a sostenerlo con ambas manos. Fue diseñado con nivel de baja salida poco convencional (8-10 dB más bajo que un micrófono dinámico típico) que actúa como una “almohadilla” natural en la cápsula para mantener una alta fidelidad en la fuente.

Más información

audixusa.com

 AudixMicrophones





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

D.A.S AUDIO QUIERE RENOVAR SU IMAGEN ANTE EL MERCADO

Con una acción desarrollada en los últimos años, la empresa española presenta la ideología “Sound with Soul”, reflejando su preocupación constante con los usuarios y la tecnología



Sound with Soul, stand de la empresa en NAMM Show

D.A.S Audio es una compañía de casi 50 años que mantiene sus orígenes fabricando 90% de sus productos en España y, el 95% de lo que se fabrica en España, es de desarrollo propio, por lo que D.A.S depende muy poco de otras empresas para desarrollar sus sistemas.

En los últimos años D.A.S ha invertido mucho más en tecnología y recursos para poder proporcionar sistemas con más características y más actualizados, tanto en los sectores MI, instalación, profesional y otros.

Dicha evolución no sólo se ha notado en sus sistemas sino también en el software desarrollado por la empresa.

Ejemplo de eso es el firmware DASaim que permite que sistemas como el Aero 20 o Aero 40, que ya tienen varios años en el mercado, se conviertan en sistemas totalmente nuevos. “En Brasil, hicimos el show de fin de año del canal de TV Globo. Fue la primera vez en la historia que realizamos un show de tamaño magnitud; es el segundo mayor show del país, sólo pierde contra Rock in Rio, y el escenario tuvo 100% productos D.A.S. El sonido fue tan bueno que las personas pensaron que era un nuevo sistema y no lo era. Se trataba sólo de una nueva tecnología, que fue incluida en el sistema”, explica Leandro Arguello, gerente de ventas de la empresa.

Se trata de un procesador que trabaja sobre las frecuencias digitales del sistema, permitiendo que el usuario trabaje de forma más eficiente en estéreo a través de los filtros FIR, que trabaja en la fase lineal de las frecuencias, haciendo una predicción de diferentes parámetros necesarios para la ejecución del sistema de forma óptima durante la aplicación. “Es una tecnología que sólo dos marcas en el mercado poseen y una de ellas somos nosotros”, dijo.

Cambios en la empresa

Hace unos años, la empresa se dio cuenta que debía hacer algunos cambios en su imagen. Leandro cuenta: “Por 50

años, D.A.S ha tenido un solo dueño, sin capital extranjero, sin acciones en la bolsa y desde hace más de 30 años no usa ni un centavo del banco. Es una empresa netamente sólida y estamos cambiando la imagen de cómo el mercado nos ve. D.A.S es una marca española que sigue siendo competitiva en todos los mercados mundiales. Estamos en cinco continentes, con fabricación en un país europeo, con euros, con mano de obra alta, compitiendo con fábricas que ya está produciendo en Asia o México, por ejemplo, y llegamos a ser competitivos en todos los mercados. Tenemos productos duraderos y con muchas cualidades, pero principalmente somos una empresa muy humana, muy cercana a sus clientes. Entonces los clientes entienden que trabajamos con mucha alma, mucha pasión, desde el momento de la fabricación hasta el posventa. En función de eso, la gente cambia la visión de cómo se transmite el mensaje de D.A.S. Con el lema 'Sound with Soul' que estamos usando, el sonido con alma, reflejando que esto no es sólo un negocio”.

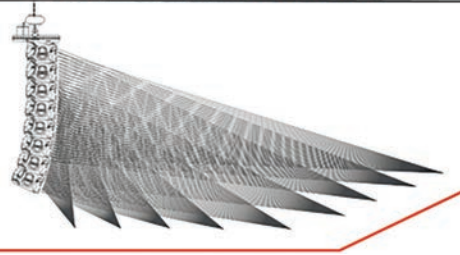
Nuevos productos

La empresa acaba de hacer el relanzamiento de la línea Action, una línea de cajas activas y pasivas de madera fabricada en España. “Es la más antigua dentro de la línea MI y el mercado pedía una renovación de imagen, más algunas características técnicas. Agregamos un procesador con 5 presets, tres equalizadores, delay, y es eficiente en cuanto al consumo de energía. Por lo que Action llega a presentar una imagen nueva, pero sin perder su característica conexión Powercon, plug and play, con procesador simple, para que el usuario tenga acceso a la configuración”, cuenta Leandro.

Hablando de innovaciones no podemos dejar de contarles sobre el Sello de Pyme Innovadora que el Ministerio de

DASaim™

DIGITAL STEERING TECHNOLOGY




Ciencia, Innovación y Universidades de España le otorgó a D.A.S recientemente. Con la recepción del Sello de Pyme Innovadora, D.A.S Audio se convierte en la primera empresa del sector en conseguir esta distinción, y contará con este distintivo hasta el 4 diciembre de 2021.

Son numerosas las razones por las que la empresa valenciana ha sido seleccionada, como por ejemplo, la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías e implementación de las mismas en los sistemas de sonido, la colaboración con la UPV (Universidad Politécnica de Valencia) y la renovación de maquinaria de fabricación de última generación, entre otros motivos.

El futuro del audio

Leandro contó que la empresa entiende que la portabilidad existe ya desde hace un tiempo y están intentando acompañar también esa evolución del mercado, sea para eventos corporativos o para uso doméstico. Por otro lado, pensando en eventos grandes, los sistemas que se utilizan continúan trabajando con cables, sean pasivos o activos, pero se viene mucha tecnología en software, en comunicación con las consolas o las computadoras. “D.A.S entiende que tenemos que caminar tanto hacia los shows en vivo como hacia lo compacto, liviano y wireless”, concluyó. ■

Más información
dasaudio.com
 DASA Audio



Liverpool

DRUMSTICKS

Calidad y Performance.



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



SHG GAITAS PRESENTA SU NUEVA IDENTIDAD

¡Hering pasó a ser SHG! Muchos están siendo los cambios. Con el nuevo nombre y propietario viene también una nueva línea de producción y estrategias

¿C onoces a la brasileña Hering? Ahora se llama SHG Gaitas. Pero no se trata de un simple cambio de nombre. La empresa tiene un nuevo propietario, que trae un cambio de instalaciones de fabricación y procesos.

“SHG es una empresa completamente independiente de Hering. El Sr. Horst Schreiber compró las máquinas que hacen las piezas y creó SHG”, explicó Carol Schreiber, CEO de SHG Indústria e Comércio Atacadista e Varejista de Instrumentos Musicais Eireli - o simplemente SHG.

La administración también es diferente y no existe ningún vínculo con el ex propietario. “Es una nueva empresa pero con una historia de casi 100 años. El nombre Hering es una persona jurídica, con la que decidimos continuar temporalmente para iniciar todo el proceso de cambio y que los clientes tengan un tiempo para asimilar todo esto”, comentó.

El nombre SHG y su calidad

El surgimiento de la nueva marca vino de la unión de las iniciales del nombre y apellido del propietario de la empresa, Horst Schreiber, y de los instrumentos producidos por la fábrica, siendo así:



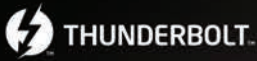
Horst Schreiber, el nuevo propietario



S-Schreiber, H-Horst, G-Gaitas.

“Lo más importante es que SHG Gaitas representa calidad en la fabricación y distribución de armónicas, tanto en Brasil como en el mundo. Representa el inicio de una nueva historia”, destacó Carol. Esto trae más que un nuevo nombre, pues, con el conocimiento del actual propietario de más de 27 años de las herramientas de la antigua Gaitas Hering, los productos tuvieron significativos cambios ya desde el primer mes de fabricación.

Carol cuenta: “El Sr. Schreiber resguarda la calidad, el cuidado con la pieza. Entonces, el primer cambio fue en la calidad de la materia prima. Todavía estamos trabajando para desarrollar la mejor lengüeta (que es el alma de la armónica, donde sale el sonido) con materia prima de altísima calidad. El segundo cambio es que todas las máquinas fueron automatizadas, reguladas y ahora cuentan con mantenimiento periódico para que no haya errores de fabricación”.



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.



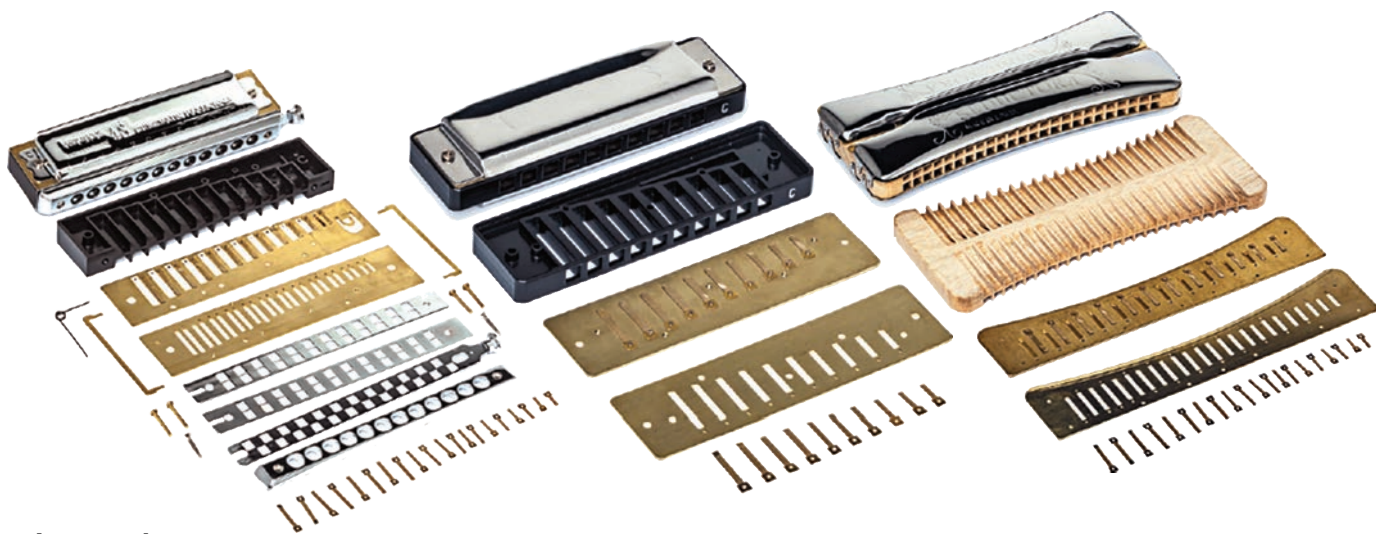
La gama Clarett trae la latencia de ida y vuelta más rápida del mundo sobre Thunderbolt a su Mac o PC, permitiéndole grabar y monitorear con software en tiempo real.



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®



Los productos

Los modelos continúan siendo los mismos, sólo dos piezas fueron rediseñadas. El resto, todas continúan en la línea de fabricación.

“Aunque la administración es completamente diferente de la antigua Hering, no podíamos dejar afuera a las personas que dieron la vida durante tantos años por la antigua Hering, entonces contratamos a todos los empleados que estaban activos en 2016 en la empresa”, dijo. “De ese modo, los instrumentos todavía son hechos por personas que están en la fábrica desde hace mucho tiempo, produciéndolos con todo el cariño”.

Toda la línea de productos continúa igual, con los mismos nombres, modelos, afinaciones y materia prima. El único cambio es en la calidad de los productos.

Estrategias dentro y fuera

Actualmente SHG está localizada en Blumenau, Santa Catarina, en la región sur de Brasil, en un galpón de 800 m² donde trabajan 15 empleados, internos y externos.

Toda la fabricación de las piezas se hace de forma manual, por eso la importancia de los funcionarios antiguos. “Un motivo es por el respeto, y el otro es por el conocimiento que ellos tienen”.

Un grupo selecto de representantes, que está dando soporte en varias par-

tes del país, se encarga de informar a los comerciantes y clientes sobre todo el cambio. Pero la empresa también está utilizando las redes sociales para llegar al consumidor final.

“Tenemos a nuestro lado también al coordinador de la Orquesta de Armónicas de Curitiba, Benevides Chireia, y a varios músicos, como Márcio Scialis, Rodrigo Brasileiro, Geison Cezare, Aluisio Becher y otros tantos que nos ayudan a divulgar este cambio”, explicó Carol.

La estrategia comercial de la empresa también está siendo cambiada. “Pero de forma gradual, porque tenemos que consolidar que la marca es sinónimo de calidad. Nuestro objetivo no es tener vendedores, sino buenos representantes de la marca. Personas que estén comprometidas a modificar la historia de la armónica en el país y en el mundo”.

Antes y después

La empresa pasó por dos grandes problemas ni bien SHG fue constituida. Uno fue la calidad inferior de los productos antiguos y, el otro, la existencia de un único distribuidor de los productos. “Pero conseguimos superar esos obstáculos. Los clientes poco a poco fueron entendiendo el cambio”, dijo la CEO. “Digamos que 2018 fue un año de adaptación, teniendo contacto con los clientes nacionales e internacionales, logrando mejorar conside-

rablemente la calidad de las piezas y estrechando la relación entre consumidor final y empresa”.


Además, 2018 fue el año en el que la empresa inició sus exportaciones, atendiendo ya países como Holanda, Chile, Francia, Argentina y Suiza. Éste seguirá siendo un objetivo fuerte para el nuevo año: expandir considerablemente las exportaciones.

“El mercado internacional aún cree que la administración y la fabricación son las de la antigua fábrica, lo que nos perjudica un poco, pues no cumplían con los plazos y la calidad de los productos exportados”, contó.

Para 2019, el equipo de la nueva empresa prevé un año de muchos más cambios y cosas nuevas. SHG planea participar de más ferias de negocios (nacionales e internacionales), lanzar nuevas armónicas en sociedad con músicos, lanzar piezas con otros materiales y colores para los coleccionistas, y también una opción más barata, “pero, con mucha calidad, que es una prioridad para la empresa y el propietario. Éste será un año más efectivo de SHG tanto en el mercado nacional como en el internacional”, concluyó Carol. ■

Más información

shg.art.br

 SHGgaitas





HAL•LEONARD®

TU PROVEEDOR DE EQUIPAMIENTO

Desde 1947, los productos de Hal Leonard han dado soporte y emoción a músicos de todo el mundo. Hoy, somos tu fuente para proveer equipamiento de estudio y grabación, accesorios para guitarra y pedales, aparatos móviles, batería electrónica, y categorías de percusión de mano. A lo largo de toda América Latina, ofrecemos marcas que los consumidores desean y un servicio amigable con el dealer en el que puedes confiar. Contáctanos y descubre cómo Hal Leonard puede dar soporte a tu crecimiento en estos mercados que cada vez presentan más ventas.

latam@halleonard.com • halleonard.com/latam



Hal Leonard distribuye más de 40 marcas de productos y accesorios en América Latina, incluyendo los siguientes nombres (pueden existir algunas restricciones de territorio):



IK Multimedia. Musicians First.



ELECOM PRESENTA LAS MARCAS QUE DISTRIBUYE Y SUS OEM

Son más de 40 años de experiencia tanto en la fabricación y comercialización de productos como en la distribución de marcas internacionales en Argentina. Elecom muestra su catálogo en este artículo

En 1978, Hugo Comersi, titular de la firma, decidió comenzar con la fabricación de secuenciadores para luces, gabinetes acústicos y algunos artefactos de iluminación "psicodélica", siendo un pionero en el rubro. Luego, con el correr de los años, se fueron sumando cada vez más productos de diseño propio que eran instalados en discotecas, bares y salones de fiestas y, a su vez, distribuidos en los locales de la calle Paraná, en el centro de la Ciudad de Buenos Aires, donde se encontraban los principales locales de electrónica de la época.

Un punto de inflexión para la empresa, denominada ya con el nombre actual, Elecom Efectos Especiales, fue el año 1992 con la primera importación de consolas mezcladoras de marca Better, un hito de aquellos años. El desarrollo continuó con la incorporación de marcas italianas como PSL, Custom Electronics, DTS, ODL, ESO y la española Work que fueron distribuidas hasta el año 2005, cuando se dio un quiebre en la política de marcas y de comercialización volcando las inversiones a nuevos productos OEM con marcas propias, como E-Sound y E-Lighting, reconocidas en el mercado local, y a marcas de fabricación china



Pablo Comersi (Elecom), Cecilia Tolosa (Elecom), Mike Buffton (Head of Global Sales de Studiomaster), Hugo Comersi (Elecom) y Simon Alexander (UK Sales Manager de Studiomaster)

Un aspecto positivo es que vemos usuarios cada vez más informados y profesionalizados lo que nos exige estar a la altura de las nuevas exigencias

como MLB, BBS, Unite Star, CR-Laser.

Pasadas esas primeras experiencias con la industria china, la búsqueda estuvo apuntada a la ampliación de los diferentes segmentos de mercado, por lo que se decide generar una nueva marca para productos de sonido de entrada de gama, llamada Acústica, y sumar compañías reconocidas a las líneas de distribución, con nombres como Beyma, Audiocenter, Studiomaster, Pascal

y LSC Lighting Systems. En la actualidad la empresa cuenta con un portafolio de 14 marcas y cerca de 500 productos de sonido, iluminación, conectividad, rigging y accesorios. Pablo Andrés Comersi, gerente comercial de Elecom Efectos Especiales, cuenta más en esta entrevista.

¿Qué marcas están distribuyendo en el territorio argentino hoy?

Pablo: Por parte de OEM tenemos E-Sound, E-Lighting DJ, E-Lighting Pro, Acústica y Elecom. Ya por el lado de distribución en el país tenemos a Beyma, Audiocenter, Studiomaster, Pascal, LSC Lighting Systems, MLB, CR-Laser y BBS.

Parte de las marcas con las que trabajan son de origen asiático. ¿Qué pros y contras esto ha traído para la empresa?

Pablo: Además de los productos OEM, para los que hacemos un trabajo previo de selección de fábricas y artículos apuntando siempre a la mejor relación precio-calidad de los mismos, trabajamos con marcas de origen chino como MLB de máquinas de humo; CR-Laser de proyectores láser y efectos de iluminación; BBS de micrófonos y auriculares.

Con el correr de los años logramos



Variedad en audio e iluminación



Efectos en acción

pulir con los diferentes proveedores algunos errores iniciales y detalles de funcionamiento de los equipamientos y, en la actualidad, tenemos pocos inconvenientes, logrando disminuir el RMA a porcentajes muy bajos. Hacemos principal hincapié en este sentido, ya que tenemos servicio técnico propio con repuestos originales, con lo que brindamos un posventa ágil, efectivo y de calidad que nos diferencia.

¿Cuál es la situación de las marcas en Argentina actualmente?

Pablo: Con todas las marcas trabajamos de la misma manera: buscando darle continuidad a las diferentes líneas de productos para dar certidumbre a nuestros proveedores, como así también a nuestros clientes y distribuidores. Consideramos la constancia como un factor importante para afianzar las marcas en el mercado y generar confianza tanto en quienes nos brindan la posibilidad de representación como en quienes nos eligen para realizar sus inversiones.

Con Studiomaster en particular logramos una rápida inserción de los productos en el mercado, convirtiéndose en menos de tres años en una referencia en el segmento de audio de gama media con artículos muy convenientes entre los que se destacan consolas digitales de sonido, procesadores, gabinetes

acústicos tanto activos como pasivos, baffles para instalaciones, micrófonos, soportes, y otros. La reputación de la marca, sumada a la adecuada relación precio-calidad de los equipamientos, consagra a Studiomaster como una opción muy atractiva para los usuarios.

Por otra parte, Audiocenter está dando excelentes resultados. Con presencia internacional desde hace muchos años, la marca tiene un potencial muy marcado y un futuro muy promisorio en la industria del sonido profesional. Con desarrollos propios en sistemas line array, gabinetes acústicos y amplificadores, las líneas se destacan por la excelente calidad, diseño y rendimiento de todos los productos.

¿Y Beyma que es española?

Pablo: Beyma, luego de varios años sin presencia en nuestro país, fue aceptada y bienvenida por fabricantes, distribuidores y usuarios. Fue un orgullo para nosotros que aceptaran formar parte de nuestra empresa, eligiéndonos como representantes exclusivos. Desde 2013 tomamos la responsabilidad de volver a darle a la marca la presencia que merece en nuestro mercado, ya que la calidad de los componentes y el reconocimiento de la compañía a nivel mundial ya estaban determinados en el ADN de Beyma. Ése era nuestro desafío y es en lo que nos enfocamos desde hace seis años.

Liverpool
DRUMSTICKS

Baquetas con un
toque Brasileño.

Línea *Brazilian Wood Series*

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

Argentina no está pasando por su mejor momento. ¿Cómo ha sido 2018 para la empresa?

Pablo: El primer trimestre del año continuó con la tendencia de crecimiento paulatino que veníamos manteniendo desde los dos años precedentes. Pero desde fines de abril en adelante no estuvimos exentos de la crisis generalizada que aqueja a nuestro país. A pesar de ello, logramos mantener a todo nuestro equipo de trabajo activo y nuestra estructura no se vio afectada por la situación.

¿Piensan incorporar más marcas?

Pablo: Si bien está siempre presente la posibilidad de encontrar nuevas marcas para representación, nuestro foco está orientado a la incorporación de nuevos productos que amplíen nuestro espectro de distribución. Para lograr este objetivo, las apuestas podemos encontrarlas en compañías reconocidas como así también en equipamiento OEM. Por ejemplo, el año 2017 incorporamos controladores DMX de LSC Lighting System de Australia, mientras que en 2018 ampliamos nuestra gama de artículos de rigging con motores eléctricos y aparejos manuales para escenarios bajo nuestra marca E-Lighting Pro con resultados muy favorables y excelente feedback de los usuarios. Año a año, nos eligen cada vez más empresas ampliando la presencia de nuestros productos en festivales, shows e importantes eventos alrededor del país.

¿Qué productos están teniendo más demanda en el país?

Pablo: Debido a los constantes cambios en la situación económica de nuestro país, la demanda es muy dinámica obligándonos a mantenernos siempre atentos a los diferentes segmentos del mercado. Algunos años atrás el creci-



Showroom de la empresa en Buenos Aires

miento de las ventas por medios electrónicos fue exponencial, sobre todo en artículos de entrada de gama. Hoy, la tendencia la encontramos en equipamientos de línea profesional para empresas de renta, salas de teatro, etc. y en el segmento medio de equipamiento, pero a partir de distribuidores que realizan las operaciones cara a cara y ya no tanto vía plataformas de venta en línea. Mantener el contacto directo con nuestros clientes para conocer sus necesidades en un mercado en constante movimiento es fundamental para poder brindar soluciones y generar las estrategias adecuadas de selección de productos y distribución.

¿Cómo está siendo el trabajo con las marcas?

Pablo: Para promocionar las marcas hacemos acciones sencillas pero efectivas: realizamos newsletters que enviamos vía correo electrónico a clientes y distribuidores; publicamos flyers de los productos, novedades, videos, fotos de shows y diferentes trabajos realizados en nuestras páginas de Facebook e Instagram; enviamos muchos de los contenidos, ofertas y demás vía WhatsApp, una herramienta muy importante para el contacto comercial; ofrecemos asesoramiento personalizado en nuestros tres salones de ventas provistos de showrooms con todos los productos exhibidos y en funcionamiento; y mantenemos siempre actualizado nuestro sitio

web que es el catálogo digital de nuestros productos.

Cuéntanos sobre el mercado argentino actual.

Pablo: El mercado en nuestro país está sufriendo el golpe de la crisis económica general. Si bien los festivales, los shows, los eventos por los carnavales siguen desarrollándose, las empre-


sas no pudieron ajustar los valores de los servicios al ritmo de la devaluación de nuestra moneda, disminuyendo así su poder para inversión en productos. En los segmentos de entrada de gama, la baja en las ventas es más marcada aún, con una disminución muy significativa en el consumo. A pesar de ello, un aspecto positivo es que vemos usuarios cada vez más informados y profesionalizados lo que nos exige estar a la altura de las nuevas exigencias.

¿Qué nos dices sobre el futuro de la empresa?

Pablo: Aún con la situación de inestabilidad vigente y con la falta de certidumbre acerca del devenir económico de nuestro país, se hace difícil poder planificar con vistas a seguir creciendo y nuestro logro estará determinado en continuar manteniendo firme nuestra estructura, en disponer de stock en nuestros depósitos y en poder seguir brindando el servicio posventa que es una marca distintiva de nuestra política comercial. Seguiremos con nuestras expectativas de mejora y crecimiento que se irán delimitando con el avance del año y con la recuperación que todos esperamos. ■

Más información

elecom.com.ar

 ElecomEfectosEspeciales

 ElecomEfect





PASIÓN ^{POR} LA ARMONÍA

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

Magma®
STRINGS

MADE IN ARGENTINA

www.magmastrings.com

LANEY HACE CAMBIOS EN AMÉRICA LATINA

En búsqueda de consolidar el mercado de habla hispana, Laney y demás marcas de Headstock Group se enfocan en la región, invierten en nuevos productos y activan a sus endorseees



James Laney

Headstock Group está compuesta por cuatro empresas, dos de distribución (Headstock Distribution - distribuidores en Gran Bretaña e Irlanda de diferentes marcas — y Headstock EU — dealer directo de Alemania y Benelux de Laney & HH -) y dos marcas reconocidas en el mercado de audio y amplificación, HH Electronics y Laney Amplification.

Justamente el nombre Laney es el que marca la historia de la empresa, pues fue el mismo Lyndon Laney quien fue el fundador y director del grupo hasta su retiro.

Él pasó su legado a su hijo, James Laney, quien hoy es el CEO del grupo. Poco tenía que ver James con la industria del audio pero su formación en arte y literatura, lo ayudaron a adoptar un enfoque diferente para continuar con el trabajo de su padre. “No tengo un historial en tecnología ni en marketing. Creo que mi formación define una gran parte de mí, y mi experiencia en la industria también. Unir ambas cosas es divertido”, dijo.

En esta entrevista, James cuenta más sobre la empresa y el mercado, junto a

Joey Gross Brown, gerente de ventas y marketing para América Latina, explican más sobre la situación en la región.

Entrevista con James Laney

¿Cuál es el cambio principal que ha tenido la compañía?

No sé si hay un cambio específico, más que nada es un proceso. Una de las cosas

Creo que no estamos en la misión de apoderarnos del mundo. Creo que en una industria llena de grandes egos, quizá no tengamos un ego lo suficientemente grande

que está pasando, respecto a América Latina, es que estamos tomando un enfoque más específico en la región. Ahora tenemos un equipo dedicado, manejando el mercado local personalmente. Ya como un negocio global, lo que encontramos es que tendemos a enfocarnos en ciertos rincones. Vemos al mercado

chino, que está creciendo bastante rápido, vemos al mercado europeo porque lo vivimos cada día, vemos al mercado norteamericano porque es bastante importante, pero en realidad, el mercado latinoamericano también es bastante importante y es cercano a nuestros corazones porque hemos estado allí por un largo tiempo y hemos tenido bastante éxito, así que al reenfoarnos en lo que estamos haciendo en esa región podemos ofrecer un mejor servicio y encontrar oportunidades de negocios adicionales para nosotros. Así que ése es un cambio que es relevante específicamente para la región latina. Un cambio en el mayor sentido para la compañía, es cómo trabajamos desde el lado del marketing, un aspecto que cambia constantemente.

¿Cómo ves el mercado en general y como Laney se comercializa a sí mismo?

Creo que tenemos que comercializarnos al alcanzar a los influencers adecuados. A veces puede ser una súper estrella o alguien muy famoso en el mercado, pero a veces no. A veces es gente local en una región, que puede hablar de cierta forma a cierto cliente. Lo que es bastante emo-



Laney en NAMM Show



Fama Music (Argentina)



Music Hall (Paraguay)

cionante sobre nuestra industria en este momento para mí es que está siendo más creativa de lo que ha sido en mucho tiempo porque hay más productos, más variación, más innovaciones, y de hecho es agradable el no pensar sólo en una guitarra, un amplificador y listo. Ahora se puede pensar en muchísimas guitarras y en comprar muchísimos amplificadores y muchos pedales, para combinarlos de forma alocada y eso es arte. Creo que uno de los retos es que tenemos varias grandes corporaciones en nuestra industria, o minoristas, o lo que sea, que se vuelven dominantes. Son marcas y compañías importantes, pero no todo se basa en ellas.

Nosotros somos una compañía en la industria a la que le importa la música, la creación de música, los músicos y disfruta hacer productos para nuestra industria. Aunque somos una compañía pequeña en comparación con esas grandes empresas, sentimos que tenemos un lugar en el mercado y es importante fortalecer esa misión. En eso nos estamos enfocando ahora.

¿Desde hace cuánto has sido CEO de la compañía?

Ha sido un proceso. Mi padre se retiró hace cinco años, así que en los últimos cinco años he sido el CEO, pero todo comenzó algunos años antes, pues mi padre se iba preparando para esto, paso a paso. Fue muy astuto, lo hizo de forma muy inteligente y progresiva, en la que fue capaz de acompañar diferentes partes del negocio estratégicamente. Mi padre siempre estuvo muy involucrado en el lado de la fabricación, así que el marketing, el desarrollo de producto, las ventas y esos otros sectores fueron previstos antes. Fue una especie de cambio progresivo y he sido capaz de darle una mano a diferentes partes de la compañía, así que sí, en los últimos cinco años éste ha sido mi camino.

¿Sigue siendo un negocio familiar o lo están profesionalizando?

Sí y sí, somos un negocio familiar profesional. Lo que quiero decir con eso es que somos un negocio de propiedad familiar, no

tenemos a aterradores inversores del banco, no hablamos con el banco, no necesitamos hablar con el banco; así que, en ese sentido, somos un negocio familiar, pero también creo que el mejor negocio es en el que las personas inteligentes se dan cuenta de que no son tan inteligentes y necesitan tener personas correctas alrededor. En lo que me he estado enfocando es en construir un equipo con la gente correcta. Marketing profesional, venta profesional, desarrollo de producto profesional, gente más joven, más creativa. Todas esas cosas se unen. No soy yo y mi ego, eso no es real. Eso no es tener un buen negocio, ésa es la forma incorrecta de hacerlo. Es mi responsabilidad, como segunda generación, llevar el negocio adelante, como negocio familiar, y para hacer eso, necesito gente profesional a mi alrededor.

Pensando como negocio familiar, generalmente hablando, siempre hay ciertos conflictos entre generaciones, padres e hijos en diferentes sentidos...

Lo que descubrí muy temprano, y éste es mi 14º NAMM Show, es que el primer NAMM Show que hice llegué muy fresco, de una industria diferente, ya que no entré directamente al negocio familiar. Descubrí rápidamente que este hombre maravilloso, cálido y amable que era mi padre, era un tipo rudo, y la verdad es que tienes que ser un tipo rudo. Amable, generoso y cálido, pero rudo porque este negocio es difícil, así que evolucionas y comienzas a aprender algunas cosas; pero jamás hubo un conflicto entre nosotros. Creo que puedo recordar

Caja full range LFR 112

Diseñada para guitarristas que usan simuladores pero pueden ser usadas por tecladistas y otros músicos que necesiten calidad y portabilidad en el escenario.

Ahora también la empresa presenta un amplificador exclusivo para baterías electrónicas a precio muy competitivo y con mucha calidad.



Línea de pedales de guitarra Black Country Customs

STEEL PARK: Pedal boost versátil con mucho headroom diseñado para ayudar a dar más potencia al amplificador y cortar a través de la mezcla.

MONOLITH: Diseñado para dar al músico comando y control total sobre un espectro de diferentes ganancias y distorsiones armónicas desde tonos de rock gordos clásicos a líneas indie.

SECRET PATH: Pedal reverb para Spring y Plate, hace pensar en los tonos de estudio y amplificadores clásicos combinado con la confiabilidad y calidad sonora moderna. Todos diseñados y hechos en Inglaterra.



como máximo dos o tres discusiones en 25 años. No discutimos, pero progresamos y creo que lo que tengo que respetar de mi padre es que él siempre dijo: "No necesitas a un viejo dando vueltas, que venga a los shows y firme afiches. No me necesitas. Tienes que decirme que me vaya cuando sea el momento de irme". Él era muy humilde en ese aspecto, muy inteligente, así que jamás discutimos. A veces me hace sentir que no está de acuerdo sin querer decirlo. Aún va a la compañía, aún es parte de la junta, aún es el director. Así que muy astutamente él puede llegar a la compañía y decir "¿Qué es esto?" y luego simplemente irse. Tiene buen instinto pero sin interferir.

¿Cuál es el futuro de la compañía?

¿Es una transformación o un progreso?

Creo que lo que está cambiando es que estamos viendo una industria donde necesitamos encontrar más espacios. Hacemos un muy buen trabajo en el diseño y fabricación de productos, pero tenemos que asegurarnos de encontrar los clientes que los quieren. Adentrando más en lo acústico, más en pedales, teclados y refuerzo de sonido, todas estas diferentes categorías de productos en las que tenemos ciertas habilidades. Ahora tenemos un amplificador de batería eléctrica por primera vez porque vimos la oportunidad de brindar un producto en un mercado donde hay espacio. Creo que nuestras habilidades están en el sonido, la ingeniería y amplificación, así que no tenemos que limitarnos a una sola categoría.

¿Cómo son los consumidores de la marca Laney?

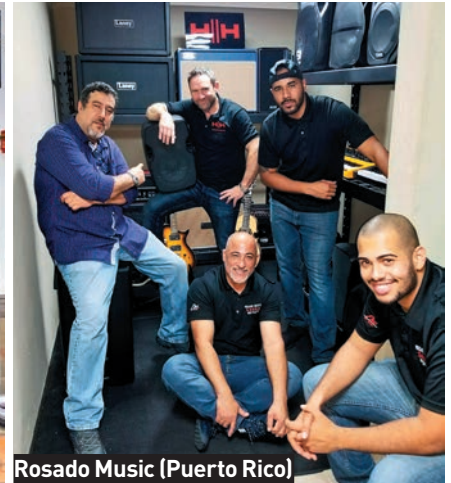
Creo que puedes dibujar un mapa de quizá cinco o seis categorías de consumidor: tenemos a un guitarrista principiante; o a alguien que lo hace por hobby, que es un entusiasta pero no tiene mucha habilidad; tenemos muchos amplificadores y productos en esa categoría que son únicos para el principiante o el entusiasta. Tenemos al apasionado del verdadero amplificador de válvula de la vieja escuela que quizá toque heavy



The One Electronics (C.Borges)
(Caribe/Rep. Dominicana)



Musical Cedar (Colombia)



Rosado Music (Puerto Rico)

o blues, pero que quiere gastar bastante dinero en un amplificador de válvula, y ése es el cliente que mantenemos cerca porque es un cliente antiguo. También tenemos un buen negocio para la educación y para iglesias y templos porque tenemos amplificadores que realmente se ajustan a ese mercado. Al menos hay seis categorías de músicos, así que no tenemos sólo un tipo de cliente, y decir que sólo vendemos amplificadores de válvula para profesionales, que sólo vendemos amplificadores de práctica para principiantes, acortaría nuestro mercado. Nuestra industria no es tan grande, ya sabes, es una industria en el sentido convencional. Somos una industria pequeña, así que tenemos que buscar un espacio lo suficientemente grande para tener una compañía saludable. Por eso tenemos productos para acústicos, bajos, teclados, sonido en vivo, amplificadores para principiantes y profesionales.

Según tu punto de vista ¿qué tanto cambiará la tecnología la forma en que compramos y usamos amplificadores?

En lo que me he estado enfocando es en construir un equipo con la gente correcta

Bastante, y ya lo está haciendo. La forma en la que compramos amplificadores es inmensa gracias al e-commerce. Estamos vendiendo más productos online y ése es un fenómeno que existe en todas partes del mundo. Creo que lo que tenemos que hacer con eso es aceptarlo y apoyarlo, y también aceptar y apoyar a los minoristas, hay que encontrar el balance. Pero, como con cualquier tienda, ya sea física o digital, tenemos que promocionar bien el producto; por eso las ventas también están cambiando. En términos de otra parte de la tecnología, como lo es el diseño de producto, el cambio tiene una alta demanda. Hay cierta paradoja entre la tecnología clásica y la digital que es bastante compleja. Lo que de verdad disfrutamos es cuando pensamos “somos buenos en esto y somos buenos en aquello”, y vemos cómo unir ambos lados de forma interesante. Así que algunos de nuestros productos integran lo nuevo y lo viejo, juntos, de maneras divertidas e interesantes.

¿Cuál es el futuro de tu compañía, cuando piensas en qué más sucederá?

Creo que no estamos en la misión de apoderarnos del mundo. Creo que en una industria llena de grandes egos, quizá no tengamos un ego lo suficientemente grande, y no me interesa que mi cara sea parte de la marca. Me interesa la marca y los productos y lo importante es que los productos lleguen

a manos de la gente, que les guste y que los escuchemos, que nos divirtamos porque si dejamos de divertirnos con lo que hacemos, entonces ¿para

An Amazing Interactive Experience

DNA SERIES

Kin Rivera Jr.

peace
DRUMS & PERCUSSION®

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

qué estamos aquí? El futuro es sobre hacer y diseñar productos que las personas quieran. Queremos vender más, alcanzar más personas y crecer, pero el futuro no es una especie de mundo corporativo que es cada vez más y más grande. No estamos aquí por eso, para eso no es la industria musical, así que sólo tenemos que seguir por el camino mismo que iniciamos.

Entrevista con Joey Gross Brown

Desde tu incorporación a la empresa has estado viajando para visitar a los distribuidores latinos. ¿Cómo has visto la realidad del mercado local?

Joey: Hay algunos problemas comunes en estos mercados que se concentran más en la parte económica y gubernamental de cada país. No se me hace muy claro una decepción o pesimismo de parte de la población económicamente activa. Hay ganas de comprar pero la conducción de la economía en algunos países fuerza al consumidor a una postura conserva-

Lo que es bastante emocionante sobre nuestra industria en este momento para mí es que está siendo más creativa de lo que ha sido en mucho tiempo

dora. Por otro lado, en países donde la economía se encuentra estable es interesante notar la búsqueda por cosas de mejor calidad y que generan una mayor satisfacción. Los sueños que se hacen realidad.

Hablando sobre las marcas, ¿cómo has visto el posicionamiento y reconocimiento de las mismas en dichos países?

Joey: Laney es de hecho una marca global muy reconocida. En América Latina en particular es muy fuerte y

tiene una legión de aficionados gigante. Eso se nota más en algunos países donde los músicos entienden que no hay necesidad de compras pasionales. Tenemos una marca muy fuerte que ofrece más flexibilidad por sonar diferente al mismo tiempo que podemos sonar como las otras. Ninguna marca de amplificadores de guitarra permite esto. Siempre suenan como ellas y con su particularidad. Laney permite al músico sonar como él decida y no como algo preajustado.

Ya cuando hablamos de HH, creo que la marca se está redescubriendo y las empresas, clientes y usuarios de la marca se vienen sorprendiendo con la calidad y sonido. Al final, es una marca inglesa con mucha historia desde los años 1960. Los productos son todavía diseñados y proyectados en Inglaterra. Es estupendo ver la reacción positiva que la marca viene trayendo. Es muy gratificante también ver que algunas empresas distribuidoras han encontrado un producto que les proporciona rentabilidad y ganancia real, sin la preocupación que marcas OEM generalmente traen y donde lo barato sale caro al fin de cuentas.

¿Cómo es el trabajo de los distribuidores?

Joey: Yo diría que casi todos los distribuidores me han sorprendido de forma muy positiva por su apuesta en la capacidad y profesionalismo de su gente. No se mantienen pasivos frente a la demanda natural y sí se ponen como líderes en innovación. Esto es lo que hace la gran diferencia. No esperan que el producto se venda solo. Van al frente de batalla a promover los productos que representan y se ponen muy agresivos en capacitar a su equipo de ventas y también en construir estrategias de marketing.



Serie A de amplificadores de guitarra electroacústica

La nueva **A-Series** consiste de cuatro modelos para performance acústica.

A-SOLO es un amplificador compacto y portátil. El **A-FRESCO-2** es un combo para instrumento acústico ultra compacto y potenciado a batería, diseñado tanto para uso en escenario como fuera del mismo. El **A-DUO** es un amplificador compacto de dos canales diseñado para adaptarse a múltiples situaciones de actuación, sea para un solista o un cantautor. El **A1** ha sido completamente rediseñado y está apuntado al músico más pasional que necesita un amplificado versátil, compacto y potente pero al mismo tiempo delicado.

¿Han cambiado tus estrategias y plan de trabajo luego de esos viajes?

Joey: Sí y no. Explico: creo que tenemos que vivir mirando hacia el futuro siempre, pero veo que hay situaciones y particularidades que debemos mantener en el radar, que pueden ser dañinas y atrasar el desarrollo normal del negocio. El mayor cambio ha sido en la actuación

junto a cada distribuidor para planear y ejecutar las acciones juntos. Generar más información, trabajar para cumplir lo planeado y considerar todos los puntos de distracción que pueden ocurrir en el camino. Estar al lado del distribuidor es imperativo desde que eso les sea conveniente. Generalmente se piensa en el proveedor como queriendo espiar o meterse en el negocio. No. Muy lejos de eso. Al entender cómo cada sistema y mercado funciona, podemos sugerir mejores cambios y desarrollar estrategias conjuntas para una mayor solidez.



Coutinho Music (Uruguay)

¿Qué acciones serán realizadas este año?

Este año en particular estaremos dando foco a lo que cada cliente necesita pertinente a su territorio. Pero sí hemos dado un paso gigante desde la última NAMM. Los productos en línea pasaron a tener 5 años de garantía. Eso para productos HH y LANEY en línea de producción. Creo que somos la única marca con esa garantía en el segmento de amplificadoras de guitarras. Y así mismo, en audio profesional, no creo que existan muchas con esta seguridad al consumidor.

Otra acción muy importante fue la

reformulación del sitio Laney, que trae una visión ampliada de cada producto y lo que el ofrece. Trae imágenes tratadas y de "lifestyle" dando al consumidor una fácil navegación y más detalles en cada producto. También, introducimos en botón BUY donde el consumidor de cualquier región puede seleccionar y tener un link directo a la página del producto (no

a un sitio o página general) que nuestro distribuidor en esa región nos apunte. Esto se concluye con el consumidor poniendo el producto en el carrito y cerrando la compra o inclusive saber dónde lo puede encontrar en una tienda física para probarlo. Esta selección es automática y cada región tendrá el respectivo distribuidor añadido. ■

Más información

laney.co.uk

LaneyLatinoAmerica

HHElectronicsLatam



NEW

**CAT.7A
12G-SDI
COAX**

tasker® C727 L.S.Z.H.
tasker® C726 PUR
tasker® C726 PUR Super 3.2/19 Cat.7A Coax

tasker® T 42 PUR
tasker® T 442 Soft

quality major
www.tasker.it
made in Italy

cables **tasker**® Since 1977
AUDIO-VIDEO-BROADCAST-SECURITY-WIFI-LED-DATA

prolight + sound
Frankfurt
Hall 8.0 Stand D81

Music Inside 2019 Rimini
Hall C7 Stand 128

For more information www.tasker.it **LOOKING FOR DISTRIBUTOR** info@tasker.it **VISIT US!**

EVENTO

PK SOUND DE FIESTA EN EL ELECTRIC DAISY CARNIVAL MÉXICO 2019 DE INSOMNIAC

Más de 270 productos de audio de PK Sound estuvieron presentes en el escenario kineticFIELD para brindar sonido a más de 120.000 personas



Subwoofers en el escenario principal.
Crédito de foto: Gregorio B. Sánchez



Parte del equipamiento usado.
Crédito de foto: PK Sound



Torres de delay con PK.
Crédito de foto: Insomniac



Más de 270 cajas para más de 120.000 personas.
Crédito de foto: Insomniac

PK Sound, fabricante de sistemas de sonido de alta tecnología de Calgary (Alberta, Canadá), estuvo a cargo, por cuarto año consecutivo, de proveer el sonido para el escenario principal kineticFIELD en el reconocido evento Electric Daisy

Carnival, que se llevó a cabo recientemente en el Autódromo Hermanos Rodríguez, en Ciudad de México.

Ésta fue la sexta edición del EDC México, producida por Insomniac y la empresa local OCESA. Varias piezas de arte y diferentes tipos de artistas se presenta-

ron también a lo largo del enorme campo, mezclando escenografías, pirotecnia, efectos visuales, iluminación y sonido.

Debido a la gran cantidad de personas y al amplio espacio por cubrir, los productores decidieron confiar una vez más en la solución de audio que ya ha-

bía sido usada en el pasado y emplearon una combinación de sistemas line array, subwoofers y software de PK Sound.

Durante el evento se destacó el Trinity Advanced Robotic Line Array, un sistema de sonido controlado tridimensionalmente que es configurado remotamente, capaz de enfocar el sonido donde se requiere. Este line array robótico provee un grupo completamente nuevo de herramientas que da a los usuarios control de la directividad vertical y horizontal de todo el array.

90 PK Trinity Large Format Robotic Line Arrays fueron usados en total, junto con 48 PK VX-10 Compact Line Arrays y 8 PK VX-12 Line Arrays, además de 108 subwoofers PK CX-800 duales de 18", 10 subwoofers PK Gravity 218 duales de 18" y 8 subwoofers PK Gravity 30 simples de 30" que estuvieron a cargo de las frecuencias bajas.

En cuanto al montaje, el sistema principal en el escenario estaba com-



Bryan Andres (frente), ingeniero de sonido jefe, y Rory Stewart (fondo), manager de operaciones de producción e ingeniero de audio, ambos de PK Sound
Crédito de foto: PK Sound

puesto por cuatro agrupaciones de 14 elementos Trinity cada una. Para cubrir el gran espacio del autódromo, cuatro torres de delay con ocho Trinity cada una fueron localizadas a 100 metros del escenario principal más cuatro torres de delay con 12 x VX-10 cada una a 150 metros del escenario principal.

También había una torre de delay en el área VIP conteniendo ocho VX12.

Para reunir esa enorme cantidad de equipamiento para el evento, fueron enviados sistemas desde Canadá, San Francisco, Los Angeles y Miami.

"Aún así, conseguimos el sonido correcto justamente donde queríamos y obtuvimos la cobertura correcta para que cada persona, desde el frente hasta el fondo, pudiera oír las actuaciones con la misma precisión y calidad sonora", contó Rory Stewart, manager de operaciones de producción e ingeniero de audio de PK.

Todo el control y procesamiento fue realizado usando el software de manejo de altavoces Kontrol de PK y una mesa de sonido Digico SD9. ■

Más información

pksound.ca

[f](#) PKSoundPage



Cort
since 1960

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

GB
SERIES

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
www.equipo.com.br
www.musicpro.com.gt
www.casa-veerkamp.com
www.music4uperu.com
www.musicalesortizo.com
www.intermusica.es
www.velasco.com.ec

+54 11 4288-3650
+55 11 2199-2999
+502 2385-0111
+52-55-5668-0480
+511-482-9002
+571-540-0424
+34-934-102500
+593 4 2-307750

FRUGONI GUITARS, A MANO Y CON DETALLES EN DESTAQUE

Desde Buenos Aires, el luthier Francisco Frugoni crea guitarras que se dividen en tres líneas de productos. Conócelas en esta nota

Fundada por Francisco Frugoni a finales de 2011, Frugoni Guitars nace de la necesidad de Francisco de tener un instrumento para sí mismo con las especificaciones y necesidades que él quería cubrir. Luego comenzó a hacer guitarras para sus amigos de manera casi gratuita, ya que ellos sólo pagaban los materiales, y gracias a la popularidad lograda con las fotos de los instrumentos en las redes sociales que hacía fue ganando notoriedad al punto que actualmente construye guitarras para clientes en el exterior.

Basados en las especificaciones y necesidades de los clientes, en Frugoni Guitars fabrican guitarras eléctricas del tipo vintage, es decir, réplicas de guitarras del año 1965 y anterior a éste, tanto en materiales, como en la apariencia de la guitarra, incluyendo detalles de desgaste y añejamiento estético.

El proceso de fabricación se inicia con la selección de la materia prima en base a lo que el cliente busque, tomando en cuenta la madera y la especie específica de árbol de donde se obtenga. Luego se hacen los cortes en la madera y se prosigue al entrastado, para darle forma al mango, las cavidades para las pastillas y luego se lija hasta el punto que quede listo para sellar la madera y pintar. Una vez que la madera ya está pintada, se deja alrededor de 15 días a un mes para el secado de la pintura, y se procede con el pulido, armado y ensamblado final.



Frugoni S22 Shell Pink



Guitarras artesanales desde Buenos Aires

De la fabricación a las líneas de productos

La fábrica se encuentra en Tigre, en la zona de Nordelta, Buenos Aires, y está compuesta por tres empleados, dos encargados del taller y uno de la parte de ventas y marketing. Los instrumentos se realizan a mano y, en su gran mayoría, también cuentan con una máquina, que se llama CNC con pantógrafo, que hace los cortes en bruto y brinda la posibilidad de que, mientras la máquina va trabajando, se puedan realizar otras labores al mismo tiempo.

En este momento cuentan con tres

líneas de productos y modelos. Tienen en disponibilidad modelos de los años 1950 y 1960 y trabajan en tres gamas. Una es la básica, que es la más accesible, luego tienen la intermedia, que es la estándar, y finalmente la gama custom, que es la de mayor costo por las maderas empleadas y los detalles estéticos del añejado.

Lo más solicitado por parte de los clientes son los modelos clásicos con colores tradicionales que, en su mayoría, son modelos Stratocaster y Telecaster. Además, en Frugoni Guitars cuentan con el respaldo de un stock desde hace tres años aproximadamente, aparte

de los pedidos que tienen usualmente. "El stock permite que el cliente pueda llevarse inmediatamente el instrumento que haya probado y gustado en la tienda, sin necesidad de esperar las semanas que se necesitan para un pedido específico", cuenta Francisco Frugoni, dueño de la empresa. Las ventas se realizan de forma directa, sin intermediarios o distribuidores de sus productos, lo que también garantiza que los precios de las guitarras sean más económicos.

Frugoni

Guitars



La diferencia está en el detalle

Francisco explica que sus productos se caracterizan y resaltan por la atención puesta en los detalles de cada modelo, en especial porque son modelos clásicos, por lo que cuentan con un estudio más profundo de las diferencias entre una guitarra moderna y una vintage anterior al año 1965, principalmente porque las maderas y formas fueron cambiando con el pasar del tiempo. Actualmente están trabajando en un modelo de guitarra nuevo que se llama S22. Un modelo Stratocaster con 22 trastes y una pastilla humbucker en el puente que sería una versión más moderna de una Stratocaster.

El comercio de instrumentos en Argentina

Francisco comenta que, en general, la situación de la fabricación de los instrumentos en Argentina ha mejorado muchísimo en los últimos 10 años,

habiendo un auge de fabricantes y productores nacionales que están creando mucha competencia a lo importado, a pesar de que 2018 fue un poco más duro a nivel de ventas.

Para este año, los planes de Frugoni Guitars siguen siendo los mismos de 2018: "Crecer, mejorar la atención al cliente, abastecer la amplia demanda de productos que tenemos e introducir nuevos modelos a nuestro catálogo de productos", concluyó Francisco. ■

Más información
frugoniguitar.com
[f FrugoniGuitar](https://www.facebook.com/FrugoniGuitar)



Reserve



NUEVA
 BOQUILLA PARA
 CLARINETE
X25E
 RESERVE

Consistencia incomparable
 Precisión y foco mejorado
 Mayor profundidad y
 calidez tonal

D'Addario
daddario.com/woodwinds

📱 [f](https://www.facebook.com/DAddarioWoodwinds) 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. © 2018 D'Addario & Company, Inc. All rights reserved.



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 NUEVO TIEMPO PARA SOÑAR

Vendemos sueños. Esta frase, que se ha dicho y repetido tantas veces, es tan real



Por un momento, podemos pensar que somos parte de un ambiente de negocios profesional, frío y calculador, y nos esforzamos en desempeñar nuestro papel de forma aplicada y muy seria. ¡No sólo somos ejecutivos! Hacemos lo que nos gusta. Lidiamos con música. ¿Qué puede ser más gratificante que eso?

Queremos reconocimiento y buscamos satisfacción profesional. Pero

somos esencialmente afortunados por convivir en este mercado. Siendo o no artista o músico, somos parte de un engranaje que mueve el alma. Tan importante como el aire, la música calma, acelera, perturba, nos toca. Se hace presente en los momentos de alegría, dolor y nostalgia. Es decir, es parte de cada uno, lenguaje universal ya aceptado por todos.

Hemos evolucionado como merca-

do y buscamos crear un ambiente propicio para atraer a más y más colegas. Hemos perseguido el ideal de unión que la música nos enseña. Dejando de lado egocentrismos y creencias, actitudes y reacciones, impresiones y decisiones. Sin embargo, no conseguimos dejar de lado la ambigüedad de siempre tener razón. Nuestro medio ambiente es creado sin autocritica y sin noción de la responsabilidad cul-

tural y social que desempeñamos. Y de la fuerza que eso tiene junto a aquellos para los cuales vendemos. Esto nos llevó a una paradoja dimensional que resulta en negocios cada vez más fríos y distantes del consumidor.

¿Recuerdan cuando las tiendas (¡sí, las tiendas!) promovían pocket shows en la calle o en galerías con sus clientes artistas? ¿Qué vemos hoy? Pequeñas concentraciones de músicos dentro de la tienda queriendo mostrar que saben tocar y sorprender a la clientela de la tienda de al lado. ¿Dónde está el sentido común de que debemos promover la música, pues entendemos que éste es el único elemento vital de nuestro mercado, y que, sin música, este mercado simplemente sería un viaje lisérgico de algún soñador?

¿Ya imaginaron al ser humano sin el sentido de la audición? ¿Serían solamente las vibraciones que llamaríamos música? Y aún así haríamos música sensorial moviendo cosas de acá y para allá. Porque somos así, curiosos, descubridores, inquietos.

Un mercado barato

Pero así continuamos intentando dejar por último el eslabón principal de la corriente: el músico, nuestro cliente final. Dejamos de traer productos porque “son caros” (como si Ferrari,

Nuestro medio ambiente es creado sin autocrítica y sin noción de la responsabilidad cultural y social que desempeñamos

Mercedes, BMW simplemente dejaran de ofrecer sus productos top en el mercado porque no deben tener a nadie para comprarlos). Insistimos en ofrecer cosas de calidad inferior, pues lo que importa para el músico es el precio. Lo que me lleva a otra pregunta: ¿y la música? ¿Su calidad? ¿Queda relevada a un papel secundario? ¿Entonces vamos a oír porquerías porque es más barato? ¿Vamos a

escuchar a una persona que se agota en un micrófono de pésima calidad porque es más barato? ¿O mejor, dejar de oír a un buen bajista pues su sonido se baraja en un sistema de primer precio porque es más barato?

- ¡Olvida al bajista! ¡Que haga el bajo en el teclado! (Risas)
- ¡Olvida al baterista! ¡Que lo haga en la computadora!

Y así seguimos hacia lo que no deseamos. Un mercado barato.

Mientras tanto, nuestro consumidor va hasta donde sea para cambiar nuestra opinión. Y los expertos aparecen, y se quejan de la frontera, y se quejan de los que no siguen la unión del mercado.

Los dejo con una pregunta: ¿alguien se acuerda de la década de 1990? Se trataba de cosas baratas, pero los instrumentos que más se vendían eran aquellos de calidad (no los más caros, los más adecuados y aquellos ofrecidos como buenos y no como los más baratos). Buenos tiempos, de tiendas influyentes, con vendedores capacitados y decididos a vender cosas buenas. ¡Buenos tiempos! ■



MODELO
LIVIANO

SONIDO
GRANDE



TYCOON STARGLASS DJEMBES





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

¿ESTÁS PREPARADO PARA EL NUEVO CICLO?

Un breve análisis de las creencias de fin de año y las expectativas de facturación de diversos sectores para 2019

Todo fin de año y comienzo de una nueva jornada siempre escuchamos lo mismo: “Vamos a entrar con el pie derecho”, “Este año vamos a arrasar”, “Vamos a poner en práctica nuevas técnicas de ventas”, y la lista sigue...

Sin embargo, en realidad nada cambia; es más, sólo empeora. He acompañado el duro trabajo de Daniel Neves, CEO de Música & Mercado, desde 2013, cuando empecé a escribir esta columna en todas las publicaciones, dando ideas, planes, sugerencias, reflexiones, una serie de técnicas para vender más y mejor.

Durante todo este tiempo, muy poca gente interactuó con mensajes; parece que a la gente realmente le gusta leer sólo cosas positivas, guías con notas musicales delirantes, coaching con gente importante y distante de nuestra realidad, y así sucesivamente.

¡En serio, nada! El año 2018 cerró con una marca negativa en los negocios de nuestro sector. Haciendo un comparativo, hay otros segmentos de mercado que facturan mucho más que el nuestro, como los productos relacionados al sexo, el mercado farmacéutico o inclusive el mercado de cosas para las mascotas y el de ropa íntima.



¡Voy a parar por aquí!

Cada vez que veo el perfil de buenos amigos en LinkedIn, en las redes sociales, cada vez que aprecio reportajes sobre los buenos distribuidores de nuestro sector, me pregunto: “¿Este mundo al que se están refiriendo queda en Narnia?”.

Yo, particularmente, tengo vergüenza de lo que está pasando en algunos países. La vida de la gente gira alrededor de la música, no hay cómo negarlo. Pero, hablando de negocios, no hacemos “cosquillas” en nuestro PBI.

¿Cuándo vamos a crecer?

¿Cuándo vamos, realmente, a entender qué es la venta al por menor y lo que significa la satisfacción de las necesidades humanas?

Sí, porque música, como ya subrayé en una de nuestras ediciones, es un género de primera necesidad.

Ahora, sólo saber que la gente no puede vivir sin música no basta:

- Nuestro minorista necesita entender que el proceso de captación de clientes, principalmente de nuevos clientes, depende de austeridad; depende de un trabajo arduo, enfocado en la satisfacción de las necesidades de ese consumidor y debe, obligato-

El año 2018 cerró con una marca negativa en los negocios de nuestro sector

riamente, seguir los pasos de cualquier actividad empresarial ligada al comercio minorista.

- Normalmente, por observación, reparo que nuestro minorista da poca o casi ninguna atención al cliente. El fenómeno de la atención ocurre solamente cuando él está en la tienda, interesado en el producto. Después que él compra, adiós; peor aún: si no compra, parece que se vuelve enemigo de la tienda.
- El análisis sobre el cielo y el infierno en los negocios prácticamente inexistente. En primer lugar, nuestro sector es el único que no analiza, profesionalmente, los impactos de las fases buenas y malas.
- Si hablamos de “mimos”, perdimos contra todo el mundo. Prácticamente no tenemos regalos, no encantamos a nuestros clientes que compran con algo más que contribuya a la fidelización. Por otra parte, ¿quién de nuestro sector tiene un Plan de Fidelidad?
- Entrenamiento para los colaboradores ¿Qué es eso? ¿Cómo? ¿Tengo que entrenar a mis colaboradores para hacer lo que es obligación de ellos?
- Lo peor es cuando el cliente es mal atendido o tiene algún problema en su compra. La solución o no existe o sólo sucede en los siglos siguientes...
- Vitrina, ofertas en destaque, visualización de los sectores con la claridad que los instrumentos musicales merecen, limpieza, orden, distribución de los productos, encantamiento visual, son ideas que sólo funcionan en los otros sectores del comercio minorista. ¡El nuestro no lo necesita!
- Cuando el día es de movimiento, la cosa se vuelve peor. No hay control de llegada del cliente, las personas se pierden en la tienda, son atendidas por personas de sectores distintos a lo que el cliente busca, un caos. Pocos son nuestros minoristas que destacan la recepción del cliente al entrar en la tienda.
- E-commerce, redes sociales, mailing sólo funcionan en la primera semana del lanzamiento de la plataforma. ¡Después, adiós!

¿Te das cuenta lo que quiero decir cuando hablo de austeridad? Si nuestro sector siguiera fielmente los preceptos del comercio minorista, seguramente estaríamos realizando ventas millonarias. Somos millones de personas que adoran la música en todo el mundo. Pero no ofrecemos herramientas para que ellas interactúen con nosotros. ■



K1A-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 unarespuesta 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

RECORDANDO A JIM DUNLOP

Jim Dunlop, el fundador de Dunlop Manufacturing e innovador creador de púas, capos y otros accesorios para guitarra, ha fallecido. Tenía 82 años

Nacido en Escocia en 1936, Jim viajó a Canadá cuando era joven, en busca de nuevas oportunidades. Allí conoció a su novia y la madre de sus hijos, Bernice, y los dos se dirigieron a California detrás de un clima más cálido; lugar donde aún hoy reside la compañía.

En la década de 1960, había comenzado una familia y se desempeñaba como maquinista, antes de comenzar a trabajar como ingeniero mecánico en el Área de la Bahía de San Francisco. Fuera de las horas de trabajo, invirtió en su interés de toda la vida por la música para crear accesorios para guitarristas.

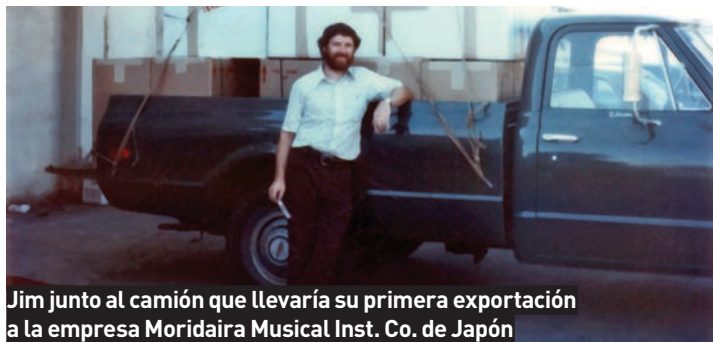
El espíritu audaz e innovador de Jim lo llevó a convertir su pasatiempo en un medio de vida, y en 1965 fundó Dunlop Manufacturing, Inc. Encontrando un éxito local con capos hechos a mano, tomó la decisión de convertirse en fabricante de púas de guitarra. Su obsesión por la precisión lo llevó a diseñar púas de guitarra calibradas por su verdadero grosor.

Jim Dunlop se comprometió personalmente a ampliar las opciones disponibles para los guitarristas de la época, introduciendo un estricto control de calidad y una variedad más amplia de calibres. Combinó el consejo de los músicos con su precisa intuición de ingeniería, experimentando con numerosas formas y materiales para que los músicos pudieran encontrar la elección correcta y sacar el máximo provecho de ella. Uno de los mayores triunfos provenientes de esa experimentación fue Tortex Picks.

En la década de 1980, Jim entró audazmente en el mercado de los efectos, formando un equipo de ingenieros y asegurando piezas de alta calidad. Adquirió marcas queridas en el mercado como Cry Baby y MXR, y expandió sus ofertas mientras se mantuvo fiel a sus legados. La electrónica abrió la puerta a la



La primera participación en feria de Jim Dunlop, en Nevada.



Jim junto al camión que llevaría su primera exportación a la empresa Moridaira Musical Inst. Co. de Japón



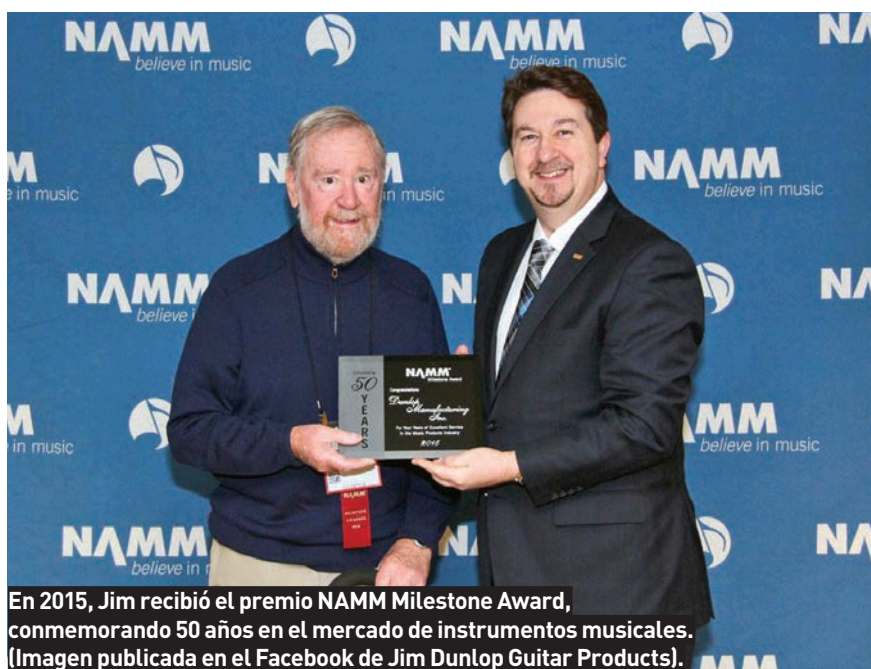
Jim entregando al ícono del blues Stevie Ray Vaughn un Cry Baby Wah recubierto en oro. El Dunlop Cry Baby fue una creación de Jim, se trata de un innovador pedal wah-wah para guitarra eléctrica que aún hoy es #1 en ventas

compañía de Jim, lo que llevó a colaboraciones con la familia de Jimi Hendrix y numerosos artistas como Eddie Van Halen, Dimebag Darrell y Slash. Hoy en día, Dunlop Manufacturing es una de las compañías de pedales más grandes y reconocidas en el mundo.

Siempre atento a las necesidades de los guitarristas, Jim vivirá en los muchos productos que creó para brindar a las personas una mejor experiencia a la hora de tocar.

Jim quedó viudo en 2001 y le sobreviven Linda, su esposa durante los últimos siete años; su hija Jasmin Powell, casada con Glenn; su hijo Jimmy Dunlop, casado con Elizabeth; y sus nietos Alyssa Powell, Krista Powell y Max Dunlop.

En lugar de flores, sus allegados



En 2015, Jim recibió el premio NAMM Milestone Award, conmemorando 50 años en el mercado de instrumentos musicales. (Imagen publicada en el Facebook de Jim Dunlop Guitar Products).

recomendaron hacer contribuciones conmemorativas a MusiCares en nombre de Jim Dunlop. ■

Más información
jimdunlop.com



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 continuously controlled.

Château
 TAIWAN

Musikmesse Booth: 3.0 A82

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

ESCUELA DE MÚSICA GANA SALA DE RENOMBRADA MARCA JAPONESA DE GUITARRAS IBANEZ

La Escuela de Música Rafael Bastos es la primera sala de Brasil patrocinada por la marca

Un apasionado de la música desea estar cerca de sus ídolos. Para los estudiantes de música, el sueño alcanza escalas más altas, como, por ejemplo, usar los mismos equipos o inclusive ver a sus ídolos tocar.

Con el objetivo de motivar aún más a sus alumnos, la Escuela de Música Rafael Bastos, de Florianópolis, capital del estado de Santa Catarina, en la región sur de Brasil, inauguró la sala Ibanez Guitars. Es la primera sala en el país dedicada solamente a la guitarra.

De acuerdo con el propietario de la escuela, Rafael Bastos, ésta ya es una práctica común en la metodología aplicada, pero esta sala tiene un gusto especial por ser la primera en todo Brasil. “Los grandes nombres de la guitarra internacional, como Stevie Vai, Paul Gilbert, Kiko Loureiro, Everton Waldman, y los catarinenses Chico Martins (Dazaranha) y Hique D’Ávila (Stormental) utilizan los productos de la marca japonesa Ibanez, y poner a nuestros alumnos cada vez más cerca de esos



Espacio especial con instrumentos y otros productos de la marca Ibanez



instrumentos de punta es algo extremadamente motivador”, destaca.

Las clases en la sala Ibanez Guitars están siendo conducidas por el profesor Marcelo Rosa, que desde 2014 es artista de la marca. “La experiencia de enseñar en una sala como ésta es úni-

ca, porque motiva al alumno/músico y proporciona una experiencia única y diferenciada”, dice Rosa.

Actualmente, la Escuela de Música Rafael Bastos posee 150 alumnos de guitarra y 600 alumnos en los demás cursos, de todas las edades. ■

Más información | Sala Ibanez en la Escuela de Música Rafael Bastos
Año de creación: 2018
Sitio: embr.com.br
[f](#) EMBR.Floripa



MEET ITALIAN EXCELLENCIES



DIGITAL
MAGAZINE
DOWNLOAD



ITALIAN MUSICAL INSTRUMENTS MANUFACTURERS
FROM MUSIC CHINA TO THE WORLD MARKET

www.bigboxmedia.it - info@bigboxmedia.it

EL TRABAJO DE RAQUEL MUSIC STORE DESDE HUMACAO

La tienda es joven, fue creada en 2017, pero cuenta con un gran trabajo hecho por su staff ofreciendo a los clientes diferentes servicios y fomentando el arte de la música

Raquel Music Store nació en el año 2017 con el propósito de suplir la necesidad del sector musical para el área este de Puerto Rico.

Fue fundada por los hermanos López Santiago en honor a su madre, Raquel Santiago Cruz. La idea surgió al identificar que el pueblo de Humacao se había quedado sin una tienda musical y, ya que Raquel contaba con experiencia en el sector, sus hijos decidieron fundar Raquel Music Store.

“La evolución de nuestra tienda ha sido mayormente por el insumo de los clientes. Nos hemos dedicado a conocer las necesidades musicales que tienen los clientes y las convertimos en oportunidades lo cual nos ha ayudado a evolucionar positivamente introduciendo nuevas categorías y servicios”, contó Gregg López Santiago, uno de los propietarios.

En la tienda se trabajan diferentes categorías de instrumentos, como los de cuerdas, viento, percusión mayor y percusión menor, además de accesorios para todo tipo de instrumento, audio profesional, libros y métodos musicales.

Los productos de mayor venta son los accesorios de instrumentos de cuerdas y libros para distintas entidades educativas.

Además de la venta, Raquel Music Store ofrece reparación y mantenimiento de instrumentos, productos para luthier y clases de música, las



Gregg y Raquel en el showroom de venta



Guitarras acústica y eléctricas



Gregg junto a Iván Serrano (maestro de música) y Samuel Santiago (encargado del área de ventas)



Tienda en Humacao

cuales están a cargo de profesionales en las distintas áreas.

“Identificamos que el servicio personalizado es un factor que los usuarios exigen cada día más”, dijo Gregg, destacando que los clientes de la tienda están mostrando más interés en vivir la experiencia de venta física que la compra online.

“La tienda física es la que mayor flujo genera. No obstante el alcance de la tienda online es mucho mayor ya que está abierta 24/7”, agregó

Con tanta tecnología, se ha perdido el valor que las artes aportan a la creación de un ser humano integral



Variedad en cables



Amplificadores y otros accesorios



Libros y métodos musicales



Percusión

Promoviendo las artes

Con sus cinco empleados, Raquel Music Store vende para toda la isla y también para el exterior. Entre los planes para el futuro, piensan seguir desarrollando su tienda online así como continuar apoyando a los artistas locales e instituciones educativas.

Además, la tienda ya ha organizado varios concursos por radio y ha participado en actividades del municipio así como presentaciones de productos por medio de Facebook.

“La necesidad de instrumentos musicales siempre va a existir y entendemos que un instrumento bien cuidado puede durar bastante. Sin embargo, los accesorios y productos de mantenimiento son indispensables, los cuales producen más ventas que los instrumentos”, cuenta Gregg.

“Para que la venta de instrumentos



Guitarras acústica y eléctricas

musicales pueda continuar su crecimiento en Puerto Rico es indispensable el apoyo al comercio local. De igual forma es importante, tanto en los hogares como en las escuelas, que se fomente la importancia de las artes. Con tanta tecnología, se ha perdido el valor que las mismas aportan a la creación de un ser humano integral”, enfatizó. ■

Más información

Raquel Music Store
Año de creación: 2017
Sitio: raquelmusicstore.com
f RaquelMusicStore




PROMARK
ACTIVEGRIP™

TOMA EL CONTROL

PRESENTAMOS LA PRIMER BAQUETA DEL MUNDO QUE SE ACTIVA CON CALOR

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

Pro-Mark Latinoamérica
promark.com

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

AUDIOPRO SUMA MARCAS A SU LISTA DE DISTRIBUCIÓN

La empresa de Guayaquil tiene tres nuevas marcas que ahora representa en el país: Aguilar, Genzler y G&L

Aprovechando una buena temporada de ventas en el último trimestre de 2018, AudioPro decidió tomar la distribución directa e invertir de lleno en Aguilar, que es una marca muy bien posicionada a nivel mundial. El CEO de la empresa, Dave Avenius, les extendió su propuesta luego de conocer que trabajaban directamente con marcas muy prestigiosas como Paul Reed Smith, Warwick y Spector.

Otra de las marcas nuevas es G&L, que mantiene vivo el espíritu de Leo Fender de hacer guitarras buenas, simples y económicas, y también Genzler, que es una nueva marca en el mundo de la amplificación de bajo pero con muchos años de experiencia. Antes Jeff Genzler era propietario de Genz-Benz.

“Desde 2017 hemos tenido contacto con Ron Moreno de G&L, afinando detalles sobre la distribución correcta para Ecuador. En ese año el CITES impedía la exportación de guitarras con Rosewood y requería una inspección y certificado, por lo cual hemos tenido que esperar a los cambios a Chechen y Bolivian Rosewood”, cuenta Luis Fernando Fabara, presidente de AudioPro.

Los productos ya están disponibles en el mercado ecuatoriano, como Luis explica: “Recibimos el primer embarque de Aguilar y G&L unos días antes de San Valentín, ¡de manera que los músicos podrían encontrar a su amada o amado en AudioPRO! ¡Un amor de por vida!”.



Más opciones para los clientes



Luis Fernando Fabara, presidente de AudioPro

Modelos en venta

De la marca Aguilar, la empresa se aventuró con “el fierro fuerte DB751”, varias cabinas (DB810, DB410, DB212) y toda la serie SuperLight de Aguilar “que es fantástica para el bajista que necesita algo transportable”, dijo.

“Los amplificadores ToneHammer son de venta segura para quienes desean un tono profesional, cálido y redondo. El nuevo AG700 es preciso para quienes buscan un amplificador rápido, limpio y brillante perfecto para Slap”.

Luis contó que los Aguilar son preferidos por empresas de backline, iglesias y una variedad de bajistas en todos los géneros desde jazz a metal y especialmente géneros tropicales. “En pedales no puede faltar un buen compresor TLC en tu arsenal!”, agregó. De G&L importaron con gran éxito las series Tribute y Fullerton Standard, y ya tienen los primeros

pedidos especiales para la G&L Custom Shop, “donde puedes ordenar la guitarra de tus sueños”.

“Genzler tiene el concepto de Bass Array en sus cabinas que incluye drivers de medios y altos alineados al estilo line array. Éstas acopladas a los amplificadores Magellan 800 y Magellan 350, que permiten conectar tres cabinas a 8 ohms (2.67 ohm total), ofrecen un sonido incomparable en un paquete bastante compacto sin sacrificar sonido”, comentó Luis.

Entre la variedad importada, el presidente de la empresa comentó que seguramente los modelos que tendrán más éxito en el mercado son los Legacy y S500, ASAT y bajos L2000 de G&L, junto con los amplificadores ToneHammer.

“Esperamos que G&L se posicione como una de las marcas preferidas entre los músicos que favorecen el estilo ‘Fender’”, enfatizó.

G&L por primera vez en Ecuador

AudioPro es distribuidor oficial de G&L desde enero de este año, pero la marca Aguilar la han trabajado por más de 8 años. "Pero es la primera vez que lo hacemos como distribuidores directos para Ecuador, brindando un mejor servicio y mejor precio para los bajistas de nuestro país".

Al ser la primera vez que G&L llega a Ecuador, Luis comentó que las guitarras de la marca "¡Se venden solas! La historia sobre la última fábrica de Leo Fender, nos conecta con la invención de la Stratocaster y el primer bajo eléctrico".

"El espíritu de Leo Fender vive en estas guitarras, y nuestros clientes lo sienten cuando las toman en sus manos o las escuchan en nuestros videos. Se puede apreciar que G&L da lo mejor de sí en cada instrumento, desde el más económico hasta el más costoso. Actualmente nos encontramos brindando un precio especial de introducción para que más personas conozcan y ya vean en escenarios y estudios lo fabulosas que son las guitarras G&L, además de reiniciar nuestro canal de Youtube https://www.youtube.com/watch?v=F_3sCIsW8v8".

La acogida inicial ha sido tan alta que los clientes han vaciado la tienda en los primeros días. "Estamos esperando realizar un embarque más grande de las series Tribute, Fullerton USA y Custom Shop para tener una gran variedad de instrumentos que demostrar en nuestra futura clínica y mayor cantidad de videos", detalló.

Sobre todo con las guitarras G&L, los comentarios de los clientes han sido muy favorables en cuanto a la relación



calidad-precio. "Todos salen sorprendidos cuando las prueban y escuchan".


Además, la empresa se encuentra en proceso de desarrollar un nuevo sistema de información y website de venta online donde se podrán encontrar todas las marcas que distribuye actualmente: Strymon, Truetone, Aguilar, G&L (Leo Fender), Warwick, Schecter, Pedaltrain, Mono Case, PRS, Martin Guitars, EHX, Tech21, Danelectro, JHS, ZVEX, Supro, Heritage Guitars (creada por ex empleados de Gibson), Darkglass, Maxon, Emma, Elixir Strings, Soldano, Friedman y Diezel. ■

Más información

AudioPro

Año de creación: 1980

Sitio: audiopro.com.ex | audiopromusic.com

 AudioProEcuador



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

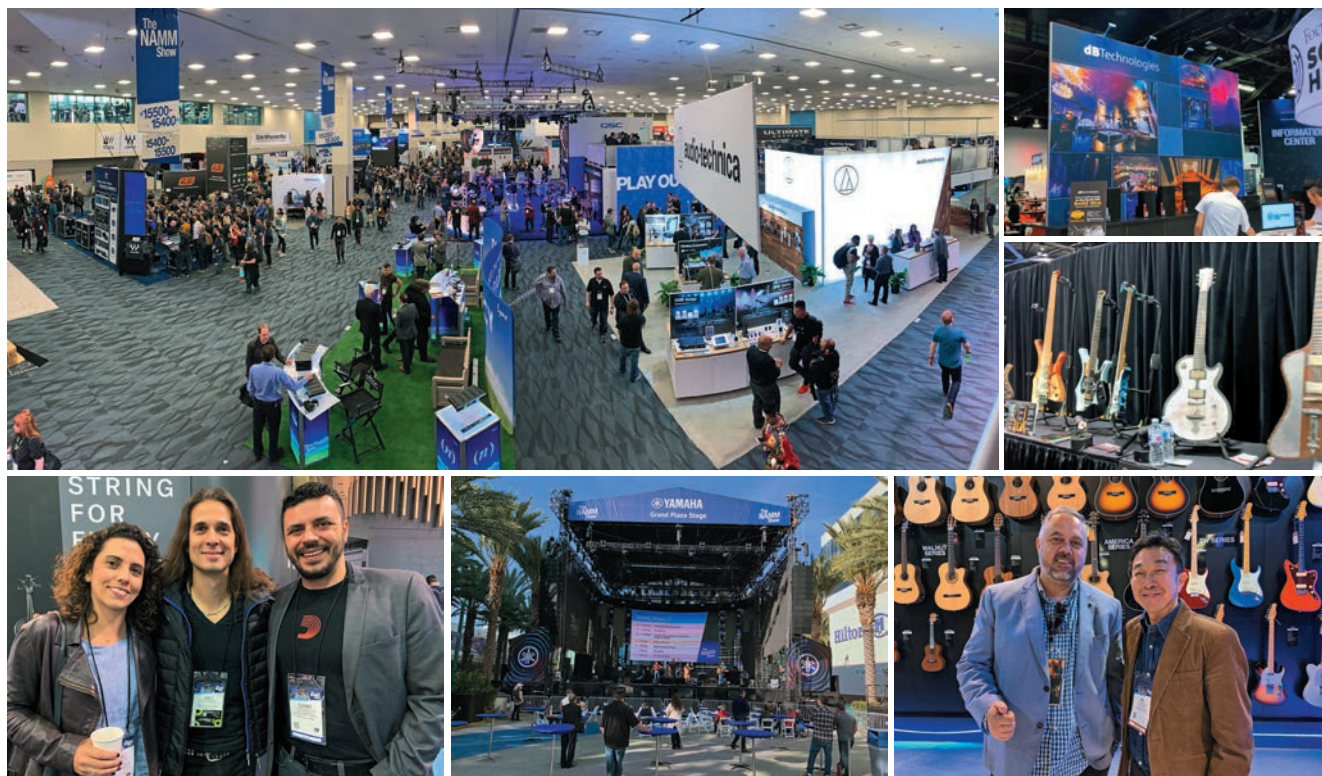
evansdrumheads.com

D'Addario and Evans are registered trademarks or trademarks of D'Addario & Company, Inc. or its affiliates in the US and/or other countries. © 2014 D'Addario & Company, Inc. All rights reserved.

POST-FERIA

ENERGÍA POSITIVA Y RENOVADA EN NAMM SHOW 2019

La feria abre el año con lanzamientos, tendencias, inspiración y ganas de más. ¡Imperdible! Vea un poco de lo que sucedió aquí



Durante el transcurso de cuatro días en The NAMM Show 2019 en Anaheim, California (del 24 al 27 de enero), los líderes mundiales de los productos de música, audio profesional e industrias de tecnología de eventos se reunieron para la introducción de nuevos productos, oportunidades comerciales, hacer conexiones y obtener nueva inspiración gracias a más de 400 sesiones educativas, con la

participación de 115.301 profesionales registrados reunidos para servir a la comunidad musical y hacer avanzar a la industria en lo que resta del año.

“Vivimos en tiempos acelerados en los desarrollos tecnológicos y en los negocios globales y las condiciones del mercado, y eso puede crear imprevisibilidad en cualquier industria”, compartió Joe Lamond, Presidente y CEO de NAMM. “Sin embargo, si echas un

vistazo a The NAMM Show, podrás encontrar muchas razones para sentirte cómodo con la importancia de la música en todo el mundo y el futuro de la industria de productos musicales.

Desde las emocionantes innovaciones de nuestros miembros expositores, la creatividad de nuestros miembros minoristas en la búsqueda de formas mejoradas para servir a sus comunidades, especialmente educadores de música,



ca, hasta los profesionales y empresas de sonido en vivo, iluminación y tecnología de eventos que realizaron el viaje a Anaheim, las conexiones, las oportunidades de negocios y la educación ofrecieron a

cada uno las herramientas necesarias para tener éxito en este año”.

La feria reunió a más de 2.000 compañías expositoras, representando un total de 7.000 marcas. Entre los visitan-

tes, hubo un 14% de participación internacional. Hablando en forma general, es la primera feria en el calendario y, como cada año, actúa como un núcleo para reunir todas las novedades, las

LISTO PARA DESPEGAR

con OBSIDIAN CONTROL SYSTEMS.



NX⁴

- Completa consola de iluminación
- Pantalla táctil HD de 15.6", 2 puertos para pantalla externa hasta 4K
- 44 Playbacks (10 faders motorizados, 12 submasters y 22 botones ejecutores)
- 9 Encoders, keypad y pantalla integrada de 3.5"
- 64 Universos, 4 salidas XLR 5-Pin
- Compatibilidad con Protocolos de Red, DMX, TimeCode y Midi

REFINADO CON PASIÓN

OBSIDIAN™

www.obsidiancontrol.com

Distribuido Por



Contacta a tu proveedor de Elation para más detalles.
ventas@elationlighting.com • (728) 282-7070

POST-FERIA



Ganadores Premios TEC

Hardware de amplificación/estudio & refuerzo sonoro:	Grace Design - m908 Surround Monitor Controller
Apps de audio & hardware/periféricos para smartphones & tablets:	Yamaha - CL/QL StageMix v.7
Tecnología para educación de audio:	Produce Like A Pro - Produce Like A Pro
Hardware de audio para computadora:	Universal Audio - Arrow
Tecnología para producción DJ (Hardware/Software):	Pioneer DJ - DDJ-1000 Controller
Tecnología en audífonos/audiculares:	Audio-Technica - ATH-M60x
Consola de formato grande:	Solid State Logic - SSL Live L100
Preamplificadores de micrófono:	Rupert Neve Designs - RMP-D8
Micrófonos - grabación:	Neumann - U 67
Micrófonos - refuerzo sonoro:	Sennheiser - HSP Essential Omni
Amplificación & efectos para instrumentos musicales:	Universal Audio - OX Amp Top Box
Hardware para instrumentos musicales:	Dave Smith Instruments - Sequential Prophet X
Software para instrumentos musicales:	EastWest Sounds - Hollywood Choirs
Esencial para producción:	PreSonus - FaderPort 16
Hardware para procesamiento de señal:	Eventide - H9000
Hardware para procesamiento de señal (módulos serie 500):	API - 529 Stereo Compressor
Software para procesamiento de señal (dinámica/EQ/utilidad):	iZotope - Ozone 8 Mastering Suite
Software para procesamiento de señal (efectos):	Soundtoys - Little Plate Plug-In
Consola de formato pequeño:	Allen & Heath - SQ Series Mixers
Altoparlantes para refuerzo sonoro:	JBL - VTX A12W
Monitores de estudio:	JBL - 3 Series MkII
Tecnología inalámbrica:	Sennheiser - evolution wireless G4
Tecnología de workstation/dispositivo de grabación:	Avid - Pro Tools Ultimate



tendencias que marcarán el ritmo en estos 12 meses y reúne a distribuidores y compradores locales e internacionales junto con sus marcas preferidas.

América Latina y España estuvieron

muy bien representadas por comisiones de importadores, fabricantes y asociaciones. La Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales (CAFIM) llevó un pabellón argentino, con 11 fabricantes

del país. Fabricantes españoles, como Alhambra Guitars, también mostraron las novedades para el mercado internacional. Brasil también estuvo presente con fabricantes como NIG/GNI Strings, Tagima



18TBW100

Un nuevo clásico. En años recientes, el **18TBW100** de B&C ha llevado la actuación del subwoofer con imán de ferrita de 18" al siguiente nivel. La bobina de voz de enrollado dividido más profundo provee manejo de potencia aumentado y más salida total. Un sistema de suspensión comprobado se combina con un roll surround triple y un spider de silicona doble para Xmax confiable y superior. Un anillo de demodulación de aluminio mantiene la distorsión baja, mientras el motor de alta energía más grande es refrigerado usando un espacio de bobina de voz ventilado.

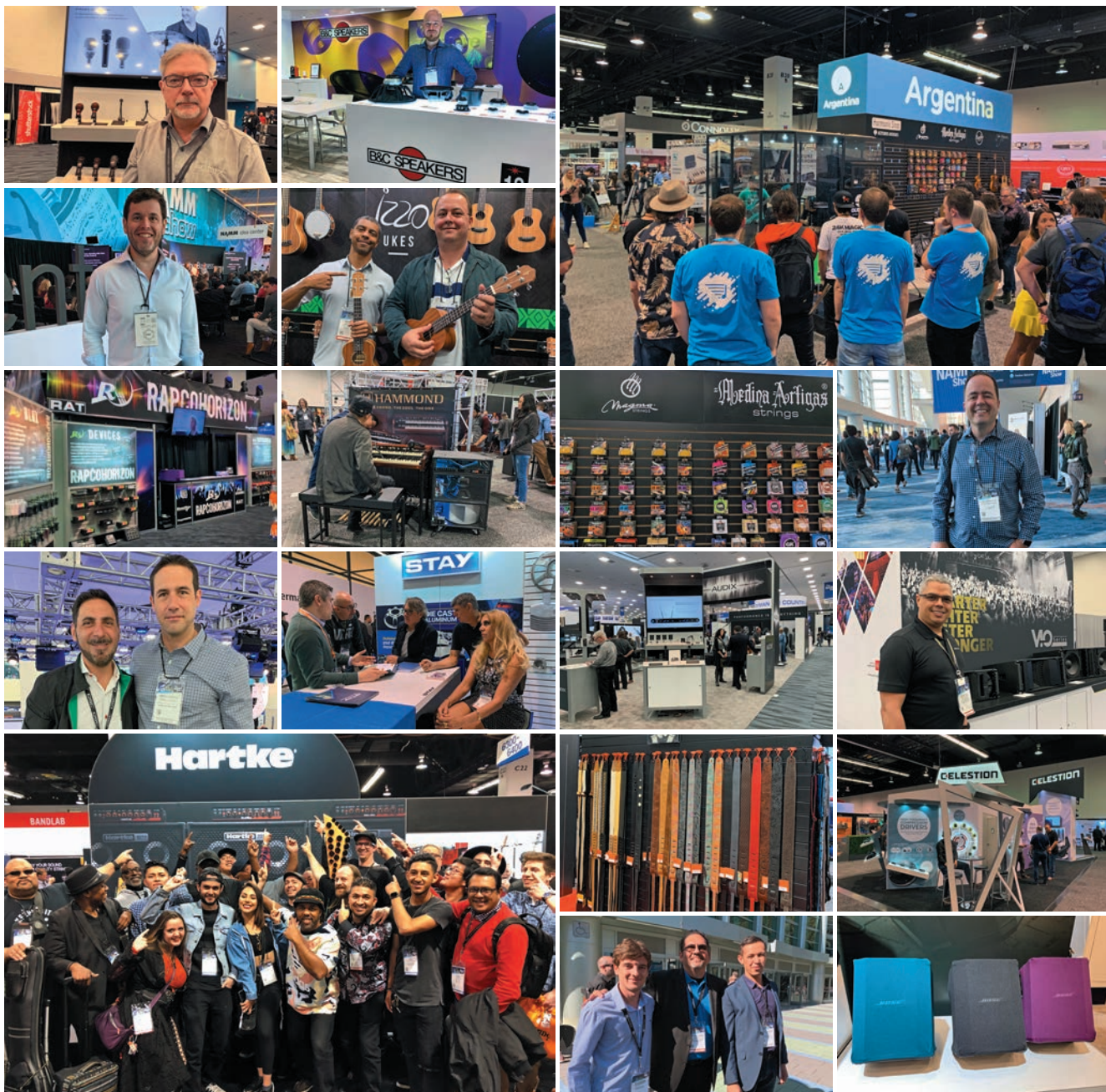
El **18TBW100**. Rendimiento y confiabilidad extremos con excelente valor.

made in Italy



WWW.BCSPEAKERS.COM

POST-FERIA



Guitars, Odery Drums, PRV Audio, Stay Music, Bass Straps y, claro, *Música & Mercado* también tuvo un stand en la feria.

Para Daniel Neves, presidente de la Asociación Brasileña de la Industria de la Música (ANAFIMA): “NAMM ha sorprendido a todos. No solamente por la capacidad de atraer a compradores y expositores de todo el mundo, sino por el ambiente y la atmósfera positiva que la feria crea”.

“La vibra que hay en NAMM va más allá de simplemente presentar tus productos. Se trata de crear energía y momentos para nuestros usuarios”, dijo James “J.C.” Curleigh, nuevo CEO de Gibson. “Creas recuerdos que quedan en la memoria de la gente para siempre. Es muy emocionante”.

Esa energía se notó más que nunca. Fue un año con tanto para ver, tantas personas para hablar y una vibra tan

positiva que los días pasaron volando y nos quedamos con ganas de más. ¿Qué más podemos decir? Te invitamos a ver un poco de la acción a través de las siguientes fotos y te irás enterando de todas las novedades aquí, en las próximas ediciones y en nuestro sitio. ■

Más información
namm.org



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

NOVEDADES PARA MUSIKMESSE & PROLIGHT+SOUND

Los visitantes a las reconocidas ferias alemanas verán varios eventos a ser realizados por primera vez en la edición de 2019

En un plan de acción que se viene llevando a cabo desde la última edición de las ferias, los organizadores pensaron en traer más novedades este año. Les presentamos varias de ellas en nuestras últimas revistas pero va aquí un resumen para tener en cuenta y no perderse lo que sucederá del 2 al 5 de abril en Frankfurt.

Musikmesse este año estará buscando al instrumento musical más inusual del año. Luthiers y fabricantes pueden enviar sus sugerencias hasta el 20 de marzo y un jurado se encargará de seleccionar los tres instrumentos más originales. Los premios serán otorgados durante la feria.

Otro premio será el German Musical Instrument Award, destacando tres instrumentos musicales completamente diferentes. En la categoría de guitarra con cuerdas de acero (flattop, 6 cuerdas), el ganador fue el modelo MID estándar del joven fabricante de guitarras David Jünger. Ya en la sección de trompetas SI bemol mayor hay dos ganadores: el modelo B&S MBX 'Heritage' de Buffet Crampon y el 'Topline G' de Kühnl & Hoyer. La ceremonia será en el Room Dimension, Hall 4.2, el 5 de abril, y los productos ganadores es-



Programa Insider



Buscando al instrumento más inusual

tarán expuestos en el foyer del Hall 4.1 durante todos los días de la feria.

En ambas ferias, el programa Insider ofrece la posibilidad para que compradores de sonido y tomadores de decisiones de los sectores de música y eventos puedan utilizar diferentes recursos de los organizadores, como ingresos para las ferias, tickets para transporte público, área de recepción exclusiva apuntada a los visitantes internacionales y tickets para comida.

Otra novedad será el primer foro de broadcast y producción, un programa



de seminarios con diferentes conferencistas presentando tendencias tecnológicas y proyectos orientados al futuro en estos segmentos. La participación es gratuita para los visitantes de Prolight+Sound.

El Vintage Concert Audio Show también hará su debut este año, dando la oportunidad de oír y ver a los sistemas de PA para concierto más destacados de cuatro décadas. Habrá más de 200 items de 1960, 1970, 1980 y 1990 en un área especial en el Forum.0.

El foco de los organizadores y empresas expositoras este año será aumentar la presencia de los visitantes internacionales, buscando volver a ser una feria mundial y no sólo con participantes de Alemania.

Mucho más podrá ser visto en los pabellones de video, iluminación, sonido e instrumentos de las ferias. ¡Allí nos vemos! ■

Más información

musikmesse.com
prolight-sound.com



Una buena guitarra merece las mejores cuerdas.

Por eso nosotros
hacemos las nuestras.



En Martin, estamos obsesionados por crear las guitarras de la más alta calidad y el mejor sonido. Pero una buena guitarra no está completa sin un buen set de cuerdas. Es por eso que creamos las Authentic Acoustic. Es por eso que hacemos nuestras propias cuerdas.

Descubre más en martinguitar.com/aa

Martin & Co.
EST. 1833

PRODUCTOS | AUDIO

LD Systems

U300

El nuevo sistema inalámbrico UHF de la gama U300 ofrece soluciones completas basadas en tecnología inalámbrica. Viene en opciones con auriculares, micrófonos de solapa o de clip, una versión para guitarras y bajos eléctricos, y juegos que incluyen micrófonos de mano. La gama se ve completada con los sistemas inalámbricos U300 de monitorización intraauricular (IEM). Dependiendo de la versión escogida, tanto los sistemas IEM como los de radio UHF, cubren distintos intervalos de frecuencia para que puedan utilizarse en todo el mundo, y ofrecen doce canales. El transmisor de mano de la gama U300 incluye cápsulas dinámicas cardioides y ofrece una amplia respuesta en frecuencia entre 55 Hz y 16 kHz.

Contacto: ld-systems.com



Celestion

Axi2050

Actuando en el papel de dos altavoces en uno, el Axi2050 reproduce un rango de frecuencia de 300 Hz - 20.000 Hz sin la necesidad de un midband crossover.

Utiliza un diafragma de titanio anular de diámetro grande y esculpido, circunferencialmente axiperiódico. Esta tecnología permite más salida de ancho de banda y otras ventajas. Consecuentemente, la forma de los modos de vibración mecánica ha sido diseñada para que no coincida con los modos acústicos, permitiéndole al dispositivo brindar un rendimiento descolorido al evitar picos de resonancia. El diafragma tiene un diámetro lo suficientemente largo (más de 175 mm) para reproducir frecuencias tan bajas como 300 Hz mientras tiene un movimiento de masa lo suficientemente pequeño para facilitar la reproducción de altas frecuencias.

Contacto: celestion.com



Zoom

Q2n-4K

La cámara Zoom Q2n-4K ha sido diseñada con los músicos en mente, para capturar presentaciones, prácticas y transmisiones en vivo, brindando capacidad 4K UHD, 12 configuraciones de escena especializadas y grabación de audio de hasta 24-bit/96kHz. Con ángulo de lente de 150° y cinco configuraciones field-of-view (FOV), la Q2n-4K graba desde guitarra acústica hasta heavy metal. Con la pantalla LCD a color y grabación en un toque, puede ser enmarcado y rodar en segundos. Además, reproducir o monitorear audio a través de auriculares o altavoces, y con una salida de video HDMI micro Tipo D, inclusive se puede revisar el video en alta definición en un televisor.

Contacto: zoom.co.jp



Eros Speakers

Woofer E-15 SDS 3K3

Disponible en modelos de 4 ohms y 8 ohms, viene montado en una carcasa de aluminio de 15", con cono de multifibras. Proyectado para reproducir subgraves y graves más firmes y con baja distorsión debido al auxilio del nuevo anillo de corto "Faraday", el SDS 3k3 Evolution de 15" soporta 1.650 W rms y posee nuevo diseño de la "Línea Pro", nuevo diseño de borde con tejido más grueso y tratamiento especial, permitiendo mayor excursión, nuevo cono prensado y con fibras largas en formato recto, proporcionando mayor rigidez y SPL. Respuesta en frecuencia - Free-Air - 39 ~ 1.420 Hz @-10dB, sensibilidad [(@ 1 W, 1 m) - Free-Air - 95,18 dB.

Contacto: eros.com.br



dBTechnologies

RS16000

Touring Rack

Operable dentro del espectro UHF entre 470-870 MHz, el sistema de micrófono inalámbrico digital de 24 bits ofrece hasta 400 MHz de ancho de banda de sintonización a través de seis canales. Los usuarios disponen de un total de 16.000 frecuencias, que pueden seleccionarse en modo manual en incrementos de 25 kHz. El sistema RS16000 Touring Rack, ubicado en un estuche resistente, incluye seis receptores RS16000R, un divisor de antena AS6W modelo con alimentación fantasma de 9V, su propio sistema de enfriamiento activo, una fuente de alimentación RPS10 y un concentrador de red HUB800, que facilita el uso de la tecnología inalámbrica patentada de dBTechnologies, el software Wireless Manager, a través de un puerto USB en el panel frontal. También tiene un puerto Ethernet en el panel posterior para formar y administrar múltiples sistemas, cada uno de los cuales puede admitir virtualmente más de 60 transmisores simultáneamente. Vendidos por separado, los transmisores portátiles y de bolsillo están disponibles para uso con el sistema. Rango de operación de casi 300 metros libre de interferencias.

Contacto: dbtechnologies.com



B&C Speakers

6MBX44

Parte de la serie MBX, éste es un driver de 6" con anillo de neodimio, que permite un ensamble de motor liviano pero potente. Entre las características se encuentran: diámetro de bobina de 1,7", potencia programa continua 400W, sensibilidad 98 dB, rango de frecuencia 115 - 5000 Hz, peso 1,5 Kg, y más.

Contacto: bcspeakers.com





HECHA PARA EL ESCENARIO

ROAD SERIES I CREADA PARA LOS ARTISTAS

Construcción en madera sólida • Afinador embutido en la boca • Bolso de transporte premium • Incrustaciones patrón madreperla

Martin & Co.
EST. 1833

Audiocenter L-Series

Sistema de columna activo portátil y compacto. La serie cuenta con tres sistemas: L83+L83S, L65+L65S Y L65+L65A. Traen tecnología de aplicación de núcleo BrainCore investigada y desarrollada por Audiocenter para altoparlantes controlados por DSP activos de la empresa, tecnología de guía de onda ETE, tecnología Phycal de calibración física, driver personalizado de la empresa, diseño de montaje en poste ajustable, amplificación clase D, sistema de ventilación avanzado, Bluetooth embutido, facilidad Plug and Play, diseño de acústica física en caja de madera y tecnología FTF en driver LF.

Contacto: ac-pro.net



Eminence NSW6021-6

La empresa presentó varios modelos nuevos para su línea Tour Grade. Uno de ellos es el NSW6021-6.

Un subwoofer de 21" para cajas venteadas pequeñas a grandes, con impedancia de 6 ohms, 2500 W/5000 W programa, resonancia 29 Hz, frecuencia usable 25 Hz a .6 kHz, sensibilidad 97 dB, imán de neodimio, diámetro de bobina de voz de 6" y Max 21 mm. Cuenta con suspensión "double spider" (no sandwich de silicona que aumenta la distorsión). Diseñado y ensamblado en Estados Unidos.

Contacto: eminence.com

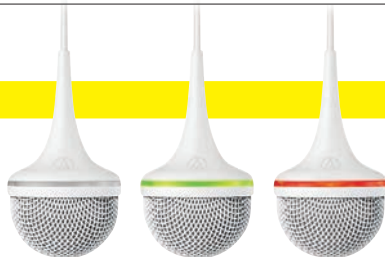


Audio-Technica ES954

Micrófono de matriz colgante, una solución para salas de reuniones, salas de conferencias y otros espacios de reunión.

Cuando se controla con la mezcladora digital ATDM-0604 Digital SmartMixer de Audio-Technica, el micrófono de matriz de cuatro cápsulas ofrece cobertura de 360° a través de salidas hipercardioides o cardioides digitales que pueden orientarse horizontalmente e inclinarse verticalmente. El ES954 puede utilizarse en forma individual o grupal para capturar la voz de todas las personas que hablen en una sala, con el número de canales limitado únicamente por la capacidad de la mezcladora o procesador digital de señales (DSP) que controle el sistema. Cuenta con un cable fijo de 1,2 m con arandela de bloqueo que permite ajustar la altura del micrófono. También cuenta con tecnología de protección contra RFI UniGuard, que ofrece rechazo a la interferencia por radiofrecuencia.

Contacto: audio-technica.com



Shure MV88+

Este kit de video incluye un micrófono condensador estéreo digital, el cual proporciona a los creadores de contenido una solución integrada para capturar grabaciones de calidad profesional sobre la marcha. El kit también posee un trípode Manfrotto PIXI, clip para teléfono y montura, así como cables iOS y USB-C para compatibilidad y conectividad con el siguiente nivel. Forma parte de la línea MOTIV de micrófonos digitales y soluciones portátiles, diseñado para podcasters, videógrafos, creadores de contenido, grabadores de sonido en vivo y músicos. Compatible con dispositivos iOS, el kit cuenta con una variedad de accesorios nuevos y mejorados.

Contacto: shure.com



Fender '62 Princeton Chris Stapleton Edition

Este amplificador presenta nuevas características, diseñadas personalmente por Stapleton y Fender. El lanzamiento de este amplificador es la primera colaboración de Fender Artist Signature Amplifier en el espacio de la música country. Esta versión cableada a mano cuenta con los circuitos 6G2 del amplificador '62 Princeton original y viene con las funciones deseadas de Stapleton y los toques artísticos elegidos personalmente por él mismo: las tapas Fender Vintage "Blue"; los transformadores Schumacher; un altavoz Eminence de 12" Special Design "CS"; circuito de trémolo polarizado en válvula de salida; y una placa de latón grabada con la firma de Chris Stapleton.

Contacto: fender.com



Sennheiser SK 6212

Este transmisor mini-bodypack, parte de la galardonada serie de micrófonos inalámbricos Digital 6000, estará disponible a partir de marzo. Su tamaño es de 63 x 47 x 20 milímetros y pesa aproximadamente 112 g, incluyendo la batería recargable de polímero de litio que tiene un tiempo de funcionamiento de 12 horas. A esto se añade una antena flexible y reemplazable. Un sellado interno adicional en el transmisor garantiza resistencia a la humedad. Al igual que los otros transmisores de la serie Digital 6000, el SK 6212 transmite libre de intermodulación, lo que significa que las frecuencias de transmisión se pueden colocar en una cuadrícula equidistante del espectro: no es necesario realizar ningún cálculo, sólo se busca el espectro libre y no se bloquea el espectro escaso por intermods.

Contacto: sennheiser.com



musikmesse

Martes a viernes

2 – 5.4.2019

Reserve ahora su **entrada online** y ahorre hasta **15 euros**
➔ musikmesse.com

Simply **music.** And **business.**

La **mayor feria comercial de Europa** para la **industria de la música** refuerza su perfil como **plataforma de negocio internacional**. Vaya al encuentro de los **tomadores de decisiones del sector** y descubra las **novedades** más importantes.

+++ **Punto de encuentro para el comercio y los profesionales de todo el mundo** +++ **Area de Networking en el pabellón 4.1: Espacio para asociaciones y negocios, lounge y escenario de conferencias** +++ **Talleres y seminarios – tendencias y soluciones innovadoras** +++ **Programa de negocios gratis para comerciantes** +++ **Extraordinarios eventos y música en directo** +++

Music Education Center: formación, educación y terapia musical +++

La capital de la música: **Musikmesse Festival con más de 60 conciertos** por todo Fráncfort.
Novedad el sábado 6.4.2019: **Pop-up Market en Musikmesse Plaza** – para descubrir, experimentar y comprar!

info@spain.messefrankfurt.com

Tel. 91 533 76 45



messe frankfurt

PRODUCTOS | AUDIO E INSTRUMENTOS

Martin Audio

SXC118

Diseñado para instalaciones y giras, el SXC118 es un subwoofer cardioide que presenta un driver de 18" hacia la parte frontal y uno de 14" hacia la parte posterior, cada uno manejado de forma independiente por canales separados y DSP de un amplificador iK42. Cada driver tiene su propia cámara con portabilidad bass reflex optimizada. Este arreglo produce un desfase de patrones de dispersión cardioide que maximiza la radiación frontal y reduce la radiación indeseada detrás del subwoofer. El amplificador recomendado iK42, optimiza los parámetros de DSP para los drivers frontal y posterior, para maximizar el rechazo en el área posterior – desde 21 dB a 43 Hz a 28 dB a 75 Hz. En el frente del recinto, la salida de los dos drivers es aditiva, dando un extra de 2 dB de salida. Su caja es de madera contrachapada con un acabado de pintura texturizada, trae cuatro asas y rejilla perforada de acero con respaldo de espuma para proteger ambos drivers.

Contacto: martin-audio.com



Tycoon

Finn Cajon

Tycoon introdujo el nuevo Finn Cajon, hecho 100% con madera de abedul finlandés importada directamente de Finlandia. Su cuerpo tiene 10 capas de abedul y 6 capas en la placa frontal, junto con cuatro cables snare ajustables.

Contacto: tycoonpercussion.com



EMG

DE-Set

Dentro de la nueva ofertas de pastillas que EMG presenta este año, se encuentra el DE-Set de David Ellefson. El bajista de Megadeth e ícono del heavy metal, David Ellefson, ha sido parte de la familia EMG durante décadas, poniendo a prueba sus pastillas en álbumes y giras mundiales. En el estudio de grabación o tocando en vivo, Ellefson emplea las pastillas EMG en sus bajos de 4 y 5 cuerdas. Su combinación característica de una pastilla de doble bobina (DC) en el puente y una de cerámica y acero (CS) para el cuello se ha hecho popular entre los bajistas de todos los géneros. Por primera vez, esta combinación de metal ahora está emparejada en las pastillas signature DE-Set. Disponible en una caja tipo barra de jabón para 4 cuerdas (3,5") o en uno para 5 cuerdas (4").

Contacto: emgpickups.com



Martin Guitar

Modern Deluxe Series

La serie es ofrecida en cuatro estilos: D-18, D-28, 000-28 y OM-28. Cada modelo viene con características personalizadas y tecnología moderna. Los puntos vintage que trae la serie incluyen tapa Vintage Tone System (VTS) en abeto Sitka, soportes en abeto VTS Adirondack, unión de mástil con ensamble a cola de pato y construcción con cola de proteína natural. Si bien las maderas en el fondo y laterales varían, los cuatro modelos traen trastes dorados, afinadores dorados e logo de estilo de 1930 con incrustación de perla en la cabeza. El destaque es un nuevo formato de mástil diseñado especialmente. Todos traen cuerdas Authentic Acoustic.

Contacto: martinguitar.com



Zildjian

fx Stack y 22" fx Oriental Crash of Doom

Los nuevos platillos Zildjian fx Stacks permiten a los bateristas explorar una variedad de tonos y sonidos rápidos en un solo par de platillos. Con el montaje Cymbolt, puede cambiar de un stack a una configuración tradicional de Hi Hat, con solo ajustar la tuerca mariposa. Los fx Stacks cuentan con dos aleaciones: una tapa de aleación patentada; y fondo de acero laminado en frío. Están disponibles en tamaños de 8", 10", 12", 14" y 16". Ya el 22" fx Oriental Crash of Doom ha sido creado para aquellos que buscan un acento resonante.

Contacto: zildjian.com

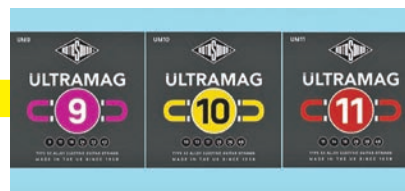


Rotosound

Ultramag

Más conocida por su amplia gama de cuerdas de precio medio, el lanzamiento de los nuevos sets Ultramag, hechos con aleación Tipo 52, hará que la empresa se introduzca en el grupo de precios más altos, que también le permitirá ofrecer márgenes mejorados a los distribuidores. Los sets estarán inicialmente disponibles en calibres de 9, 10 y 11 para guitarra eléctrica. El experto en materiales de Rotosound, John Doughty, explicó la ciencia detrás de las cuerdas y dijo: "Con una composición de 52% de níquel y 48% de hierro, esta cuerda altamente magnética acentuará los medios y bajos sobre sus contrapartes de acero. Diseñado para su uso en la industria aeroespacial y la electrónica de gama alta, el bajo coeficiente de expansión ayudará a mantener la sintonización en entornos de gran alcance".

Contacto: rotosound.com



AUDIO • VIDEO • ILUMINACIÓN • BACKLINE • DJ • ESCENARIOS

sound:check

La Industria de la Música y el Espectáculo

EXPO



28 29 30
DOM LUN MAR

ABRIL 2019

CIEC - WTC - CIUDAD DE MÉXICO

www.soundcheckexpo.com.mx

Cuota de recuperación: En sitio \$250.00 M.N. | Con pre registro \$150.00 M.N. | Pago en línea: \$100.00 M.N.

Informes y ventas: ☎ (55) 52-40-12-02 | ✉ info@soundcheckexpo.com.mx | [f](#) [t](#) [v](#) [i](#) [o](#) [i](#) SoundcheckXpo

ALIADOS



Yamaha CP73 y CP88

Los pianos de escenario CP73 de 73 teclas y CP88 de 88 teclas representan una reinención del piano de escenario digital, con tres secciones principales que pueden dividirse o combinarse rápidamente según se desee: Piano, Piano eléctrico y Sub. Ambos modelos incluyen voces muestreadas de los pianos de cola Yamaha CFX y Bösendorfer Imperial, Yamaha U1 en posición vertical, CP80 grand eléctrico y otros instrumentos, como cuerdas, pads, órganos y percusión cromática. También se incluye una simulación de altavoz rotatorio, así como controles de lanzamiento y ataque similares a sintetizadores, además de delay sincronizable con tempo, reverberación y un ecualizador maestro global de tres bandas.

Contacto: yamaha.com



Gretsch Drums Brooklyn Micro Kit

El Brooklyn Micro Kit es ideal para lugares pequeños, estudios, salas de ensayo y otras situaciones donde el espacio es escaso. Hecho a mano en Ridgeland, Carolina del Sur, el set produce una tonalidad cálida y articulada debido a su cáscara de álamo/arce de 6 capas que está equipada con 302 aros. Se incluye un soporte para tom 4825 montado directamente en el armazón, una montura para un solo tom y un elevador de bombo extraíble con accesorios para viaje. Tiene acabado en laca gris satinada y está acentuado con los aros de los contrabajos de los bajos y la caja del tambor Satin Natural. Por último, la configuración incluye bombo de 12x16", tom de rack de 7x10", tom de piso de 12x13", 4.5x13" y snare drum.

Contacto: gretschdrums.com



DW Pure Almond

Drum Workshop Inc. anunció la introducción de una nueva opción de madera en su galardonada línea Collector's Series. Pure Almond es la madera más dura que se ofrece actualmente en el surtido del California Custom Shop, y posee una personalidad sonora en la misma familia que Pure Oak y Pure Purpleheart. Hechos a mano en el California Custom Shop de DW, los tambores Pure Almond presentan un nuevo diseño de carcasa Staggered Tandem Core que pone menos tensión en la carcasa y equilibra el ataque y brillo inherentes de la madera de almendra. Cuentan con acabado especial de laca de ráfaga natural tostada a laca natural y puede complementarse con cualquier color de hardware (cromo/cromo satinado/níquel/níquel negro/oro). Disponibles en tamaños: Toms 7x10, 8x10, 8x12, 9x12, 12x14F, 14x14F y 14x16F. Bombo: 14x20, 18x20 y 18x22; snares 4x14, 4.5x14, 5x14, 5.5x14, 6x14, 6.5x14, 7x14 y 8x14.

Contacto: dwdrums.com



SSL SSL Live L350 y L550

Solid State Logic anunció la evolución de su gama de consolas Live con el lanzamiento de las consolas SSL Live L350 y L550. La L550 presenta un total de 288 rutas de procesamiento, 36 salidas principales y 48 VCA, asignables a cualquiera de los 36 + 2 faders en la superficie de control, mientras que la L350 presenta un total de 216 rutas de procesamiento, 36 salidas principales y 36 VCA en un marco de fader de 24 + 2. Ambas consolas pueden ser aumentadas con USB Remote Fader Tiles o ser conectadas para funcionar remotamente desde otra consola, una laptop que corra con el software de control remoto SOSLA o una tablet que corra la aplicación de control TaCo para una superficie de trabajo flexible y expansible. Estos modelos reemplazan a las L300 y L500 Plus en la gama actual de consolas SSL Live y son compatibles con las otras consolas de la serie.

Contacto: solidstatellogic.com



Pioneer DJ HDJ-X10C

Los nuevos audífonos HDJ-X10C son una edición limitada en versión de fibra de carbono de los conocidos audífonos para DJ de la marca. Aunque emplean los mismos drivers HD de 50 mm en el modelo HDJ-X10, los materiales usados en el



nuevo modelo ayudan a que las pistas se escuchen con una mayor calidad de sonido ya que la fibra de carbono brinda atenuación de las vibraciones. Asimismo, el revestimiento metálico en la placa frontal de cada parte de la carcasa mejora la reproducción de sonido con un rango de frecuencia más amplio. También se ha recubierto el cable recto en aramida 1 para más durabilidad.

Contacto: pioneerdj.com

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

Neumann NDH 20

La empresa presentó sus primeros audífonos de estudio, ampliando así su portafolio de productos que incluye monitores y micrófonos de estudio. Éste es un audífono de estudio que combina aislamiento con balance de imagen de sonido y resolución, resultando apropiado para monitoreo, edición y mezcla, inclusive en ambientes muy ruidosos. Los drivers de 38 mm con imanes de neodimio proporcionan sensibilidad y baja distorsión, lo que significa que los audífonos no necesitarían de un amplificador dedicado de audífono; sonando bien tanto en dispositivos móviles como en laptops. En cuanto a su construcción, el cintillo está hecho de resorte de acero flexible, mientras la cubierta de las orejeras se ha creado con aluminio ligero. También cuenta con almohadillas para los oídos de espuma con memoria. Los audífonos son plegables.

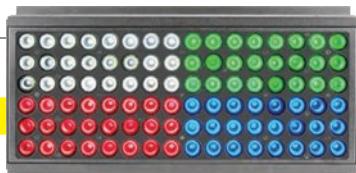
Contacto: neumann.com



Elation Proton Eclipse

Luminaria LED que puede ser usada para múltiples funciones como blinder, estrobo, wash o un creativo efecto visual, todo en uno. Con 96 LEDs CREE RGBW de 10 W, control de zonas, ajuste de intensidad, duración y velocidad de estrobo, además de macros de efectos. Viene en una carcasa robusta para uso duradero en touring. Las opciones de montaje versátiles incluyen un soporte de yugo ajustable/extraíble con orificios de montaje de 3 posiciones, soporte omega de 1/4 de rosca y pasadores de anclaje integrados para facilitar diseños de matriz de múltiples accesorios. Con clasificación IPX4 para protección contra rociado de agua, la unidad también es apta para uso temporal en exteriores. Presenta una interfaz con soporte de control de los protocolos DMX, Art-Net, Kling-Net y RDM.

Contacto: elationlighting.com



IK Multimedia iRig Micro Amp

Amplificador de guitarra de 15 W con interface iOS/USB que funciona a batería. Equipado con un altavoz de 4" de rango completo, presenta una configuración pequeña como para caber en una mochila, permitiendo tocar, grabar y hasta aprender en varios lugares con un sonido de 24 bits a 96 kHz. Puede funcionar de dos formas: con baterías AA o con una fuente de energía de 9 V. Incluye una entrada auxiliar y una salida de auriculares para practicar silenciosamente, así como una salida de caja para alimentar altavoces externos para ensayar con banda o para conciertos pequeños. Funciona con programas de grabación profesional como Logic, Pro Tools, Ableton y más. La conexión iOS/USB permite a los músicos conectarse a su iPhone, iPad, Mac y PC para procesar su tono con la aplicación AmpliTube de IK.

Contacto: ikmultimedia.com



Martin Lighting ELP LED

Harman presentó las nuevas luminarias elipsoidales ELP LED de su marca Martin Lighting. Las mismas están disponibles en dos versiones: ELP WW (blanco cálido) y ELP CL (color). Cuentan con perilla de ajuste Fine Focus basada en engranajes y la función Fast Focus, que permite enfocar el dispositivo sin flujo de datos. También ofrecen dimming de 16 bits con cuatro curvas seleccionables y 26 ajustes de color que coinciden con los filtros de color estándar de la industria. Se pueden configurar con lentes Martin en ángulos de haz de 19, 26, 36 y 50 grados, así como lentes de terceros. También pueden usarse con una amplia gama de accesorios, incluidos marcos de gel y gobos. La ELP WW ofrece 7.000 lúmenes de salida y CRI de 97 a una temperatura color de 3000 K. Por su parte, la ELP CL ofrece 6.900 lúmenes y CRI de 85 en modo de alta salida, y 5.900 lúmenes y CRI de 90 en modo de alta calidad, con temperatura color de 6.000 K.

Contacto: martin.com



Bose Professional ArenaMatch

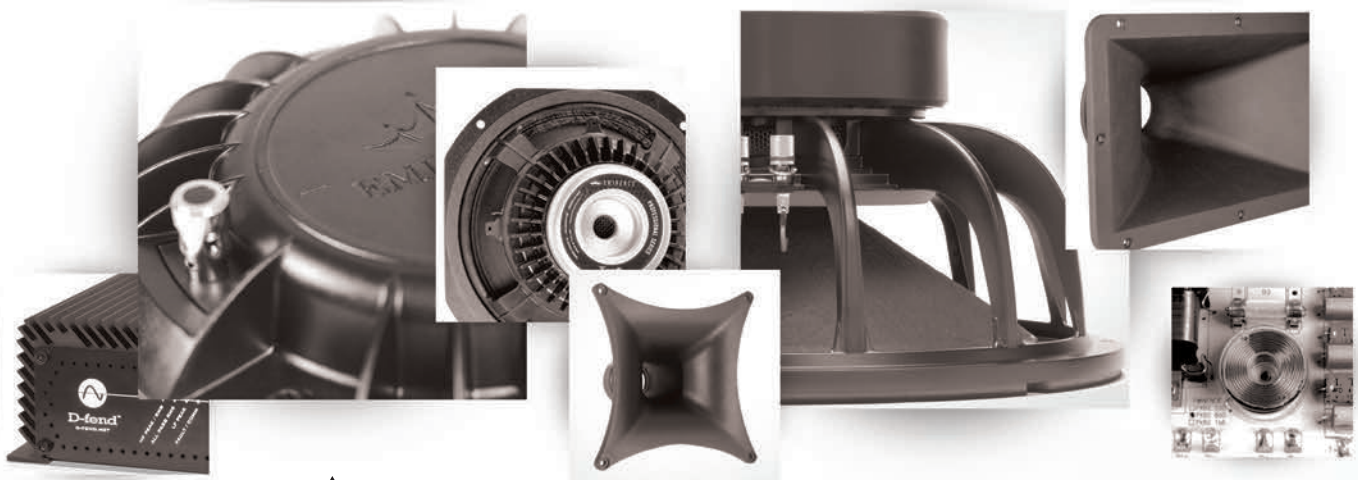
En los arrays ArenaMatch se incorpora la tecnología DeltaQ que brinda diferentes beneficios para las instalaciones en exteriores, dado que cuentan con una certificación de resistencia a la intemperie IP55. La tecnología DeltaQ permite que la directividad, o "Q", varíe en cada módulo. Con nueve patrones de cobertura disponibles, los diseñadores de sistemas de sonido pueden escoger entre los módulos con cobertura vertical de 10°, 20° ó 40° y cambiar entre guías de ondas horizontales de 60°, 80° ó 100°, inclusive cuando se trate de arreglos ya montados, para ajustar la cobertura horizontal y crear patrones asimétricos cuando sea necesario. Son compatibles con los amplificadores PowerMatch de Bose, los DSP ControlSpace y el software ControlSpace Designer (al igual que la conectividad Dante), que simplifica la configuración y el monitoreo.

Contacto: pro.bose.com



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/

SAMSON TECHNOLOGIES NOMBRA A QUICKEASY COMO NUEVO DISTRIBUIDOR EN BRASIL

Micrófonos, cajas activas y otros accesorios de Samson Technologies serán distribuidos a través de Quick Easy, importadora de Holambra, San Pablo

La marca norteamericana, reconocida por presentar soluciones en micrófonos inalámbricos y cajas para diversos usos, nombró durante NAMM Show 2019, la feria americana de audio e instrumentos, a la importadora Quick Easy, de Holambra, San Pablo, como su nueva distribuidora en Brasil. Quick Easy es reconocida en el mercado brasileño por el trabajo de distribución y prestación de servicios realizados junto a Electro-Voice.

La nueva distribuidora tendrá como misión presentar la línea de micrófonos inalámbricos de Samson Technologies y establecer el market share para las cajas activas. “Estamos muy contentos con esta asociación con Samson, porque nos identificamos con la forma en la que la empresa trabaja y sus ideales”, explicó José Evânio, director de Quick Easy.

Branislav Zivkovic, Global Sales & Marketing de Samson, dijo: “Estamos contentos de anunciar que Quick Easy es nuestro nuevo distribuidor en Brasil. José Evânio y su equipo han tenido éxito en la gestión de otras marcas de audio y ¡quedamos muy impresionados! Quick Easy desarrollará la presencia de la marca Samson en el mercado, además de Hartke y Michael Kelly. Samson es conocida por sus micrófonos USB y Quick



Jack Knight (presidente de Samson), José Evânio (diretor de Quickeasy) y Branislav Zivkovic (Global Sales & Marketing de Samson) firmando el contrato en NAMM Show 2019

Easy está feliz de trabajar y hacer crecer esta categoría de productos en Brasil”.

Directo de Quick Easy

¿Cómo trabajarán con la marca?

¿Qué novedades pueden esperar los comerciantes?

José Evânio: Pretendemos realizar



Línea Expedition, de Samson, recibió premio Best in Show en NAMM Show 2019

acciones de marketing en puntos de ventas, llevar a Samson a las ferias del segmento. Muchas novedades vienen ahora. Identificamos una demanda reprimida por productos que atienden el mercado de podcast y youtubers y en este segmento vienen muchas novedades buenas, productos de excelente calidad y de costo accesible.

En el área del audio tenemos la nueva línea de micrófonos inalámbricos y USB, la

línea de cajas Expedition, además del lanzamiento de la Resound VX 8.1 (columna portátil).

¿Y el trabajo entre ambas empresas?

José Evânio: Samson Technologies es una empresa norteamericana que cree mucho en el mercado brasileño. La empresa no medirá esfuerzos para ayudarnos en lo que sea necesario, para desarrollar un gran trabajo. Nosotros, en Quick Easy, continuaremos trabajando duro para entregar al mercado un producto de calidad y que llegue para superar las expectativas. ¡Muchas novedades de productos vendrán este año! ■

Más información
quickeasy.com.br



AUDIX®

A SOUND DECISION



MIROFONOS Y SISTEMAS INALAMBRICOS PROFESIONALES

Por mas 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 Garcia, 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 area consulte la sección *Where to Buy* en el sitio AudixUSA.com

LA NUEVA ERA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE: EL CONSUMIDOR 4.0

El nuevo consumidor busca una relación de transparencia y de coparticipación

No es de ahora que notamos un movimiento de las empresas en relación a la atención al cliente. Aunque el consumidor sea el foco en gran parte de las organizaciones, existen puntos de alerta. Con todos los cambios que suceden, principalmente tecnológicos, las formas de consumo son afectadas y, por lo tanto, también las formas de relacionarse.

NeoAssist, empresa especializada en atención al cliente con una herramienta omnichannel, realizó diversos estudios basados en datos nacionales e internacionales y también investigaciones propias para capturar algunos atributos que forman al consumidor 4.0.

Según Albert Deweik, CEO de NeoAssist, esos atributos no abarcan datos tradicionales, como edad, clase social o intereses vagos. En realidad, son atributos comportamentales complejos que, juntos, forman un perfil de compra muy detallado. Mira más en estas 5 preguntas.

¿Cómo podemos identificar el perfil del consumidor 4.0?

Para entender el perfil del consumidor 4.0, primero es necesario pasar por las características del consumidor 3.0. Son esos 7 atributos que moldean a este consumidor; 1. Altamente informado; 2. Socialmente conectado; 3. Sensible a los precios; 4. Confía en otros usuarios; 5. Le gusta autopromoverse; 6- Busca gratificación instantánea; 7. Inconscientemente seguro.

¿Hay alguna otra característica que debemos observar?

Sí, contamos con otras 3 nuevas que

forman a este público. 1 - Coparticipación: está relacionada con las ganas de no sólo ser más escuchado por las empresas. Hoy, el consumidor quiere participar de los procesos de la organización. Ellos se unen en comunidades para debatir sobre diversos temas y de esa forma crear redes fuertes. 2- Transparencia: el consumidor espera que las empresas puedan dialogar de forma verdadera con él. ¡Si hay algo errado, ellos quieren ser informados! La mentira no es tolerada. 3- Activismo Social: más comprometido socialmente, el consumidor busca marcas que estén relacionadas con su propósito y que tengan valores en común.

¿Cuál es el resultado de todo eso?

Ese compilado de características moldean a un consumidor altamente informado, crítico y que exige una ex-

periencia completa con un servicio o producto. Más allá de eso, quieren estar involucrados en los procesos. Eso puede ser confirmado por una investigación realizada por NeoAssist y MindMiners que mostró que a 92% de los participantes le gustaría tener la chance de dar su feedback a las empresas.

¿Cómo tiene que ser la atención enfocada en el consumidor 4.0?

La atención al cliente entra como una fuerte herramienta para la captura de los feedbacks y como propulsora en la mejoría de las experiencias del consumidor. Según el material "Perspectivas Globales sobre Atención al Cliente" producido por NeoAssist, existe un dato de Microsoft que llama la atención. Las marcas que invitan y aceptan proactivamente feedback de sus consumidores son vistas de forma más favorable por 77% de los entrevistados.

¿Entonces podemos decir que gran parte se basa en el feedback?

Observando al mercado vemos cómo el consumidor se está volviendo más crítico y fortaleciendo sus redes. Si la experiencia es mala, él lo comenta. Si la atención no fue eficaz, él también lo comenta. Lo que trae a flote una cadena de comentarios que pueden desestabilizar la imagen de una marca. Sigo diciendo que necesitamos oír y llevar adelante las ideas que nuestros clientes cuentan durante una atención. Es allí que, en muchos casos, surge una relación de fidelidad e, inclusive, innovación. Escucharlos es como una consultoría para tu empresa. ■



¡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 • 53
CORT	cortguitars.com • 45
MARTIN GUITAR	martinguitar.com • 69
TWINS TRADE MUSIC CORP.....	twinstrademusic.com • 82

Batería / Percusión

EVANS	evansdrumheads.com • 59
LIVERPOOL	drumsticksliverpool.com • 29, 35
ODERY DRUMS	odery.com • 4
PEACE DRUMS.....	peace-drums.com • 41
PROMARK.....	promark.com • 57
SABIAN	sabian.com • 77
TYCOON	tycoonpercussion.com • 49

Amplificadores / Audio Profesional

ADAM HALL.....	adamhall.com • 23
AUDIO-TECHNICA	audio-technica.com • 2
AUDIOCENTER.....	ac-pro.net • 51
AUDIX	audixusa.com • 79
B&C SPEAKERS.....	bcspeakers.com • 63
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 • 19
FISHMAN.....	fishman.com • 13
FOCUSRITE.....	focusrite.com • 31
JTS.....	jts.co.tw • 7
HAL LEONARD	halleonard.com/latam • 33
LEEM PRO AUDIO	leemusa.com • 17
PHONIC.....	phonic.com • 11
SHURE.....	shure.com • 25
STUDIOMASTER.....	studiomaster.com • 6
ZOOM.....	zoom-na.com • 81

Iluminación

CAMEO LIGHT.....	cameolight.com • 27
ELATION.....	elationlighting.com • 61

Accesorios

D'ADDARIO	daddario.com/woodwinds • 47
MAGMA STRINGS.....	magmastrings.com • 37
MARTIN STRINGS.....	martinguitar.com/strings • 67
MEDINA ARTIGAS.....	medinaartigas.com.ar • 65
TASKER.....	tasker.it • 43

Otros

BIG BOX MEDIA.....	bigboxmedia.it • 55
MUSIKMESSE.....	musik.messefrankfurt.com • 71
SOUND CHECK:XPO.....	soundcheckexpo.com.mx • 73



Latin America Music Market Distribution



They choose...

Twins Trade Music Corp.

info@twinstrademusic.com

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

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

www.twinstrademusic.com
@twinstrademusic
fb.com/twinstrademusic



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