

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Los Angeles

El mercado de la guitarra en Estados Unidos

El mercado de la guitarra en Estados Unidos

Este estudio ha sido realizado por Marta Fernández bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Los Angeles

Junio de 2007

INDÍCE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES.

I. INTRODUCCIÓN.

1. Definición y características del sector.
2. Clasificación Arancelaria.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. Análisis cuantitativo.
 - 1.1 Tamaño de la oferta.
 - 1.2 Análisis de los componentes de la oferta.
 - 1.2.1 Importaciones de EEUU.
 - 1.2.2 Exportaciones de EEUU.
 - 1.2.3 Exportaciones Españolas.

2. Análisis cualitativo.
 - 2.1 Producción nacional de EEUU.
 - 2.2 Obstáculos comerciales

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. Análisis cuantitativo.
 - 1.1 Canales de distribución.
 - 1.2 Esquema de la distribución.
 - 1.3 Principales distribuidores.
2. Análisis cualitativo.
 - 2.1 Estrategias para el contacto comercial.
 - 2.2 Promoción y Publicidad.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

1. Determinantes de la demanda.
2. Tendencias generales del consumo.
 - 2.1 Factores demográficos.
 - 2.2 Factores económicos.
 - 2.3 Distribución de la renta disponible.
 - 2.4 Tendencias culturales.
3. Análisis del comportamiento del consumidor.
 - 3.1 Hábitos de consumo.
 - 3.2 Hábitos de compra.
 - 3.3 Concentración.
4. Percepción del producto español.

V. ANEXOS.

1. Informes de feria.
2. Listados de interés.
 - 2.1 Minoristas.
 - 2.2 Importadores.
 - 2.3 Asociaciones.
 - 2.4 Organismos.
3. Bibliografía.

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font, centered within a light gray rectangular border.

ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES.

El siguiente estudio trata sobre el mercado de los instrumentos musicales en general y de la guitarra en particular, en Estados Unidos.

Estados Unidos posee una gran tradición musical, por ello es uno de los mercados de instrumentos musicales más grandes del mundo. El total de las ventas de instrumentos musicales en Estados Unidos durante el año 2006 ascendió a \$2.501.387.000.

Dentro de este mercado, la guitarra ocupa un lugar destacado, se estima que durante el pasado año 2006 se vendieron alrededor de 2.991.260 unidades en Estados Unidos.

Aparte de una importante producción nacional, debemos destacar un importante nivel de importación. La mayoría de las importaciones de guitarras de Estados Unidos provienen de China, hablamos de productos de calidad aceptable y de precios reducidos que han invadido en mercado.

Las importaciones de guitarras procedentes de España durante el 2006 fueron de unas 14.522 unidades, con un valor de \$3.777.382, siendo la participación española en el mercado de Estados Unidos de un 2.6%.

La distribución en este mercado se realiza principalmente por grandes cadenas comerciales, repartidas a lo largo del país y que cuentan con volúmenes de ventas que van desde los \$3.150.000 hasta los \$2.030.000.000, y que emplean en su totalidad a unos 19.381 empleados.

El mercado de instrumentos musicales en Estados Unidos, es un mercado maduro, prácticamente saturado y altamente competitivo vía calidad.

El producto español dentro de este mercado, esta altamente considerado por su tradición, su exclusividad y su sonoridad, como un producto único de alta calidad. Esta buena imagen del producto español, junto con la importante cultura musical existente en el país, abren grandes posibilidades de mercado para el producto español en Estados Unidos.

I ■ INTRODUCCIÓN

Este estudio pretende ofrecer una visión global de la situación del mercado norteamericano de guitarras y de las oportunidades de las guitarras españolas para acceder al mismo.

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS.

Vamos a definir instrumento musical como todo aquel instrumento destinado a la ejecución de cualquier partitura musical, ya sea con fines educativos o cualquier otro, de manera aislada o en conjunto con otros instrumentos.

De una forma más general vamos a distinguir dos grandes grupos de instrumentos musicales en función de su naturaleza:

Acústicos: Incluyendo pianos, instrumentos de cuerda, instrumentos de viento de madera o de metal, instrumentos de percusión,...etc.

Electrónicos o Eléctricos: Incluyendo órganos electrónicos, guitarras eléctricas, sintetizadores,...etc.

Dentro de esta amplia gama de instrumentos musicales, nosotros vamos a centrar nuestro estudio en un instrumento musical en particular, que es la guitarra.

Las guitarras pueden ser de dos tipos principalmente:

Guitarras Acústicas: dentro de esta categoría debemos diferenciar entre guitarras acústicas con cuerdas de nylon y guitarras acústicas con cuerda de acero.

Guitarras Eléctricas: debemos señalar dentro de esta categoría Fender o Gibson entre otras.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Vamos a explicar de forma general las diferencias entre unas y otras, delimitando así el sector sobre el que vamos a realizar el estudio.

GUITARRAS ACÚSTICAS

Como hemos señalado anteriormente las guitarras acústicas son de dos tipos: con cuerdas de nylon y con cuerdas de acero. Aunque en general las cuerdas de nylon se usan para el flamenco y la música clásica, y las de acero son más corrientes en folk, blues, jazz y rock, no hay reglas estrictas. Es imposible decir que determinado tipo de guitarra debe usarse para un cierto tipo de música. Además, de cada modelo existen incontables variaciones en diseño, forma, sonido y utilización.

Aún así vamos a señalar algunas de las diferencias que existen entre ellas, si nos centramos primero en las **guitarras acústicas con cuerda de nylon**, vamos a poder diferenciar entre:

Clásicas: La guitarra clásica es la antecesora de todas las guitarras actuales. Las guitarras clásicas se siguen construyendo casi exactamente a la manera de Torres, la figura más importante en la historia del diseño y construcción de guitarras. Es la guitarra ideal para empezar a tocar.

Flamencas: Su construcción se basa en el diseño de la guitarra clásica, con modificaciones para adaptarla a los requisitos del flamenco. La guitarra de flamenco suele ser un poco más pequeña que la clásica, y los aros y el fondo son de ciprés español para producir un sonido más brillante y penetrante, con mayor volumen.

Si pasamos ahora a las **guitarras acústicas de cuerdas de acero** tenemos:

Martín: Toda la historia de las guitarras acústicas está ligada al nombre de Christian Frederick Martin, fundador de la compañía que lleva su apellido, y que ha hecho y sigue haciendo guitarras de calidad excelente. La casa Martin fabrica gran variedad de guitarras acústicas que clasifica según un sistema bastante complejo.

De tapa arqueada: Tradicionalmente, la tapa y el fondo de una guitarra arqueada se hacen tallando piezas de madera bastante gruesas y sólidas, una técnica que permite un mayor arqueamiento.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

GUITARRAS ELÉCTRICAS

La guitarra eléctrica, como la acústica de cuerdas de acero, tuvo su origen en Estados Unidos. El rasgo distintivo de todas las guitarras eléctricas es la pastilla, una unidad fonocaptora que convierte el sonido del instrumento o la vibración de las cuerdas en una señal eléctrica. Esta señal pasa a un amplificador, y se vuelve a transformar en sonido en un altavoz.

Los nombres clave en la evolución de la moderna guitarra eléctrica de caja maciza son Lloyd Loar, Adolph Rickenbacker, Leo Fender y Gibson Les Paul. Gran parte del trabajo experimental se realizó en las compañías Fender y Gibson, que siguen dominando el mercado.

En los últimos años los japoneses y otros fabricantes orientales han inundado el mercado con guitarras eléctricas económicas que dan excelentes resultados. Las mejores de ellas ofrecen una combinación de buena calidad y bajo precio que ha hecho conmovirse a toda la industria.

Nosotros vamos a detallar un poco las guitarras producidas por las dos principales compañías que lideran este sector que son Fender y Gibson, así como algunas otras que tienen también bastante importancia.

Fender: comercializa dos tipos de guitarras principalmente;

Stratocaster: Es apropiada para casi todo tipo de repertorios. Es el modelo de guitarra más difundido debido a la variedad de posibilidades sonoras que le brindan sus tres pastillas de bobinado único y su selector de pastillas de cinco posiciones, así como su palanca de vibrado que la hace especialmente adecuada para el rock duro.

Telecaster: Nació para la música country (aún no existía el rock); se buscaban los sonidos brillantes de los banjos y de las guitarras metálicas (la mayoría de los solos de este género musical se interpreta con estas guitarras). Pero se adaptó muy bien al rock y es utilizada por guitarristas como Bruce Springsteen y Brian Adams.

Gibson: algunas de sus guitarras más famosas son;

Les Paul: La versión más divulgada es la del modelo Standar, que tiene dos pastillas de doble bobinado (humbucker), y un selector con tres posiciones de pastillas. Es muy apropiada para tocar jazz y blues, así como diversos temas de los 60 y 70. En los 90 ha resurgido gracias a Guns'n'Roses, Gary Moore y los grupos grunge.

Gibson Sg: Aunque ahora parezca increíble esta guitarra surgió como reacción a la escasez de ventas de la Les Pauls en los años cincuenta, por lo que Gibson decidió buscar nuevos diseños. Fabricada a partir de 1960, se caracteriza por sus dos recortes y bordes afilados.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

De caja hueca: Pretende compaginar las cualidades sonoras de una guitarra acústica y el sostenimiento de una eléctrica, para ello su cuerpo combina una caja hueca con forma de "f" con un bloque de madera maciza en el centro para darle mayor sostenimiento y evitar los acoples producido por una excesiva vibración de la tapa.

Otras compañías de guitarras;

Rickenbacker: Adquirió gran prestigio en los años sesenta con sus distintivos diseños, como la guitarra de doce cuerdas. Las Rickenbacker de seis cuerdas tienen un sonido propio, muy diferente de las Fender o las Gibson.

Charvel Jackson: Los fabricantes Wayne Charvel y Grover Jackson se unieron en 1978. En los últimos años, sus distintivos diseños se han llegado a identificar con el heavy metal y han sido muy imitados. Pero las Jackson auténticas están hechas con materiales de primerísima calidad y con métodos artesanales, lo que les ha valido el respaldo de muchos guitarristas de rock de primera fila.

Epiphone: Esta compañía fue independiente hasta que Gibson la compró en 1957, lo que provocó que gran parte de la maquinaria y del personal fuesen a parar a la compañía Gibson, quedando Epiphone como marca dentro de la misma.

ICEX

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.

EUROPA

Este estudio de mercado trata del sector Ices 2.31 que es el dedicado a la música. Dentro del mismo, más concretamente del subsector Ices 2.3101 que es el de instrumentos musicales.

Son varias las partidas arancelarias TARIC incluidas en este subsector, de acuerdo con la clasificación de sectores del Ices. Aunque vamos a incluirlas todas, nuestro estudio se centra en un instrumento musical en particular como es la guitarra, por ello la partida arancelaria de la misma vendrá marcada en distinto color, para destacar del resto.

TARIC	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
920110	Pianos verticales, incluso automáticos.
92011010	Pianos verticales, incluso automáticos, nuevos.
92011090	Pianos verticales, incluso automáticos, usados.
920120	Pianos de cola, incluso automáticos.
92012000	Pianos de cola, incluso automáticos.
920190	Clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado (excepto pianos).
92019000	Clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado (excepto pianos).
920210	Instrumentos musicales de cuerda de arco.
92021000	(Hasta 31.12.92) instrumentos musicales de cuerda de arco.
92021010	(Desde 01.01.93) violines, - posición sin obligación de expresar peso.
92021090	(Desde 01.01.93) instrumentos musicales de cuerda de arco (excepto violines), - posición sin obligación de expresar peso.
920290	Instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado y de arco).
92029010	(Hasta el 31.12.03) arpas, -posición sin obligación de expresar peso.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

92029030	Guitarras, -posición sin obligación de expresar peso.
92029080	(Desde 01.01.04) instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado y de arco; guitarras).
92029090	(Hasta 31.12.03) instrumentos musicales de cuerda (excepto de cuerda con teclado, de arco, arpas y guitarras).
920300	Órganos de tubos y teclado; armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.
92030000	(Desde 01.01.04) órganos de tubos y teclados; armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.
92030010	(Hasta 31.12.03) órganos de tubos y teclado.
92030090	(Hasta 31.12.03) armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.- posición sin obligación de expresar peso.
920410	Acordeones e instrumentos similares.
92041000	(Hasta 31.12.94 y desde 01.01.01) acordeones e instrumentos similares.
92041010	(Desde 01.01.95 y hasta 31.12.00) acordeones e instrumentos similares, con menos de 80 bajos.- posición sin obligación de expresar peso.
92041090	(Desde 01.01.95 y hasta 31.12.00) acordeones e instrumentos similares, con 80 bajos o más.- posición sin obligación de expresar peso.
920420	Armónicas.
92042000	Armónicas.
920510	Instrumentos musicales de viento llamados “metales”.
92051000	Instrumentos musicales de viento llamados “metales”.- posición sin obligación de expresar peso.
920590	Instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas e instrumentos de viento llamados “metales”).
92059000	(Desde 01.01.94) instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas e instrumentos de viento llamados “metales”).

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

92059010	(Hasta 31.12.93) flautas de pico (flauta dulce).
92059090	(Hasta 31.12.93) instrumentos musicales de viento (excepto órganos, armonios o similares, acordeones o similares, armónicas e instrumentos de viento llamados “metales” y flautas de pico (flauta dulce)).
920600	Instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas o maracas).
92060000	(Desde 01.01.95) instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas o maracas).
92060010	(Hasta 31.12.94) timbales y tambores.
92060090	(Hasta 31.12.94) instrumentos musicales de percusión (excepto timbales y tambores).
920710	Instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente, excepto los acordeones.
92071010	Órganos en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.
92071030	(Desde 01.01.93) pianos digitales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.
92071050	(Desde 01.01.93) sintetizadores en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.
92071080	(Desde 01.01.93) instrumentos musicales de teclado en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto acordeones, órganos, pianos digitales y sintetizadores).
92071090	(Hasta 31.12.92) Instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto acordeones y órganos).
920790	Instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto los instrumentos de teclado, sin incluir los acordeones).
92079010	Guitarras en las que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente.- posición sin obligación de expresar peso.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

92079090	Instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (excepto los instrumentos de teclado, sin incluir acordeones y guitarras).
920810	Cajas de música.
92081000	Cajas de música.
920890	Orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otras partidas de esta capítulo (excepto las cajas de música); reclamos de cualquier clase, silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca, de llamada o de señalización.
92089000	Orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otras partidas de esta capítulo (excepto las cajas de música); reclamos de cualquier clase, silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca, de llamada o de señalización.
920910	Metrónomos y diapasones.
92091000	Metrónomos y diapasones.
920920	Mecanismos de cajas de música.
92092000	Mecanismos de cajas de música.
920930	Cuerdas armónicas.
92093000	Cuerdas armónicas.
920991	Partes y accesorios de pianos.
92099100	Partes y accesorios de pianos.
920992	Partes y accesorios de los instrumentos de la música de la partida 92.02.
9209920	Partes y accesorios de los instrumentos de la música de la partida 92.02.
920993	Partes y accesorios de los instrumentos de la música de la partida 92.03.
92099300	Partes y accesorios de los instrumentos de la música de la partida 92.03.
920994	Partes y accesorios de los instrumentos de la música de la partida 92.07.
92099400	Partes y accesorios de los instrumentos de la música de la partida 92.07.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

920999	Partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.07, mecanismos de cajas de música y cuerdas armónicas).
92099910	(Hasta 31.12.00) partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.04.
92099930	(Desde 01.01.93) partes y accesorios de los instrumentos de música de la partida 92.05.
92099970	(Desde 01.01.01) partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.07, 92.05).
92099980	(Desde 01.01.93 hasta 31.12.00) partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.04, 92.07, 92.05, mecanismos de cajas de música y cuerdas armónicas).
92099990	(Hasta 31.12.92) partes y accesorios de instrumentos musicales (excepto de pianos, de los instrumentos de las partidas 92.02, 92.03, 92.04, 92.07, mecanismos de cajas de música y cuerdas armónicas).

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

ESTADOS UNIDOS.

La clasificación arancelaria de Estados Unidos es distinta a la Europea, Estados Unidos va a aplicar aranceles distintos en función del valor de las guitarras, distinguiendo entre guitarras valoradas por debajo de \$100 y guitarras valoradas por encima de \$100.

En la primera tabla recogemos el arancel aplicable a las guitarras de valor inferior a \$100, mientras que en la segunda tabla se recoge el aplicable a las guitarras de valor superior a \$100.

TABLA 1

HTS Number	92029020	
Brief Description	String musical instruments, o/than w/elect. sound or ampl., guitars, valued not over \$100 each (excluding the value of the case)	
Customs value of recent U.S. imports for consumption		
Click for more detail on imports by source country or imports by tariff program or imports by U.S. Customs district of entry or imports by statistical suffix (HTS10)	2006 imports (thousand dollars) \$69,110.6	
Tariff Treatment		
Beginning Effective Date (most recent date <i>any</i> part of this HTS item's tariff treatment changed)	08/01/2006	
Ending Effective Date (date <i>any</i> part of this HTS item is next scheduled for tariff treatment change)	12/31/2020	
1st Unit of Quantity (Q1)	Number	
2nd Unit of Quantity (Q2)		
2007 Normal Trade Relations (NTR) duty rate (formerly known as the Most Favored Nation (MFN) duty rate)	MFN Text Rate	4.5%
	Duty calculation	(Ad Valorem Rate) times (Value)
	<i>Ad Valorem</i> (percent of value) component	4.5%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

	Specific (per unit) component	\$0
	Other duty component	\$0
	Binding Status	Bound in World Trade Organization
"Column 2" (non-NTR) duty rate (Applies to imports from a small number of countries that do not enjoy NTR duty status)	COL2 Text Rate	40%
	Duty calculation	(Ad Valorem Rate) times (Value)
	<i>Ad Valorem</i> (percent of value) component	40%
	Specific (per unit) component	\$0
	Other duty component	\$0
	Preferential (duty-free or reduced rate) tariff program applicability to this HTS item	
GSP (Generalized System of Preferences)	Status	Eligible: code "A"
	Countries Excluded from GSP eligibility on this item	
Civil Aircraft Agreement Preference		Not eligible
Tariff concession on Dyes		Not eligible
CBI or CBERA (Caribbean Basin Initiative) Preference	Status	Eligible: code "E"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
AGOA (African Growth and Opportunity Act)		Not Eligible
CBTPA (Caribbean Basin Trade Partnership Act)	Status	Not Eligible
	<i>Ad Valorem</i> Rate	
	Specific Rate	

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Morocco FTA Preference	Status	Eligible code:"MA"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Jordan FTA Preference	Status	Eligible code:"JO"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Singapore FTA Preference	Status	Eligible code:"SG"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Chile FTA Preference	Status	Eligible code:"CL"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Australia FTA Preference	Status	Eligible code:"AU"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Bahrain FTA Preference	Status	Eligible code:"BH"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
CAFTA FTA Preference	Status	Eligible code:"P"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
CAFTA PLUS FTA Preference	Status	Not Eligible
	<i>Ad Valorem</i> Rate	
	Specific Rate	
	Other Rate	
Israel FTA Preference		Eligible: code "IL"
APTA (Auto Product Agreement) Preference		Not eligible
ATPA (Andean Agreement) Preference	Status	Eligible: code "J"
Pharmaceutical Agreement Preference		Not eligible
NAFTA Canada Preference	Status	Eligible: code "CA"
NAFTA Mexico Preference	Status	Eligible: code "MX"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
ATPDEA INDICATOR		Not eligible

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

TABLA 2

HTS Number	92029040	
Brief Description	String musical instruments, o/than w/elect. sound or ampl., guitars, valued over \$100 each (excluding the value of the case)	
Customs value of recent U.S. imports for consumption		
Click for more detail on imports by source country or imports by tariff program or imports by U.S. Customs district of entry or imports by statistical suffix (HTS10)	2006 imports (thousand dollars) \$50,182.8	
Tariff Treatment		
Beginning Effective Date (most recent date <i>any</i> part of this HTS item's tariff treatment changed)	08/01/2006	
Ending Effective Date (date <i>any</i> part of this HTS item is next scheduled for tariff treatment change)	12/31/2007	
1st Unit of Quantity (Q1)	Number	
2nd Unit of Quantity (Q2)		
2007 Normal Trade Relations (NTR) duty rate (formerly known as the Most Favored Nation (MFN) duty rate)	MFN Text Rate	8.7%
	Duty calculation	(Ad Valorem Rate) times (Value)
	<i>Ad Valorem</i> (percent of value) component	8.7%
	Specific (per unit) component	\$0
	Other duty component	\$0
	Binding Status	Bound in World Trade Organization
"Column 2" (non-NTR) duty rate	COL2 Text Rate	40%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

(Applies to imports from a small number of countries that do not enjoy NTR duty status)	Duty calculation	(Ad Valorem Rate) times (Value)
	<i>Ad Valorem</i> (percent of value) component	40%
	Specific (per unit) component	\$0
	Other duty component	\$0
Preferential (duty-free or reduced rate) tariff program applicability to this HTS item		
GSP (Generalized System of Preferences)	Status	Eligible: code "A"
	Countries Excluded from GSP eligibility on this item	
Civil Aircraft Agreement Preference		Not eligible
Tariff concession on Dyes		Not eligible
CBI or CBERA (Caribbean Basin Initiative) Preference	Status	Eligible: code "E"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
AGOA (African Growth and Opportunity Act)		Not Eligible
CBTPA (Caribbean Basin Trade Partnership Act)	Status	Not Eligible
	<i>Ad Valorem</i> Rate	
	Specific Rate	
Morocco FTA Preference	Status	Eligible code: "MA"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Jordan FTA Preference	Status	Eligible code: "JO"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

	Other Rate	\$0
Singapore FTA Preference	Status	Eligible code:"SG"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Chile FTA Preference	Status	Eligible code:"CL"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Australia FTA Preference	Status	Eligible code:"AU"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
Bahrain FTA Preference	Status	Eligible code:"BH"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
CAFTA FTA Preference	Status	Eligible code:"P"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
	Other Rate	\$0
CAFTA PLUS FTA Preference	Status	Not Eligible
	<i>Ad Valorem</i> Rate	
	Specific Rate	

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

	Other Rate	
Israel FTA Preference		Eligible: code "IL"
APTA (Auto Product Agreement) Preference		Not eligible
ATPA (Andean Agreement) Preference	Status	Eligible: code "J"
Pharmaceutical Agreement Preference		Not eligible
NAFTA Canada Preference	Status	Eligible: code "CA"
NAFTA Mexico Preference	Status	Eligible: code "MX"
	<i>Ad Valorem</i> Rate	0%
	Specific Rate	\$0
ATPDEA INDICATOR		Not eligible

ICEX

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO.

La oferta en el mercado norteamericano, como en cualquier otro mercado, viene determinada por la cantidad de unidades producidas dentro de Estados Unidos, así como por las importaciones llevadas a cabo desde otros países dentro de sus fronteras.

1.1. Tamaño de la oferta.

La tabla siguiente recoge el volumen de ventas del mercado de instrumentos musicales en Estados Unidos (en dólares) durante los años 2005 y 2006, estas cifras ponen de manifiesto la gran tradición musical que existe en Estados Unidos, que muestra la relevancia de la música, como sector comercial en dicho país.

Ventas Total Mercado. Instr. musicales 06	\$ 2.501.387.000
Ventas Total Mercado. Instr. Musicales 05	\$ 2.479.873.000

(*) Fuente: The music Trades, Febrero 2007

Dentro del mercado estadounidense de instrumentos musicales, la guitarra es el instrumento musical más popular, y las ventas de guitarras, tanto en dólares como en unidades, superan a las ventas de otros instrumentos musicales con un amplio margen.

Durante el pasado año 2006 alrededor de 3 millones de guitarras se vendieron en los Estados Unidos, según datos publicados por la NAMM (National Association of Music Merchants).

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La siguiente tabla recoge las ventas totales de guitarras en Estados Unidos, así como las ventas diferenciando entre guitarras acústicas y eléctricas.

VOLUMEN DE VENTAS DE GUITARRAS EN EEUU.

	2004	2005	2006
ACÚSTICAS			
Unidades vendidas	1.618.7000	1.651.074	1.490.260
% Año anterior	---	+2%	-9.7%
Ventas Mayoristas	\$324.274.000	\$359.521.364	\$367.438.000
Ventas Consumidores	\$483.991.000	\$536.599.050	\$548.415.000
Precio medio	\$299	\$325	\$367
ELÉCTRICAS			
Unidades vendidas	1.683.970	1.658.648	1.501.000
% Año anterior	---	-1.5%	-9.5%
Ventas Mayoristas	\$361.043.000	\$416.735.310	\$382.154.000
Ventas Consumidores	\$538.870.000	\$621.993.000	\$562.875.000
Precio medio	\$320	\$375	\$380
TOTAL MERCADO			
Unidades vendidas	3.302.670	3.309.722	2.991.260
% Año anterior	---	+0.2%	-9.6%
Ventas Mayoristas	\$686.317.000	\$776.256.674	\$749.593.000
Ventas consumidores	\$1.022.861.000	\$1.158.592.050	\$1.151.290.680
Precio medio	\$309	\$350	\$372

Fuente: The Music Trades. Abril 2007

(*) Nota: La categoría de guitarras acústicas incluye banjos, mandolinas y otros instrumentos acústicos. La categoría de guitarras eléctricas incluye bajos eléctricos.

A pesar de estas elevadas cifras de volumen de negocio, en el último año 2006 el mercado de instrumentos musicales y en particular el de guitarras, registró unos volúmenes de ventas inferiores al de años anteriores, que se situaban en torno a los 3.3 millones de unidades. En especial en comparación con el 2005, que como cataloga el informe "Music USA 2006," fue un buen año desde cualquier parámetro objetivo.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La tabla siguiente desglosa la evolución de las ventas en los dos últimos años 2005 y 2006, por períodos.

Producto	Periodo 2006-2007	Periodo 2005-2006	% Cambio
Instrumentos de cuerda	\$171.287.000	\$167.110.000	2.5%
	\$454.367.000	\$468.309.000	-3.1%
	\$242.740.000	\$247.694.000	-2.0%
	\$188.116.000	\$194.738.000	-3.4%

	Tres meses hasta 31 Marzo 2007
	Tres meses hasta 31 Diciembre 2006
	Tres meses hasta 30 Septiembre 2006
	Tres meses hasta 30 Junio 2006

Fuente: Music Trades, Mayo 2007

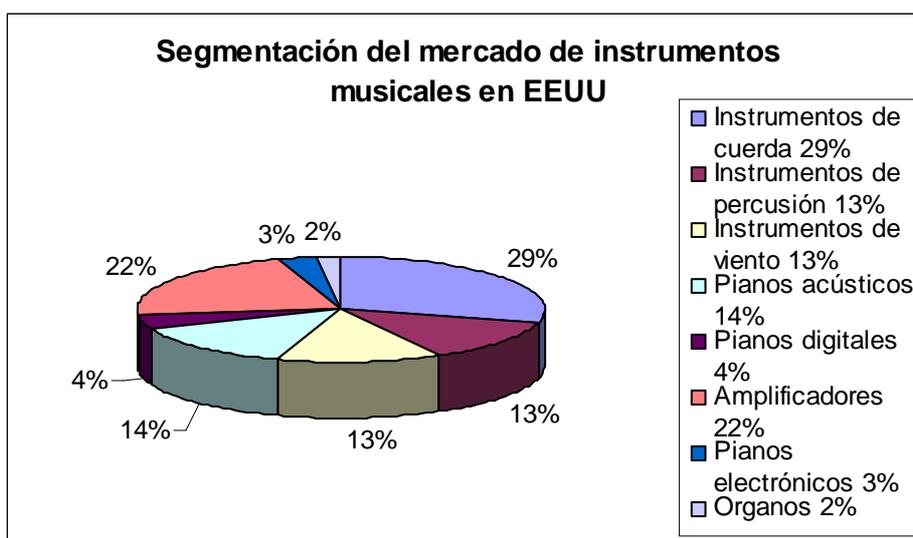
Como muestra la tabla de arriba el 2006 no fue un buen año para la guitarra, cuyo mercado registró tasas de crecimiento negativas en todos los periodos.

Si el 2006 se considera como el año 2000, en cual también se produjo una caída importante en las ventas, para una posterior recuperación de las mismas, podemos considerar este descenso en las ventas de guitarras como una pausa antes de que la industria de guitarras vuelva a despegar como un cohete.

Como se aprecia en la gráfica de arriba, en el comienzo del año 2007 se vuelven a registrar tasas de crecimiento positivas, pasándose de \$167.110.000 en el primer trimestre del 2006 a \$171.287.000 en el primer trimestre del 2007. Esto nos puede hacer pensar que en efecto el año 2006, solo ha sido coyunturalmente un mal año para la industria de la guitarra.

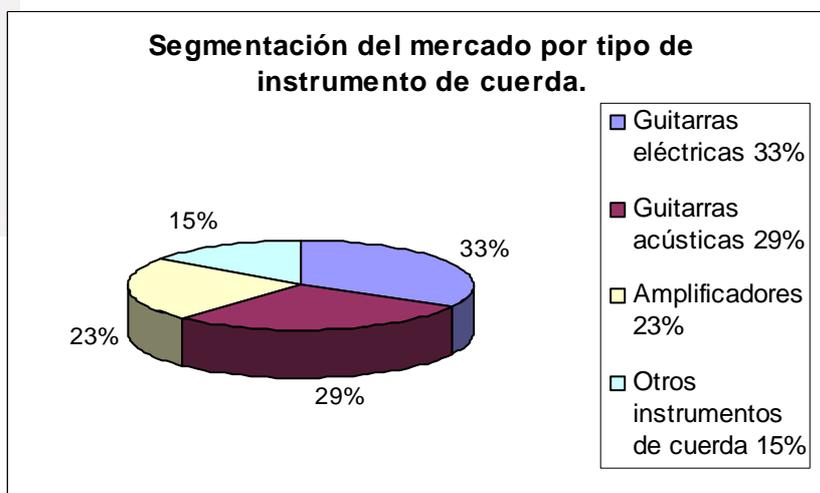
EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La gráfica siguiente muestra como se encuentra segmentado el mercado de instrumentos musicales de Estados Unidos, podemos observar que los instrumentos de cuerda son los que ocupan la primera posición en dicho mercado.



Fuente: The Music Trades.

Profundizando aún más, la gráfica siguiente analiza como está segmentado el mercado de los instrumentos musicales de cuerda, vemos que tanto las guitarras eléctricas como las acústicas se reparten el mercado, con unos porcentajes que son casi el doble del que se corresponde con el resto de los instrumentos de cuerda.



Fuente: The Music Trades.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Si analizamos ahora lo que ocurre dentro del mercado de las guitarras, debemos señalar que en los últimos años la guitarra eléctrica ha reducido la ventaja que le sacaba la acústica, puesto que las ventas de guitarras eléctricas han aumentado un 213.4% en un periodo de 10 años, mientras que las acústicas han aumentado un 83%.

Al día de hoy, las ventas de ambas se sitúan a la par, como muestran los porcentajes de la gráfica, un 33% para las eléctricas y un 29% para las acústicas, y con un total de algo más de 1,6 millones de unidades para cada una de ellas.

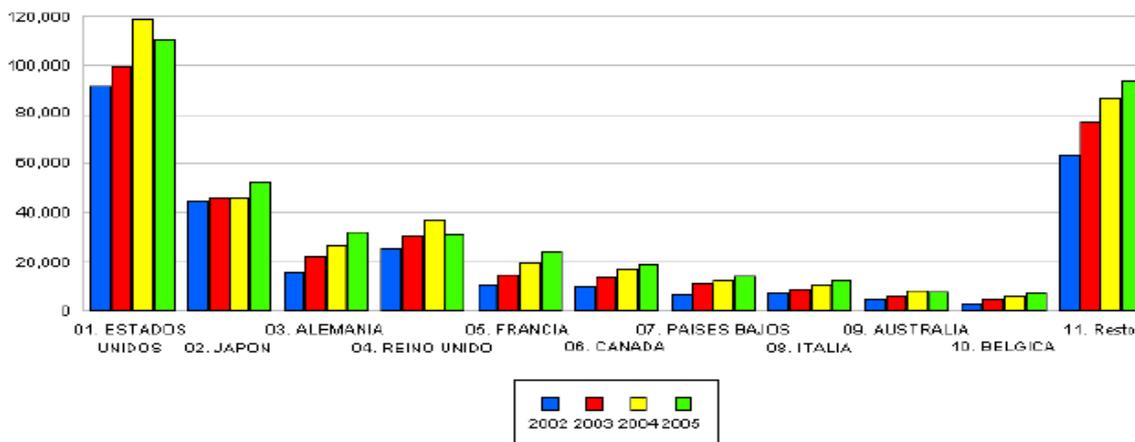
Esto no hace más que reflejar la importancia que tiene la guitarra dentro del mercado de los instrumentos musicales y dentro de éste, dentro del mercado de los instrumentos de cuerda en Estados Unidos.

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

1.2.1 Importaciones Estadounidenses.

El mercado estadounidense de instrumentos musicales es uno de los mercados más importantes del mundo en cuanto a este tipo de producto, por ello es uno de los principales destinos de las exportaciones de instrumentos musicales del resto de países del mundo.

Evolución principales importadores (*) de 920290 en valor. Periodo 2002-2005.



(*) ordenados por volumen de importación 2005.

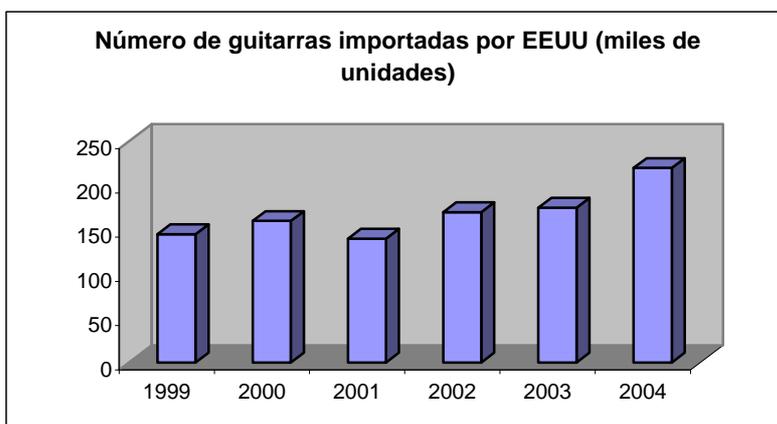
Fuente: Ices

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

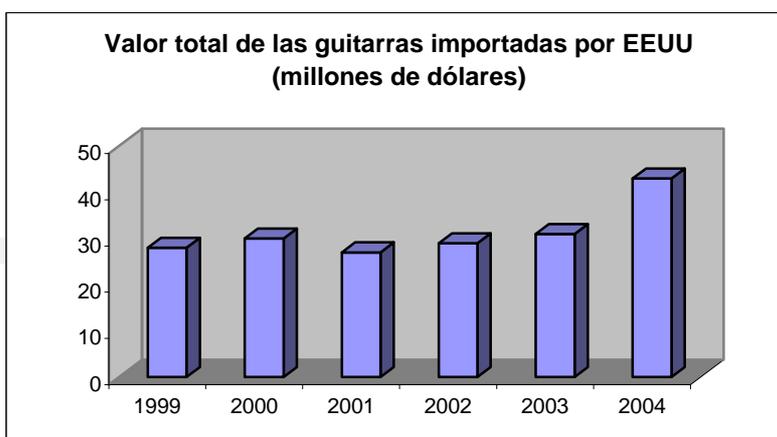
Como refleja el gráfico, Estados Unidos es el primer país importador de instrumentos musicales del mundo, superando la cuantía de sus importaciones a las importaciones de los otros países con una gran diferencia.

A pesar de que la tendencia de las importaciones de guitarras de Estados Unidos ha sido creciente durante los últimos años, si que se aprecia un crecimiento con una tendencia regular sin grandes cambios.

Tal y como muestran las siguientes gráficas que recogen la evolución de las importaciones de guitarras de Estados Unidos desde el año 1999 hasta el 2004, tanto en número de unidades como en valor en dólares.



Fuente: Music USA 2005

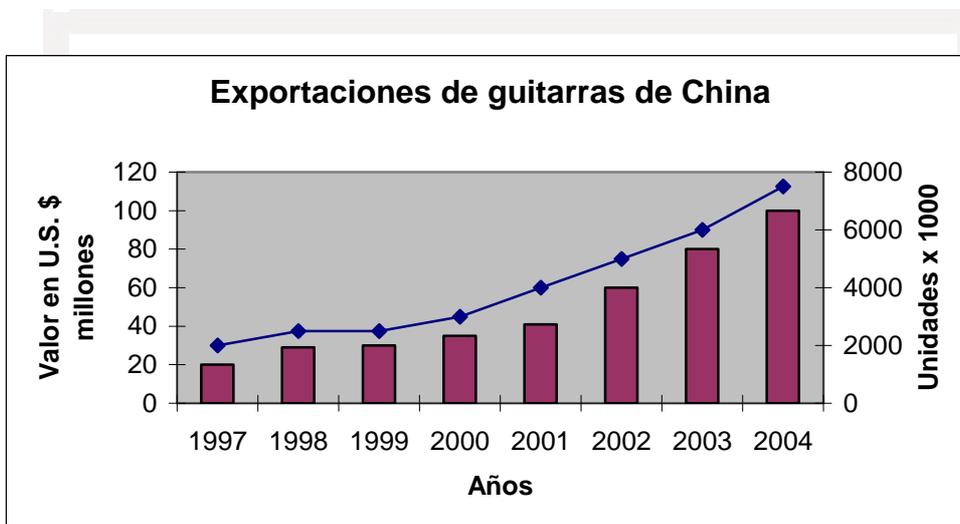


Fuente: Music USA 2005

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Por otro lado desde la incorporación de China a la OMC en el año 2001, las exportaciones de guitarras chinas han registrado unas tasas de crecimiento imparables, siendo Estados Unidos el principal destino de las mismas lo que ha producido una invasión de guitarras Made in China en el mercado estadounidense y la consecuente saturación del mismo.

La siguiente tabla recoge la evolución de las exportaciones de guitarras de China desde finales de los noventa, vemos que a raíz de la incorporación de China a la OMC (año 2001), el ritmo de crecimiento de las exportaciones chinas de guitarras ha sido espectacular.



Fuente: Music USA 2005

Como ya hemos dicho Estados Unidos es el mercado más importante del mundo, en cuanto a instrumentos musicales, por ello es lógico que los exportadores de guitarras chinos fijaran su mirada en el mismo. Estados Unidos es el principal destino de sus exportaciones, que se situaron por encima de unas 300.000 unidades en el 2004.

TOP CINCO EXPORTADORES A EEUU, 2006	
	% exportación a EEUU
China	35.8
Japón	18.1
Indonesia	8.5
Taiwán	8.5
Korea	5.7

Fuente: Ibis world Industry report

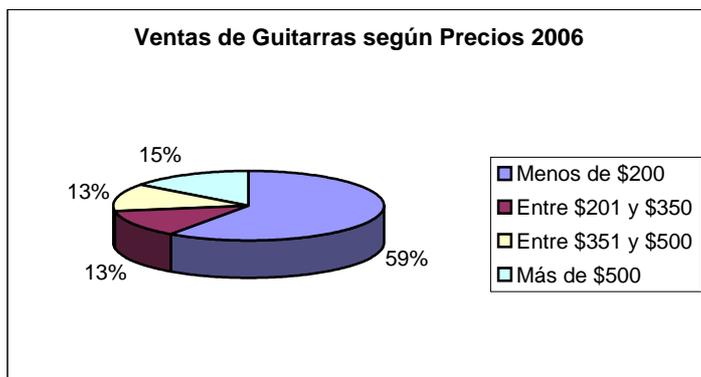
EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Respecto a la totalidad de guitarras importadas por Estados Unidos, las importaciones de guitarras procedentes desde China suponen aproximadamente el 78% del total de las importaciones de guitarras eléctricas y el 86% del total de las importaciones de guitarras acústicas.

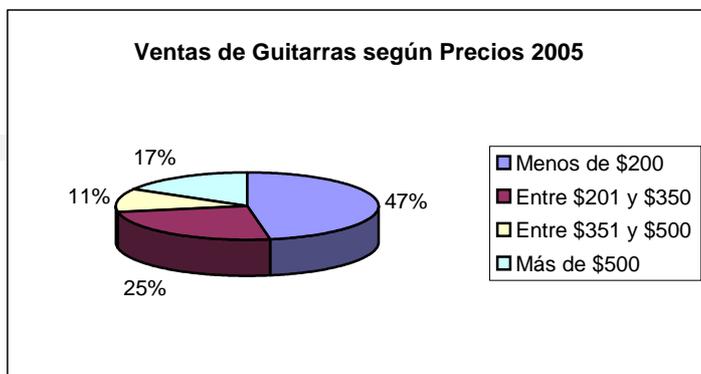
Por tanto los fabricantes de guitarras estadounidenses y los exportadores de guitarras a Estados Unidos están compitiendo en un mercado dominado por los productos importados desde países asiáticos, con China a la cabeza.

Las guitarras procedentes de los países asiáticos y de China en particular, han inundado el mercado estadounidense, ofreciendo a los consumidores unas guitarras de calidad aceptable a precios bajos, lo que ha provocado el cambio en las ventas a favor de las guitarras de precios reducidos.

Tal y como muestran las siguientes gráficas las ventas de guitarras de precio inferior a \$200, han aumentado desde un 47% de las ventas totales en el 2005, hasta un 59% de las ventas totales en el 2006.



Fuente: Music Trades, Abril 2007



Fuente: Music Trades, Abril 2007

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Los gráficos anteriores ponen de manifiesto como las ventas de las guitarras de precios más bajos han ganado terreno a las de precio más elevado, este cambio en la distribución de las ventas de guitarras se puede explicar atendiendo a diversos factores, alguno ya citado anteriormente;

- Intensificación de la competencia en precios con los mercados on-line, que suelen ofrecer guitarras a precios más reducidos, puesto que no soportan costes de estructura de un local.
- Caída de los precios, debido a las masivas importaciones desde China de guitarras de precios bajos.
- La existencia de un gran número de consumidores “tacaños”, que fijan más su atención en el precio del producto, que en las características o en la calidad del mismo.

Todos estos factores están contribuyendo a que el mercado se encuentre dominado por guitarras de precios reducidos, siendo imposible la competitividad en precios, dejando la diferenciación por calidad, como única herramienta de competitividad para todos aquellos países fabricantes de guitarras de gama media-alta.

A continuación vamos a recoger algunas tablas sobre el volumen de las importaciones de guitarras en Estados Unidos, atendiendo a diferentes aspectos.

Como hemos citado anteriormente Estados Unidos diferencia las guitarras importadas según su valor, por ello diferenciaremos entre guitarras importadas por Estados Unidos de menos de \$100 unidad y guitarras importadas de más de \$100 unidad.

Las dos primeras tablas van a recoger los volúmenes de importación de guitarras en función de los acuerdos arancelarios existentes entre países. Para precisar aún más las dos siguientes tablas recogerán los volúmenes de importación en función del país de origen.

Fuente: USITC Interactive Tariff and Trade Database.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

IMPORTACIONES DE GUITARRAS DE ESTADOS UNIDOS DE MENOS DE \$100 UNIDAD POR ACUERDOS ARANCELARIOS.

PROGRAMA	2004	2005	2006	% del total
	--miles de dólares--			
Todos	\$82.338	\$83.344	\$69.110	100%
Sin programas especiales.	\$68.834	\$71.463	\$58.196	84.2%
SGP	\$11.478	\$10.355	\$9.064	13.1%
NAFTA	\$2.016	\$1.435	\$1.850	2.7%

IMPORTACIONES DE GUITARRAS DE ESTADOS UNIDOS DE MÁS DE \$100 UNIDAD POR ACUERDOS ARANCELARIOS.

PROGRAMA	2004	2005	2006	% del total
	--miles de dólares--			
Todos	\$42.600	\$48.610	\$50.182	100%
Sin programas especiales.	\$31.722	\$34.901	\$34.998	69.7%
SGP	\$486	\$1.385	\$1.014	2.0%
NAFTA	\$10.351	\$12.137	\$14.089	28.1%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

IMPORTACIONES DE GUITARRAS DE ESTADOS UNIDOS DE MENOS DE \$100 UNIDAD POR PAÍS DE ORIGEN.

PAÍS	2004	2005	2006	% del total
	--Miles de dólares--			
Todos	\$82.338	\$83.344	\$69.110	100%
China	\$59.380	\$67.987	\$55.638	80.5%
Indonesia	\$11.083	\$10.011	\$8.690	12.6%
México	\$1.972	\$1.415	\$1.828	2.6%
Corea	\$4.077	\$1.575	\$1.238	1.8%
Taiwán	\$4.146	\$1.118	\$577	0.8%
Rumania	\$354	\$291	\$272	0.4%
Hong-Kong	\$676	\$162	\$207	0.3%
España	\$66	\$73	\$176	0.3%
Rép. Checa	\$169	\$208	\$134	0.2%
Filipinas	\$90	\$134	\$89	0.1%
Japón	\$47	\$96	\$79	0.1%
Ghana	\$5	\$0	\$40	0.1%
Brasil	\$37	\$32	\$34	0.1%
Canadá	\$50	\$21	\$21	0%
Argentina	\$20	\$16	\$17	0%
Vietnam	\$2	\$6	\$15	0%
Portugal	\$83	\$0	\$10	0%
Alemania	\$10	\$65	\$9	0%
India	\$33	\$12	\$5	0%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

IMPORTACIONES DE GUITARRAS DE ESTADOS UNIDOS DE MÁS DE \$100 UNIDAD POR PAÍS DE ORIGEN.

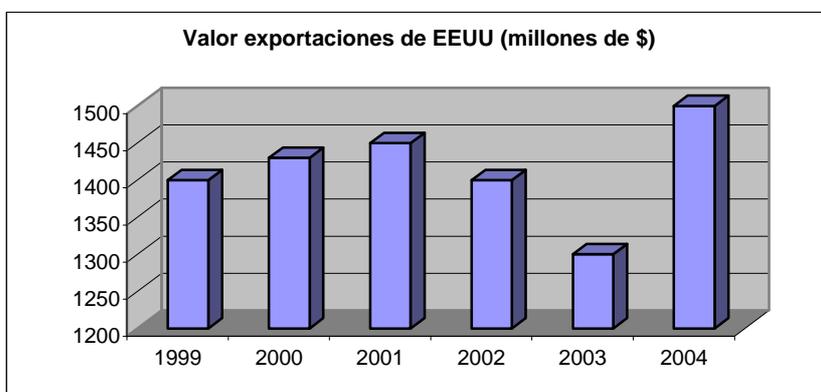
PAÍS	2004	2005	2006	% del total
	--miles de dólares--			
Todos	\$42.600	\$48.610	\$50.182	100%
Corea	\$14.914	\$13.515	\$12.813	25.5%
China	\$5.836	\$9.677	\$10.797	21.5%
Canadá	\$9.730	\$9.919	\$9.230	18.4%
México	\$743	\$2.273	\$4.963	9.9%
Japón	\$4.144	\$4.539	\$3.669	7.3%
España	\$3.025	\$2.892	\$3.290	6.6%
Taiwán	\$2.247	\$2.978	\$2.453	4.9%
Indonesia	\$394	\$1.277	\$920	1.8%
Inglaterra	\$533	\$456	\$635	1.3%
Alemania	\$243	\$184	\$407	0.8%
Vietnam	\$9	\$3	\$215	0.4%
Rep. Checa	\$21	\$152	\$202	0.4%
Francia	\$128	\$124	\$140	0.3%
Australia	\$74	\$158	\$131	0.3%
Holanda	\$6	\$7	\$45	0.1%
Sudáfrica	\$0	\$0	\$35	0.1%
Irlanda	\$143	\$49	\$33	0.1%
Suecia	\$17	\$29	\$32	0.1%
Italia	\$137	\$32	\$32	0.1%
Brasil	\$83	\$129	\$26	0.1%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

1.2.2 Exportaciones Estadounidenses.

Si analizamos el valor en dólares de las exportaciones de Estados Unidos de instrumentos musicales comprobamos que a partir del 2001, pese a que el número de unidades exportadas mantuvo una tendencia constante, se produjo una fuerte caída en el valor total de dichas exportaciones hasta el año 2003.

Esta fuerte caída se puede explicar por la incorporación de China a la OMC, que provocó una revolución en los precios del mercado a la baja. Tras tres años de reajustes, en el 2004 el valor de las exportaciones remonta e incluso supera a los valores registrados antes del 2001.

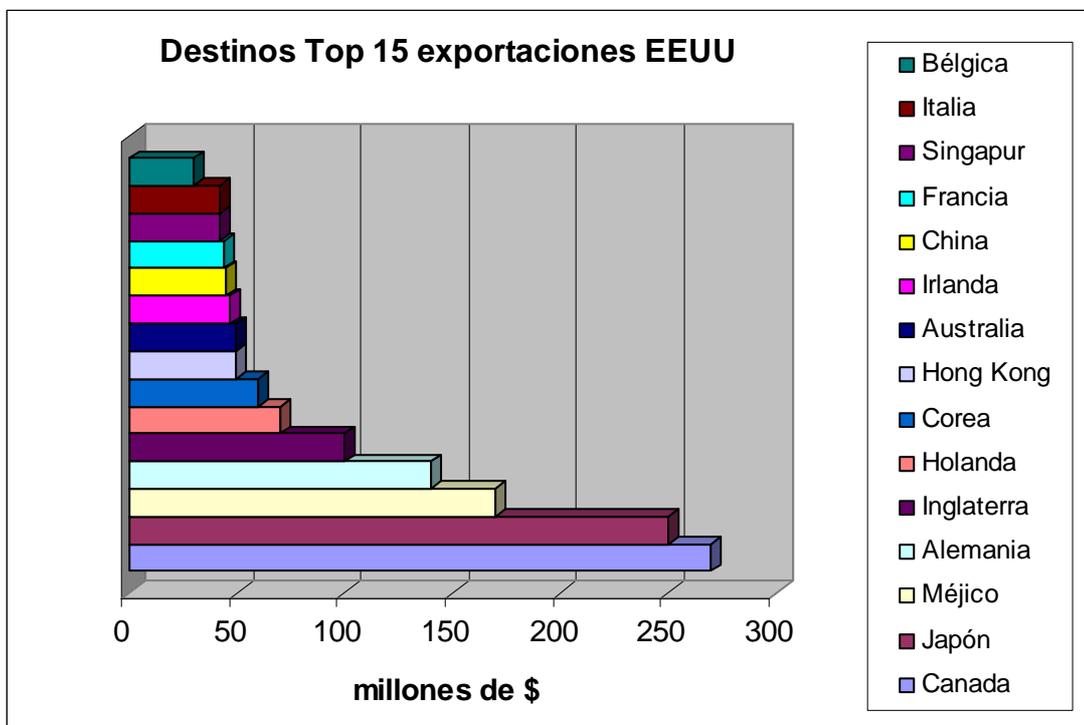


Fuente: Music USA 2005

No solo las cifras sobre el valor de las exportaciones reflejan la importancia de Estados Unidos como país exportador de instrumentos musicales, si no también el alcance geográfico de las mismas.

Estados Unidos exporta sus productos musicales a unos 175 países del mundo. En la gráfica siguiente vamos a recoger los 15 primeros países destino de las exportaciones de instrumentos musicales de Estados Unidos.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU



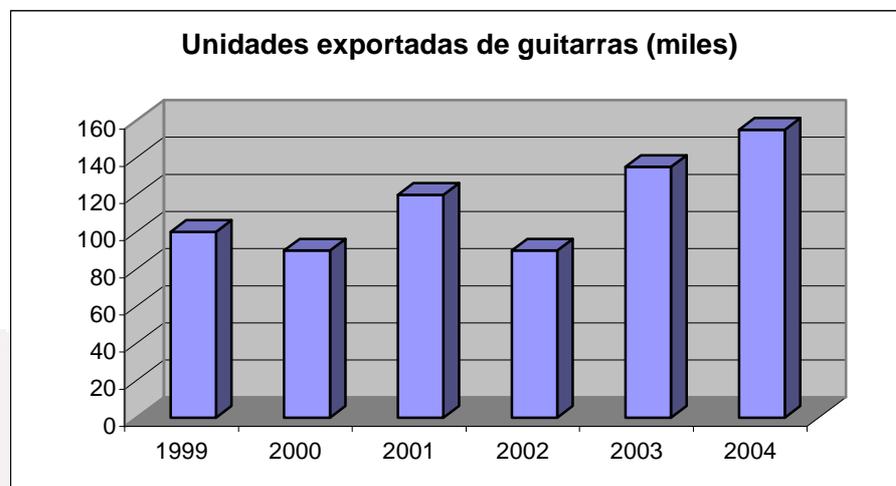
Fuente: Music USA 2005

Centrándonos ya en la guitarra, podemos decir que es el instrumento más importante dentro del mercado de instrumentos musicales de Estados Unidos.

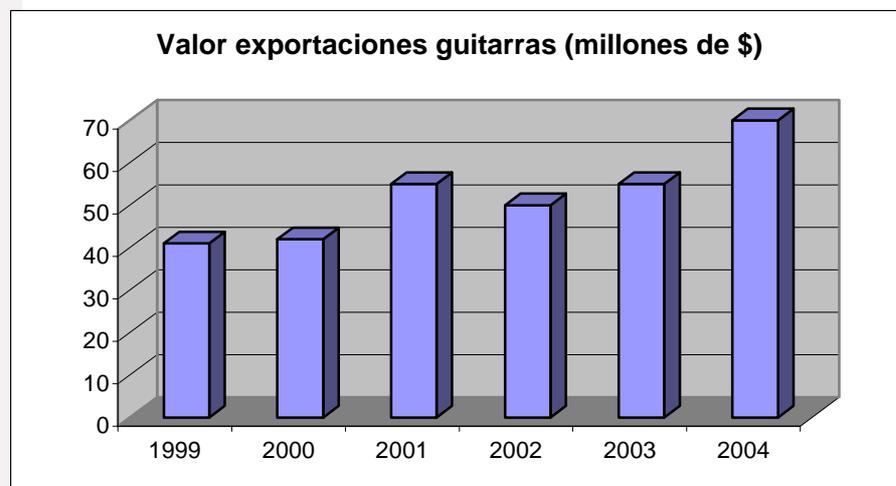
Para hacernos una idea aproximada, en el año 2004 Estados Unidos exportó 152.346 guitarras al resto del mundo, con un valor total de \$72.937.449, cifra muy superior a las exportaciones de cualquier otro instrumento musical.

Las gráficas siguientes recogen las cifras de exportaciones de guitarras por parte de EEUU, tanto en unidades como en valor.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU



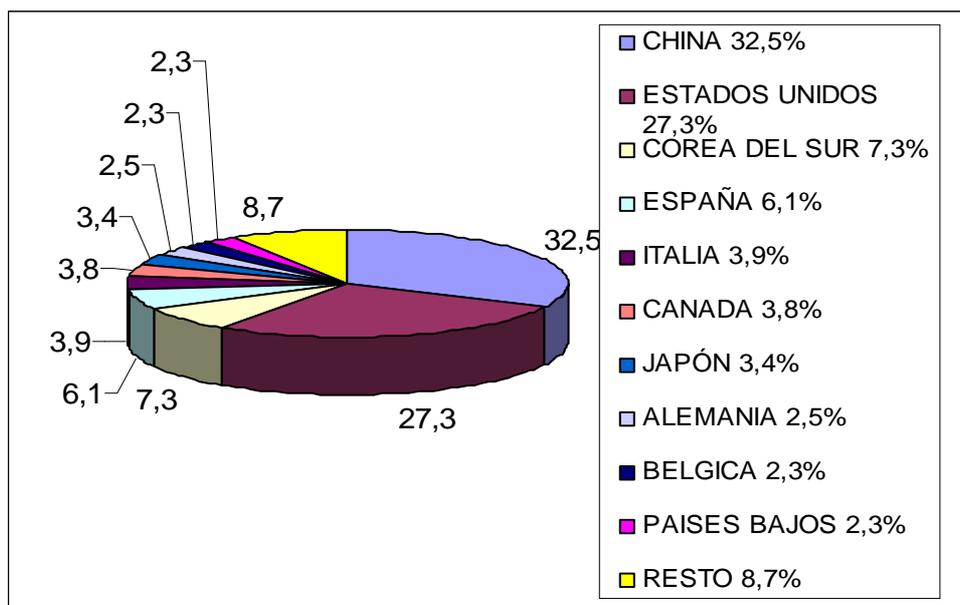
Fuente: Music USA 2005



Fuente: Music USA 2005

Estados Unidos no es solo el primer importador de guitarras del mundo, si no que también es uno de los primeros exportadores de guitarras del mundo, ya que ocupa una segunda posición en el ranking de exportadores detrás de China, realizando un 27% de las exportaciones mundiales de guitarras.

Cuota mundial principales exportadores de guitarras 2005.



Fuente. Ices

Como refleja el gráfico son China y Estados Unidos quienes lideran el comercio mundial de guitarras, repartiéndose más de la mitad del mismo y separándose una gran diferencia con el resto de países participantes en dicho mercado.

España ocupa la cuarta posición en este ranking, con un 6,1% del total de las exportaciones mundiales, lo que refleja la importancia de la guitarra española, dentro del mercado mundial de guitarras.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

1.2.3 Exportaciones Españolas.

La industria de la música en España sigue siendo uno de los más amplios mercados musicales del mundo, siendo la guitarra el principal instrumento musical manufacturado en España.

Aunque las ventas de instrumentos musicales han sufrido una caída en los últimos años, la guitarra española no se ha visto tan afectada por esta tendencia decreciente de las ventas e incluso alcanza un crecimiento tanto en unidades como en valor de las ventas.

Los datos muestran que el crecimiento en el número de unidades exportadas es superior al crecimiento en el valor de las ventas, por tanto esto significa un descenso del precio unitario de las guitarras, salvo para las acústicas cuyo crecimiento en valor excede al crecimiento en número de unidades.

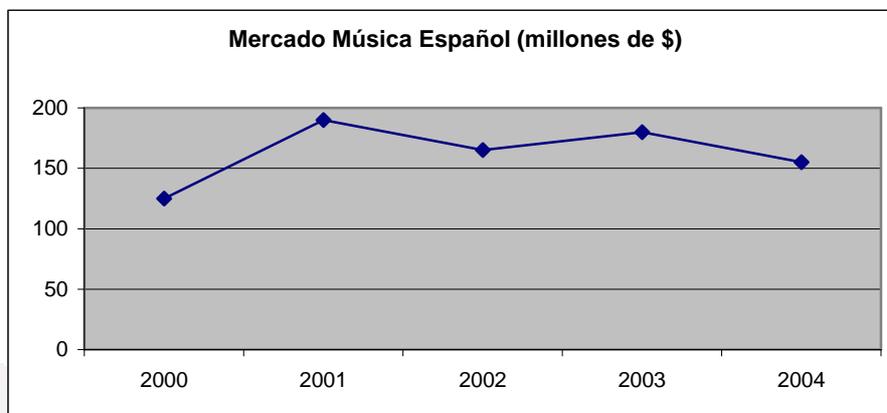
Años 2001- 2004		
	Crecimiento en valor	Crecimiento en unidades
Guitarras Acústicas	+40%	+30%
Guitarras Eléctricas	+41%	+54%
Guitarras Electro-acústicas	+27%	+33%
Bajos Eléctricos	+20%	+39%

Fuente: Music USA 2005

La industria de la música española es optimista, pero se está viendo sometida a distintos cambios. Como al igual que el resto de los países del mundo, el principal problema para los fabricantes españoles son las importaciones de instrumentos musicales desde otros países del mundo.

La gráfica siguiente muestra la evolución del mercado español de los instrumentos musicales desde comienzos del siglo XXI. Al igual que el resto de los países del mundo a partir del año 2001 la tendencia de crecimiento es decreciente.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU



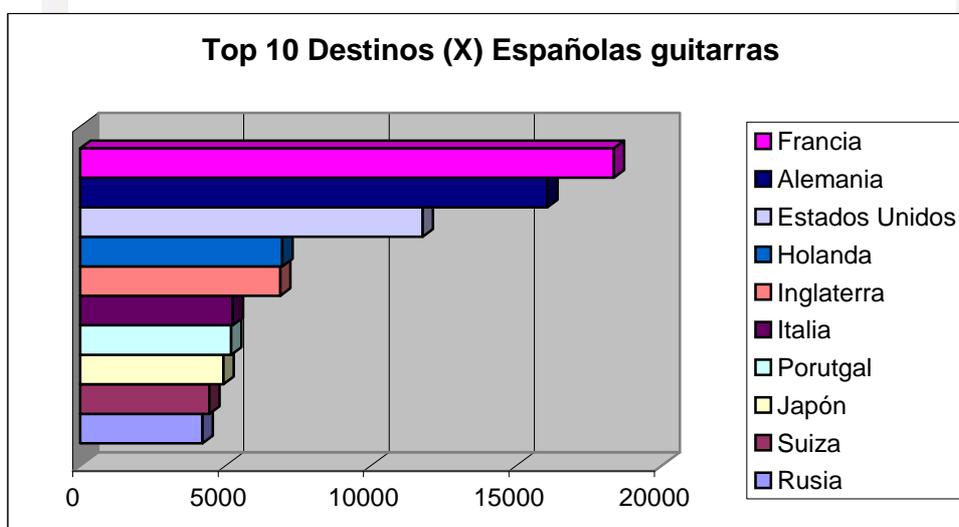
Fuente: Music USA 2005

Dentro de este apartado, vamos a centrarnos en analizar las exportaciones de guitarras españolas al resto del mundo.

Según la División Estadística de las Naciones Unidas, España exportó durante el 2005 al resto del mundo un total de 128.056 guitarras, con un valor total de \$24.728.788.

Las tablas siguientes van a recoger datos sobre las exportaciones españolas de guitarras. La primera tabla recoge los 10 primeros países destino de las exportaciones españolas.

Como se puede observar Francia y Alemania encabezan la lista, seguidos por Estados Unidos, y con una gran diferencia entre ellos y el resto de los países de la lista. El hecho de que Estados Unidos ocupe una tercera posición no hace más que recalcar la importancia que la guitarra española tiene en este país.



Fuente: División Estadística Naciones Unidas.

EXPORTACIONES DE GUITARRAS ESPAÑOLAS A ESTADOS UNIDOS.

Años	Valor Exportaciones \$	Total Unidades Exportadas
2005	3.708.710	11.773
2004	3.935.619	29.460
2003	4.553.134	--
2002	3.376.193	--

Fuente: División Estadística Naciones Unidas

Como muestra la tabla se ha producido un descenso en el volumen de las exportaciones españolas a Estados Unidos, y a pesar de no contar con cifras exactas para el 2006, la tendencia de las exportaciones sigue la misma línea.

Una de las principales causas de este descenso en las exportaciones españolas a Estados Unidos es la apreciación del Euro frente al Dólar, que encarece enormemente las exportaciones españolas a Estados Unidos.

ICEX

2. ANÁLISIS CUALITATIVO.

2.1. Producción nacional de Estados Unidos.

Es difícil obtener cifras exactas sobre el volumen de producción de instrumentos musicales en Estados Unidos, porque aunque la mayoría de las compañías norteamericanas diseñan y comercializan sus productos en este país, suelen llevar a cabo la producción fuera de sus fronteras, sobre todo en los países asiáticos.

Pero podemos citar algunos de los estados que ocupan un lugar destacado en la producción de instrumentos musicales, a la cabeza de todos se encuentra California con un volumen de fabricación muy superior al resto de los estados, señalar que en California se encuentran ubicadas dos de las grandes compañías fabricantes de guitarras tales como Fender y Rickenbacker.

En posteriores posiciones tenemos los estados de Nueva York, Pensilvania, Ohio y Tennessee, en este último también producen las compañías Fender y Gibson.

Las siguientes tablas van a reflejar datos de interés sobre la situación de la industria de instrumentos musicales en Estados Unidos, tanto a precios constantes como a precios corrientes.

Precios Constantes						
	2001	2002	2003	2004	2005	
Beneficios de la industria	5.626	5.725	5.811	6.000	6.400	\$ Mill.
Prod. Domestico de la industria	1.325	1.287	1.290	1.104	1.171	\$ Mill.
Núm. Establecimientos	10.185	10.218	10.431	10.200	10.880	Unid.
Núm. Empresas	9.383	9.473	9.617	9.180	9.792	Unid.
Núm. Empleados	39.969	39.653	38.410	30.410	32.640	Unid.
Total Salarios	982	944	941	750	800	\$ Mill.

Precios Corrientes						
	2001	2002	2003	2004	2005	
Beneficios de la industria	5.137	5.319	5.508	5.837	6.400	\$ Mill.
Prod. Domestico de la industria	1.210	1.196	1.223	1.074	1.171	\$ Mill.
Núm. Establecimientos	10.185	10.218	10.431	10.200	10.880	Unid.
Núm. Empresas	9.383	9.473	9.617	9.180	9.792	Unid.
Núm. Empleados	39.969	39.653	38.410	30.410	32.640	Unid.
Total Salarios	897	877	892	730	800	\$ Mill.

Fuente: Ibisworld, Inc

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Esta última tabla va a reflejar en crecimiento real de la industria desde el 2001.

	2001	2002	2003	2004	2005	
Beneficios de la industria	-0.6	1.8	1.5	3.3	6.7	%
Prod. Domestico de la industria	-1.3	-2.9	0.2	-14.4	6.1	%
Núm. Establecimientos	-0.3	0.3	2.1	-2.2	6.7	%
Núm. Empresas	-0.8	1.0	1.5	-4.5	6.7	%
Núm. Empleados	2.4	-0.8	-3.1	-20.8	7.3	%
Total Salarios	-1.0	-3.9	-0.3	-20.3	6.7	%

Fuente: Ibisworld, Inc.

Por último vamos a incluir una lista de los Top 20 principales proveedores del mercado estadounidense de guitarras. En ella vamos a señalar también las ganancias estimadas que obtuvieron durante el 2006 así como el número de empleados con los que cuentan.

COMPAÑÍAS	GANANCIAS	EMPLEADOS
Yamaha Corporation of America	\$730.821.000	843
Fender Musical Instruments	\$438.000.000	2500
Gibson Guitar Corp.	\$225.000.000	2076
Loud Technologies	\$220.000.000	700
Kaman Music.	\$214.800.000	504
Peavey Electronics Corp.	\$185.000.000	1653
Hal Leonard Corporation	\$141.600.000	329
D'Addario & Company	\$110.000.000	1080
Hermes Trading	\$100.000.000	300
Martín Guitar Company	\$97.514.000	850
Hoshino USA	\$93.000.000	150
First Act.	\$85.000.000	193
AXL Musical Instruments	\$74.088.000	1550
US Music Corp.	\$67.400.000	240
Taylor Guitar	\$60.400.000	523
Ernie Ball/ Music Man	\$53.000.000	300
Samick Music Corp.	\$49.000.000	42
Hanser Music Group	\$45.500.000	45
Godin Guitar Company	\$42.000.000	400
Harris-Teller Inc.	\$33.700.000	71

Fuente: Music USA 2005

2.2. Obstáculos comerciales.

La primera dificultad que puede encontrarse al exportar a los Estados Unidos es que Estados Unidos es un país que cuenta con una normativa propia, muchas veces muy distinta a la de la UE en una gran cantidad de sectores económicos.

Normalmente todas las regulaciones referidas a instrumentos musicales suelen ser dictadas por cada uno de los distintos estados, el gobierno nacional solo redacta regulaciones generales con el objetivo de mantener una libre competitividad del mercado.

En algunos casos va a ser una obligación para la empresa exportadora cambiar la política de exportación y crear una política individual para los Estados Unidos. Por ejemplo, muchas de las empresas de Estados Unidos piden al exportador que coloque la mercancía en un almacén ya situado en los Estados Unidos, para que ellos después de recibir los pedidos pongan el material ya estocado a disposición de sus clientes en las tiendas.

Esto repercute enormemente en el coste de la exportación de guitarras a los Estados Unidos, puesto que es el exportador quien debe hacerse cargo de los costes de disposición del almacén, así como de los costes de manipulación de las guitarras.

Por otro lado debemos citar como otro obstáculo comercial el hecho de que el arancel que soportan las guitarras de precio superior a \$100 es un 8.7%, frente al 4.5% establecido para las guitarras de precio inferior a \$100. La guitarra española está dentro de la primera categoría y por tanto soporta este elevado arancel que repercute en el precio final de las mismas.

También debemos hacer referencia a los impuestos, Estados Unidos no impone impuestos sobre estos productos a nivel nacional, así que los distintos impuestos varían en función de los distintos estados.

Por ejemplo, durante el 2006 el estado de Alaska no impuso ningún tipo de impuestos sobre estos productos, ahora bien en los otros estados estos impuestos variaron desde un 2.9% para el estado de Colorado (el más bajo) hasta un 7.25% para el estado de California (el más elevado)

Además debemos señalar que sobre estos productos también pueden existir impuestos locales que pueden variar desde 0% hasta un 7%.

Por último citar de nuevo el tipo de cambio Euro/Dólar, el encarecimiento del Euro frente al Dólar, aunque sea un factor coyuntural está afectando negativamente a las exportaciones de guitarras desde Europa, siendo un problema que se prolonga ya desde hace 3 años.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO.

1.1. Canales de distribución

En cuanto a los canales de distribución, se ha observado que son canales de distribución cortos, normalmente el fabricante o el exportador vende directamente a las tiendas.

Algunos de los importadores de guitarras han señalado que las empresas españolas suelen vender sus productos en posición EXW (Ex Works) y por tanto el comprador de guitarras asume las responsabilidades y los cargos de importar los bienes.

A pesar de que en la mayoría de los países, los exportadores de guitarras suelen contar con un distribuidor al que venden las guitarras para que posteriormente este las distribuya en su cadena de distribución de tiendas del país, en Estados Unidos la cosa cambia y la figura del distribuidor es cada vez menos frecuente.

En general, aunque existen excepciones, son las propias tiendas vendedoras de guitarras las que van a contactar directamente con el exportador, saltándose la figura intermedia del distribuidor.

Las razones podrían ser que las guitarras son artículos generalmente de un precio elevado y no pueden permitirse ir aumentando de precio con los márgenes de los distintos intermediarios. Señalamos que el margen entre fabricantes y minoristas en el mercado norteamericano puede llegar a ser hasta un 55% del precio final.

También puede influir en el hecho de que los canales de distribución sean cortos que se trata de productos frágiles, que requieren unas condiciones de humedad adecuadas y que no deben estar almacenados demasiado tiempo para evitar su deterioro.

1.2. Esquema de la distribución

Como ya hemos señalado, el mercado de instrumentos musicales y más concretamente el de guitarras es muy amplio y variado, por ello el esquema de su distribución también lo es.

Uno de los componentes más importantes en la distribución de guitarras en Estados Unidos son las grandes cadenas de tiendas especializadas en la venta de instrumentos musicales que se encuentran presentes a lo largo de todo el país y que distribuyen distintas marcas de un mismo producto.

Estas cadenas de tiendas dominan el mercado de instrumentos musicales en Estados Unidos y registran unas ventas que suelen ser en torno a un 58% del volumen de ventas total de la industria de la música en Estados Unidos.

Podemos decir que en Estados Unidos existen unas 200 cadenas de tiendas especializadas en la venta de instrumentos musicales, que tienen unos volúmenes de ventas que van desde los \$3.150.000 hasta los \$2.030.000.000 y que colectivamente este grupo de cadenas de tiendas cuenta con unos 19.381 empleados.

En el tabla (*) siguiente se recogen las quince primeras cadenas de tiendas de instrumentos musicales en Estados Unidos según su volumen de ventas para los años 2004 y 2005.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

05	04	Compañía	Ventas 2005	Ventas 2004	%	Empl. 2005	Empl. 2004	Locales 2005	Locales 2004
1	1	Guitar Center, Inc.	\$1.782.499.000	\$1.513.000.000	+17.8%	8.154	6.434	242	159
2	2	Sam Ash Music Corp.	\$445.000.000	\$425.000.000	+4.7%	2.100	2.000	45	45
3	3	Brook Mays Group.	\$147.100.000	\$150.100.000	-1.9%	760	800	64	63
4	4	Victor's House of Music	\$125.000.000	\$116.100.000	+7.6%	255	215	1	1
5	7	Sweetwater	\$104.000.000	\$85.000.000	+22.3%	220	180	1	1
6	6	Hermes Music	\$85.000.000	\$89.000.000	-4.5%	170	170	5	5
7	8	Full Compass Systems, Ltd.	\$65.520.000	\$59.890.000	+9.4%	140	126	1	1
8	9	Washington Music Center	\$62.000.000	\$59.529.600	+4.1%	92	93	1	1
9	10	J.W. Pepper	\$59.000.000	\$57.000.000	+3.5%	305	300	15	15
10	11	Schmitt Music Company	\$56.000.000	\$56.205.052	-0.3%	270	266	25	25
11	14	West L.A. Music	\$49.464.000	\$44.968.000	+9.9%	92	82	3	3
12	13	Jordan Kitt's	\$48.500.000	\$48.450.000	+0.1%	220	230	11	11
13	16	Daddy's Junky Music	\$33.650.000	\$33.647.250	0%	165	164	21	21
14	12	Pro Sound & Stage Lighting	\$31.000.000	\$30.000.000	+3.3%	65	90	1	1
15	15	Cascio Music Co., Inc.	\$30.000.000	\$30.000.000	0%	89	95	1	1

(*) Fuente: The Music Trades, Music Stores Ranked by Sales.

Vamos a dar datos algo más concretos sobre las principales compañías en relevancia dentro de este mercado.

Como ya hemos dicho el mercado de instrumentos musicales se encuentra dominado por la compañía **Guitar Center Inc.**, que cuenta con tiendas repartidas por todo el país y que vende todo tipo de artículos relacionados con el mundo de la música. Las tiendas establecidas por esta compañía suelen tener un tamaño que oscila entre los 1114 m² y unos 2.787m².

En el año 2005 la compañía tenía abiertas un total de 242 tiendas por todo Estados Unidos, de las cuales 81 eran gestionadas por su división, Music and Arts Center, y 19 por su división American Music Company, estando estas tiendas especializadas en alquiler de instrumentos, e instrumentos para bandas.

Guitar Center también cuenta con la empresa Musician's Friend, Inc, especializada en la venta por Internet.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La estrategia seguida por la compañía ha sido situarse en los principales mercados, y tomar ventajas tanto con una eficiente operatividad, así como una enorme publicidad.

A finales del 2006 la compañía presentó unos beneficios de \$2.030 millones, que suponen un aumento de un 13.9% con respecto a los obtenidos en el 2005.

En segundo lugar tenemos la compañía **Sam Ash Music Corporation**, esta compañía cuenta con 45 tiendas repartidas en 12 estados, y sigue siendo una compañía privada.

Los beneficios obtenidos por la misma durante el 2006 ascienden a \$511.75 millones y se espera un aumento de los mismos en un 15.7% durante el 2007.

Brook Mays Music Company, esta compañía presentó bancarrota en julio del 2006 y liquidó sus tiendas en noviembre del mismo año, por tanto ya no juega ningún papel dentro de la industria de instrumentos musicales.

Victor's House of Music, la compañía tiene sede en New Jersey, los beneficios obtenidos por la misma fueron de \$136 millones en el 2006, que es un 8.8% más de lo obtenido en el 2005, pero a pesar de este aumento de los beneficios, su cuota de mercado viene siendo la misma desde el 2002, menos de un 1.4% de los beneficios totales de la industria.

En este año 2007 Victor's House of Music fue adquirida por Guitar Center.

Sweetwater Sound, con unos beneficios en el 2006 de \$105 millones.

Hermes Music, esta compañía cuenta con 5 establecimientos en Texas, y opera principalmente con el mercado latino, tanto en México como en Sudamérica.

A finales del 2006, Hermes Music fue comparada por Guitar Center.

J.W.Pepper & Sons Inc, con unos beneficios de \$68 millones en el 2006.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Por otro lado, debemos señalar que en los últimos años se ha producido una pequeña revolución dentro del mercado de instrumentos musicales de Estados Unidos, debido a la introducción en dicho mercado de grandes superficies comerciales, tales como Target, Wal-Mart, Costco o Best-buy.

Obviamente la introducción de estas grandes superficies en el mercado abría la posibilidad de vender instrumentos musicales a cientos de millones de consumidores y por tanto las convertía en serios competidores.

El objetivo de estas grandes superficies era y es acercar aún más la música al público en general, aumentando las ventas de instrumentos musicales, mediante el abaratamiento de los precios.

La siguiente tabla (*) muestra el volumen de ventas de instrumentos musicales de estas grandes superficies, tanto en unidades como en Dólares, en los últimos tres años.

	Unidades Vendidas	Volumen Ventas Totales en \$
2006	1.230.000	\$113.100.000
2005	1.500.000	\$139.500.000
2004	980.000	\$88.200.000

(*) Fuente: Music Trades, Abril 2007

Otro gran competidor en el mercado de instrumentos musicales, que también ha contribuido a un cambio radical en el panorama de la industria de instrumentos musicales de Estados Unidos desde la entrada del siglo XXI, ha sido una auténtica batería de Páginas de Web que ofrecen productos a la venta a través de Internet, que ha sido el segmento minorista que más rápidamente ha crecido en los últimos años.

Como ejemplo, hay que mencionar la empresa *Musician's Friend*, líder de la venta de instrumentos musicales por Internet.

No existen datos exactos sobre el volumen de ventas de instrumentos musicales a través de Internet, aunque sí que existen sobre el volumen total de ventas on-line en Estados Unidos.

Según datos de USA Today las ventas on-line en Estados Unidos durante el 2006 fueron un 25% superior a las registradas en el 2005, llegando a alcanzar la cifra de \$670.000.000.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La clave del éxito de las ventas por Internet se encuentra en la conveniencia de poder comprar a cualquier hora que se desee y esto en la vida moderna es muy importante, puesto que cada vez se trabaja un mayor número de horas y se dispone de un menor tiempo libre. A esto hay que unirle la facilidad para encontrar la información sobre el producto, la calidad, el precio...etc, que suele acabar con la compra on-line del mismo.

Tenemos que destacar también que la compra on-line de cualquier tipo de producto en Estados Unidos es una práctica muy extendida, debido a las enormes distancias, la falta de tiempo...etc, los estadounidenses consideran la compra on-line como una manera eficaz para obtener los productos que desean ahorrando tiempo y dinero.

A este hecho tenemos que añadir que otra clave muy importante para el desarrollo de las ventas on-line en Estados Unidos, ha sido que estas vienen acompañadas de un servicio de entrega a domicilio que cumple los plazos de entrega rigurosamente, así como un servicio de atención al cliente post-venta, para cualquier problema que este pudiera tener.

El último componente en el esquema de la distribución de guitarras en Estados Unidos son los vendedores independientes. El sector de instrumentos musicales en Estados Unidos ha estado tradicionalmente dominado, a nivel minorista, por tiendas independientes.

Sin embargo, en los años noventa se vivió en Estados Unidos un cambio en la forma de distribución de los instrumentos musicales, esto provocó el declive de la pequeña tienda frente a la rápida proliferación de grandes cadenas de tiendas especializadas en la venta de instrumentos musicales.

Es evidente que todos los cambios producidos dentro del mercado de instrumentos musicales en los últimos años, han afectado en gran medida a este sector, puesto que han dado lugar a cambios tanto en la formación de precios como en las ventas, ya no solo a nivel nacional y estatal, si no también a nivel local, que es donde los vendedores independientes tienen su nicho de mercado.

De los aproximadamente 10.000 pequeños establecimientos que existían en Estados Unidos a principios de los noventa, sólo quedaban 8.443 a finales de los noventa. Una de las principales causas es que las grandes cadenas de tiendas especializadas, entre ellas las tres más importantes -*Guitar Center*, *Sam Ash Music* o *Brook Mays Group*- se expandieron geográficamente a lo largo del país, abriendo puntos de venta en todos los núcleos de población con más de 2 millones de habitantes y convirtiéndose en las compañías líderes del mercado.

El tamaño de estas compañías, su poder de compra y alcance publicitario, hicieron que las pequeñas tiendas no pudieran competir con ellas cambiando así el esquema de la distribución en los Estados Unidos.

1.3. Principales distribuidores.

GUITAR CENTER INC

Página Web: www.guitarcenter.com

La cadena de tiendas más importante de todo el país. Cuenta con tiendas especializadas en la venta de instrumentos musicales repartidas por todo el país.

Para contactar con ellos, hay que usar su página web y enviarles un e-mail según la consulta que se desee realizar.

SAM ASH MUSIC CORP.

CENTRAL OFFICE

278 Duffy Ave

Hicksville, NY 11801

Tlf: 001 888 615 5904

Página Web: www.samashmusic.com

VICTOR'S HOUSE OF MUSIC

Pertenece a Guitar Center.

SWEETWATER SOUND INC.

5501 US Hwy 30 W

Fort Wayne, IN 46818

Tlf: 001 800 222 4700/ 001 260 432 8176

Fax: 001260 432 1758

Página Web: www.sweetwater.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

J.W. PEPPER

Página Web: www.jwpepper.com

OFICINA PRINCIPAL

2480 Industrial Blvd.
Paoli, PA 19301
Tlf: 001 610 648 0500
Fax: 001 610 993 0563

Dirección Postal:

PO Box 850
Valley Forge, PA 19482

Por Estados:

NORTE DE CALIFORNIA

37482 Fremont Boulevard
Fremont, CA 94536
Tlf: 001 510 796 1525
Fax: 001 510 796 7166

SUR DE CALIFORNIA

11947 E Florence Ave., Suite 3
Santa Fe Springs, CA 90670
Tlf: 001 562 944 2442
Fax: 001 562 944 9909

GEORGIA

1415 Trae Lane
Lithia Springs, GA 30122
Tlf: 001 770 941 9100
Fax: 001 770 941 6829

ILLINOIS

130 E Street Charles Rd. Suite A
Carol Stream, IL 60197
Tlf: 001 630 462 0787
Fax: 001 630 462 7905

INDIANA

5282 East 65th St, Suite B
Indianapolis, IN 46220
Tlf: 001 317 577 3426
Fax: 001 371 596 9224

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

MICHIGAN OESTE

4500 Broadmoor SE/PO Box 150
Grand Rapids, MI 49501
Tlf: 001 616 698 7000
Fax: 001 616 698 0228

MICHIGAN

552 Robbins Dr.
Troy, MI 48084
Tlf: 001 248 588 1000
Fax: 001 248 588 2162

MINNESOTA

4777 Shady Oak Rd, Suite 300
Hopkins, MN 55343
Tlf: 001 952 938 0028
Fax: 001 952 938 0850

MISSOURI

11225 Colorado
Kansas City, MO 64137
Tlf: 001 816 765 6200
Fax: 001 816 765 3232

CAROLINA DEL NORTE

1409 South Stratford Road
Winston-Salem, NC 27114
Tlf: 001 336 659 8100
Fax: 001 336 659 7648

DAKOTA DEL NORTE

1655 North Grandview Lane, Suite 105
Bismarck, ND 58503
Tlf: 001 701 221 9115
Fax: 001 701 221 9093

TEXAS

1500 Oakland Place
Fort Worth, TX 76103
Tlf: 001 817 429 1993
Fax: 001 817 535 7815

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

UTAH

5450 South Green Street
Murray, UT 84123
Tlf: 001 801 265 0868
Fax: 001 801 265 0961

WASHINGTON

6228 Tacoma Mall Blvd
Tacoma, WA 98409
Tlf: 001 253 671 8310
Fax: 001 253 671 8184

WEST L.A. MUSIC

Página Web: www.westlamusic.com

WEST LOS ANGELES

11345 Santa Monica Blvd.
Los Angeles, CA 90025
Tlf: 001 310 477 1945
Fax: 001 310 477 2476

UNIVERSAL CITY

3501 Cahuenga Blvd. West
Los Angeles, CA 90068
Tlf: 001 323 845 1145
Fax: 001 323 845 1199

HERMES TRADING CO INC.

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

830 Cage Boulevard
Pharr, TX

Tlf: 001 956 781 8472
Fax: 001 956 787 2651

Página Web: www.hermes-music.com

E-mail: rudy@hermes-music.com

Contacto: Compra/Venta Internacional
Rudy Gallego Ext.115

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

DADDY'S JUNKY MUSIC

1015 Candia Road
Manchester, NH 03109
Tlf: 001 603 623 7900
Página Web: www.daddys.com

CASCIO MUSIC CO., INC

13819 W National Ave
New Berlin, WI 53151
Tlf: 001 262 786 6249
Fax: 001 262 786 6840
Página web: www.interstatemusic.com

SCHMITT MUSIC CO.

Página Web: www.schmittmusic.com
E-mail: info@schmittmusic.com
Oficina Central: 001 612 339 4811
001 800 920 9540

WASHINGTON MUSIC CENTER

11151 Veirs Mill Road
Wheaton, MD 20902
Tlf: 001 301 946 8808
Fax: 001 301 933 4438
Página Web: www.wmcworld.com
E-mail: sales@chucklevis.com

2. ANÁLISIS CUALITATIVO.

2.1. Estrategias para el contacto comercial.

2.2.1 Antes de acudir a los Estados Unidos.

- 1) Solicite a la Oficina Comercial información general sobre el mercado de Estados Unidos en general así como del sector de interés en particular. Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los posibles clientes.
- 2) Solicite listados de potenciales clientes a la Oficina Comercial. Para ello, describa sus productos (si es posible, adjunte catálogos u otro material ilustrativo) y, en la medida de lo posible, aporte información sobre su nivel de precios, sus volúmenes de fabricación y ventas así como su experiencia en exportación. Realice su petición con unos tres meses de antelación.
- 3) Realice un mailing previo de contactos para solicitar una entrevista con ocasión de su visita a Estados Unidos. Este mailing debe realizarse con antelación con vista a que las empresas norteamericanas tengan tiempo de estudiar su oferta y planificar su visita.
- 4) Haga un seguimiento del mailing el mes antes de realizar la visita, contactando primero con las empresas que han mostrado interés, a estas puede ser interesante remitirles mayor información sobre su empresa y después con el resto que han sido contactadas.
- 5) Asegúrese de que su material de presentación está adaptado para la promoción internacional: catálogos, listados de precios deben estar tanto en español como en inglés, siendo recomendable también que los listados de precios sean en destino y en Dólares.

2.2.2 Durante su visita en Estados Unidos.

- 1) Sea puntual en las reuniones. Respete la necesidad de los norteamericanos de mantener un horario. También tenga en cuenta que el límite de tiempo es importante, cumpla con los horarios de terminación.
- 2) Trate de hacer negocios primero, construya las relaciones después. Los norteamericanos desarrollan sus relaciones a través de los negocios. Si no tienen tiempo de llegar a conocerle, no lo tome como una ofensa, simplemente se ajustan a un horario.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

- 3) El estilo de comunicación americano es directo e informal. Esté preparado para dar información específica sobre sus productos y servicios, incluso sobre precios y organice su material, su historia y sus hechos en formatos simples.
- 4) Trate a todos los presentes en la reunión como si fueran la persona con la que ha de firmar el contrato, sin importar rango o edad. No se ofenda si se dirigen a usted por su nombre tras una breve presentación, es el estilo americano.
- 5) Los norteamericanos usan consultores externos como parte fundamental de la vida empresarial, si en la reunión se incluyen abogados o consultores no se ofenda, actúan como consejeros para que futuros problemas puedan evitarse.
- 6) No se sorprenda o se ofenda si la persona que tiene delante de usted no sabe nada acerca de su ciudad, muchos años siendo el mercado más grande han dejado a los norteamericanos centrados solo en Estados Unidos.
- 7) A los norteamericanos les gustan las alternativas para que se les reconozca sus opiniones, asegúrese de involucrar a la persona que tiene delante a la hora de tomar una decisión.
- 8) Los americanos tienen reglas muy estrictas acerca de lo que se puede decir en el ambiente de trabajo, por tanto sea cauto al expresar una opinión o al hacer un comentario.
- 9) Los norteamericanos creen que es bueno intentar cosas nuevas incluso si no están seguros de su éxito. La cultura empresarial, tiene como base una actitud que hace de Estados Unidos “La Tierra de las Oportunidades”, según la cual se puede intentar algo, fracasar y volver a intentarlo de nuevo.

2.2.3 Después de la visita a Estados Unidos.

- 1) Cuide los contactos que ha realizado, envíe los datos que les han solicitado en las entrevistas y aproveche para mandar información provisional sobre su empresa.
- 2) Proceda a las adaptaciones correspondientes en tema de productos, precios y material promocional.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

2.2. Promoción y Publicidad.

El instrumento más frecuente y más útil de promoción en el mercado de Estados Unidos son las ferias del sector, en especial NAMM, la feria de instrumentos musicales más grande de Estados Unidos donde se dan cita todos los miembros de este mercado.

Detallamos todos los distintos aspectos de esta feria en el apartado informes de feria.

Además de la feria, NAMM es la National Association of Music Merchants, esta asociación internacional se fundó en el año 1901 y actualmente representa a cerca de 9.000 minoristas y fabricantes de instrumentos musicales de más de 85 países del mundo.

El objetivo de la asociación es unificar, guiar y fortalecer la industria de los productos musicales e incrementar el interés de la población hacia la música. Para lograr estos objetivos la asociación está actuando desde distintos campos la educación profesional, la legislación pública y programas innovadores de construcción de mercado.

La asociación cuenta además con publicaciones de gran interés debido al gran conocimiento que la NAMM posee sobre dicho sector. Las más destacadas son el informe Music USA que se publica anualmente y que recoge un análisis completo de la industria de instrumentos musicales a nivel mundial y la revista Playback que se publica cada dos meses y que contiene ideas, ferias, noticias y tendencias sobre la industria de instrumentos musicales.

NAMM

5790 Armada Drive
Carlsbad, CA 92008

Tlf: 001 760 438 8001
Fax: 001 760 438 7327

Información General - info@namm.com

Miembros - membership@namm.com

Información General sobre la Feria - tradeshow@namm.com

Información sobre el registro en la Feria - registration@namm.com

Desarrollo de Mercado- marketdev@namm.com

Meetings y eventos - meetings@namm.com

NAMM Universidad - nammu@namm.com

Revista PLAYback - playback@namm.com

Personal de marketing y comunicación - marcom@namm.com

Asuntos On-line- webmaster@namm.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La publicidad en medios audiovisuales o radio no es tan importante como la promoción y publicidad en las revistas especializadas del sector, como por ejemplo The Music Trades, que recogen todos los aspectos relacionados con este mercado y atraen a gran número de lectores interesados en el sector.

A continuación detallamos un listado de las publicaciones más importantes en Estados Unidos.

THE MUSIC TRADES MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Revista profesional número uno en Estados Unidos, destinada a profesionales del sector.

Necesaria suscripción para ello: www.musictrades.com

Contacto: Paul Majeski

GUITAR PLAYER MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Página Web: www.guitarplayer.com

Revista de interés para todos los amantes de la guitarra.

Contacto: Jon Levy

Tlf: 818 994 3800

E-mail: jlevy@musicplayer.com

FINGER STYLE GUITAR MAGAZINE

Periodicidad: Bimensual.

Página Web: www.fingerstyleguitar.com

Revista de información general sobre todo lo relacionado con el mundo de la guitarra.

Contacto: P.O. Box 1178

Lewiston, NY 14092

Tlf: 888 223 3340

VINTAGE GUITAR MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Página Web: www.vintageguitar.com

Revista mensual devota de guitarras estilo “vintage” y otros instrumentos de cuerda.

Contacto: Vintage guitar, Inc

P.O.Box 7301

Bismark, ND 58507

Tlf: 701 255 1197

Fax: 701 2550250

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

GUITARWORLD MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Página Web: www.guitarworld.com

Revista que cuenta con las últimas novedades sobre el mundo de la guitarra.

Contacto: 4000 Shoreline Court, Suite 400

South San Francisco, CA 94080

Tlf: 650 872 1642

Fax: 650 872 1643

ACOUSTIC GUITAR MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Página Web: www.acousticguitar.com

Información general sobre el mundo de la guitarra acústica.

Contacto: Oficina Editorial

Acoustic Guitar

P.O. Box 767

San Anselmo, CA 94979

Tlf: 415 485 6946

Fax: 415 485 0831

20th CENTURY GUITAR MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Información general sobre el mundo de la guitarra.

Página Web: www.tcguitar.com

Contacto: 135 Oser Avenue

Hauapauge, NY 11788

Tlf: 800 291 9687

Fax: 631 434 9057

SCHOOL MUSIC DEALER MAGAZINE

PO Box 2666

Malibu CA, 90265

Tlf: 001 310 456 5813

Fax: 001 310 456 5812

Página Web: www.smd.com

Contacto: Dan Miller

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

STRING LETTER PRESS

Strings, Acoustic Guitar Magazines.

PO Box 767

San Anselmo CA, 94979

Tlf: 001 415 485 6946

Fax: 001 415 485 0831

Página Web: www.stringletter.com

Contacto: David Lusterman

MUSICAL MERCHANDISE REVIEW MAGAZINE

100 Wells Ave.

Newton MA, 02159

Tlf: 001 617 964 5100 ext.239

Fax: 001 617 964 2752

Página Web: www.mmrmagazine.com

Contacto: Sidney Davis

MUSIC, INC. MAGAZINE

102 N. Haven

Elmhurst IL 60126

Tlf: 001 630 941 2030

Fax: 001 630 941 3210

Página Web: www.musicincmag.com

Contacto: Frank Alkyer

MUSIC & SOUND RETAILER MAGAZINE

25 Willowdale Ave.

Port Washington NY, 11050

Tlf: 001 516 767 2500

Fax: 001 516 944 8372

Página Web: www.msretailer.com

Contacto: Liana Jones

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. DETERMINANTES DE LA DEMANDA.

La demanda de instrumentos musicales en general y de guitarras en particular, viene determinada por cuatro factores principalmente:

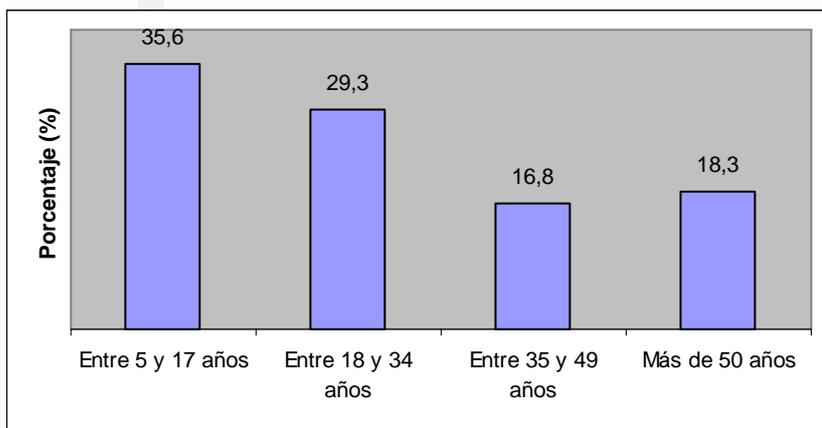
- **PRECIO:** La demanda de instrumentos musicales es elástica y muy sensible a las variaciones en el precio, es decir en periodos de condiciones económicas inciertas los consumidores compran según precio.
- **TENDENCIAS DEMOGRÁFICAS:** En la mayoría de ocasiones suele ser durante la infancia, cuando se empieza a tocar algún instrumento musical, por ello las tendencias demográficas van a afectar a esta industria. El aumento de la tasa de natalidad en Estados Unidos va a suponer un aumento de los potenciales consumidores.
- **COMPETENCIA CON PRODUCTOS SUBSTITUTIVOS:** La demanda de instrumentos musicales, también se ve afectada por la cantidad de tiempo libre disponible, por tanto esta en competencia con todos aquellos sectores que operan en el mercado del ocio, tales como deportes y actividades de tiempo libre. Por otro lado, también compite contra el bajo coste, enorme atracción y gran facilidad, de otras alternativas para ocupar el tiempo libre tales como, libros, juegos, videojuegos, ordenadores...etc.
- **RENTA FAMILIAR DISPONIBLE:** Los instrumentos musicales son considerados bienes secundarios, por tanto el nivel de demanda de los mismos depende de la renta familiar disponible.
- **ESTACIONALIDAD:** La venta de instrumentos musicales, puede seguir un cierto patrón estacional, por ejemplo para Guitar Center y otros establecimientos, las ventas experimentan un aumento entre noviembre y diciembre, antes de las vacaciones de navidad.

2. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO.

2.1. Factores sociodemográficos.

Debido a la gran tradición musical que existe en Estados Unidos, alrededor de 53 millones de norteamericanos tocan algún instrumento, ocupando las primeras posiciones el piano y la guitarra.

Aun así debemos señalar que los principales consumidores de guitarras, sean del tipo que sean, son jóvenes de entre 12 y 26 años. La siguiente gráfica muestra porcentajes sobre el consumo de guitarras por rango de edad, como se puede ver el 64,9% del consumo total de guitarras es llevado a cabo por personas entre 5 y 34 años de edad.



Fuente: Music USA 2005

Según los censos, en Estados Unidos a finales del 2006, haciendo referencia a este grupo de edad, hablábamos de unos 32.000.000 posibles consumidores.

Además es en este rango de edad donde los censos dan algunas buenas noticias, si creemos en sus predicciones la población dentro de este rango de edad en Estados Unidos, va a crecer entre un 1.5% y un 2% al año hasta el 2030, a partir del mismo los censos no realizan predicciones. Esto supone un aumento del número de potenciales consumidores de guitarras durante los próximos años.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Como ya hemos dicho, es la población entre 12 y 26 años, la que sostiene el mercado de la guitarra principalmente. Si analizamos las diferencias entre Europa y Estados Unidos veremos que la baja tasa de natalidad esperada en Europa en la próxima década va a afectar a este fragmento de la población, cosa que no ocurre en Estados Unidos, donde la tasa de natalidad esperada es la necesaria para mantener el nivel de consumidores potenciales deseado.

						
	Francia	Alemania	Italia	España	UK	EEUU
PNB 05	\$1.300 Mill.	\$1.850 Mill.	\$1.100 Mill.	\$581 Mill.	\$1.430 Mill.	\$10.100 Mill.
PNB pc	\$21.797	\$22.376	\$18.972	\$14.146	\$24.013	\$33.832
Tasa Natalidad. (x 1000)	11.9	8.2	8.7	10	10.7	14.1
Ventas Instr. musicales 05	\$810 Mill.	\$981 Mill.	\$350 Mill.	\$171 Mill.	\$899 Mill.	\$7.800 Mill.
Ventas Instr. musicales pc	\$13.48	\$11.90	\$6.10	\$4.16	\$15.16	\$26.33

Fuente: Music Trades, Mayo 2007

Ahora bien dentro de este grupo de edad debemos hacer una distinción entre el número de compradores masculinos y femeninos. Hace 20 años, las estadísticas mostraban que el 96% de los instrumentos musicales que se vendían eran comprados exclusivamente por hombres, siendo la guitarra el instrumento preferido por ellos.

Hoy en nuestros días, la guitarra forme parte de la sociedad en general y jóvenes mujeres guitarristas, han logrado que la guitarra se vaya haciendo cada vez más popular entre las mujeres.

Pero a pesar de ello, aún existe mucho camino por andar para alcanzar la igualdad entre el número de compradores masculinos y femeninos, para hacernos una idea aproximada del total de guitarras vendidas en los últimos años, solo el 35% han sido compradas por chicas de entre 12 y 26 años.

La industria de la guitarra está buscando nuevas oportunidades de mercado y es en este mercado, en el de las jóvenes de entre 12 y 26 años, donde ha fijado su mirada. La iniciativa la tuvo Daisy Rock diseñando guitarras, tanto acústicas como eléctricas para chicas, el rango de precios de las mismas oscila entre \$279 y \$699.

A raíz de esto muchos de los grandes fabricantes de guitarras, tales como Gibson o Fender, han comenzado a diseñar también desde hace algunos años, guitarras especialmente pensadas para chicas. Estas guitarras se caracterizan por tener una menor talla y peso y por ser mucho más coloridas (rosa, rojo y púrpura entre otros colores).

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Gibson diseñó unas guitarras de menor peso y de cuello más fino como son, Les Paul Vixen (\$1.429 aprox.) y Les Paul Goodess (\$2.499 aprox.). Fender, cuenta con sus propias guitarras de Hello Kitty (\$333 aprox.), que tienen este famoso muñeco dibujado por todo el cuerpo de la guitarra.

Estas guitarras diseñadas para chicas han ido ganando popularidad a nivel mundial y las ventas de las mismas recogen una tendencia creciente lo que muestra las posibilidades de mercado que se abren con este tipo de guitarras para chicas, dentro de un mercado que tradicionalmente ha estado dominado exclusivamente por chicos.

2.2. Factores económicos.

Son varios los factores económicos que afectan a la industria de guitarras;

El acontecimiento económico más importante de los últimos años, refiriéndonos a la industria de la guitarra, ha sido la incorporación de China a la OMC.

Dicha incorporación ha producido la saturación del mercado de guitarras de bajo precio, debido a una masiva producción de las mismas en China y a una posterior exportación a todos los países del mundo, que obligó a la industria a abaratar los precios de las guitarras.

La razón por la que China puede producir guitarras a precios bajos, es que los costes salariales de los trabajadores en China son reducidos, a diferencia de Europa y Estados Unidos donde los costes salariales, incluyendo impuestos, seguros, seguridad social...etc, son elevados.

El salario mínimo se sitúa en torno a unos 5.46€/hora en Europa y unos 5.68€/hora en Estados Unidos, cifras muy elevadas si se comparan con los 0.63€/hora en China.

Actualmente la producción en China es semejante a la producción europea o norteamericana de hace 100 años, es decir la mano de obra es barata pero los materiales son caros. Al contrario ocurre actualmente con la producción europea o norteamericana, donde los materiales son baratos pero es la mano de obra la que es cara.

Otro factor económico que está afectando a la industria europea de la guitarra, es el tipo de cambio Euro/Dólar. Se ha producido una revalorización del Euro frente al Dólar siendo el tipo de cambio al día de hoy (Junio 2007) 1.34 Dólares por cada Euro.

Debido al elevado valor del Euro, la industria de la guitarra en Europa no está en el mejor momento para exportar guitarras. A pesar de esto todos los fabricantes de guitarras se han dado cuenta de la importancia que tiene el mercado global, por ello están intentando hacer llegar sus productos a todos los mercados.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Sorprendentemente uno de los mercados al que han dirigido su mirada es China, la razón es que en China son más de 400.000.000 de consumidores potenciales y aunque los fabricantes de guitarras son conscientes de que las familias chinas aun no tienen un alto poder de compra, también saben que debido a la normativa establecida por el gobierno chino según la cual pueden tener un solo hijo, está surgiendo la tendencia social de darle a este único hijo lo mejor, por tanto China es un potencial mercado para las guitarras de media y alta calidad, que son las producidas fuera de las fronteras chinas.

Otro de los factores económicos que está afectando a la industria de las guitarras y a cualquier industria del mundo actualmente, es el encarecimiento del precio del petróleo.

La subida de precios de la gasolina está haciendo temblar los monederos de los automovilistas estadounidenses que están pagando 3 dólares o más el galón en la gasolinera.

A pesar de todo, algunos factores están ayudando a mitigar los efectos de los altos precios de la energía en los bolsillos y las mentes de los norteamericanos. En primer lugar, los actuales precios de la gasolina en las estaciones de servicio no son tan altos, en términos relativos, como en periodos anteriores. En segundo lugar, la economía estadounidense no es tan dependiente del petróleo para el crecimiento del PIB como lo era hace unas décadas, debido a que ahora es más una economía de servicios que una economía industrial.

El principal temor que existe en Estados Unidos es que descienda el consumo privado, porque el aumento de los precios de las gasolinas puede obligar a los consumidores a recortar el gasto en otros productos y es aquí donde la industria de la guitarra se ve más afectada, puesto que los consumidores empiezan por recortar el gasto en todos aquellos productos que estén unidos al ocio, como puede ser una guitarra.

De hecho los datos muestran que los potenciales consumidores de guitarras, que como ya hemos dicho, son jóvenes entre 12 y 26 años, se ven altamente afectados por el precio de la gasolina.

Las ventas de instrumentos musicales descendieron en el segundo y el tercer cuatrimestre del 2006 cuando el precio de la gasolina rondaba los \$3/Galón y gradualmente empezaron a mejorar en el último cuatrimestre del 2006, donde los precios de las gasolinas se redujeron hasta unos \$2.25/Galón.

2.3. Distribución de la renta disponible.

A la hora de analizar la distribución de la renta en Estados Unidos nos vamos a centrar en los tres ámbitos desde los que se suele analizar la misma, distribución funcional, territorial y personal.

DISTRIBUCIÓN FUNCIONAL

El rasgo más significativo de la distribución de la renta en Estados Unidos desde el punto de vista funcional en los últimos años, es el sesgo a favor de los beneficios empresariales.

En la primera mitad del 2006 el porcentaje de la Renta Nacional destinada a sueldos o salarios fue el más bajo del que se tiene constancia desde el año 1992. Según los cálculos del Center on Budget and Policy Priorities, desde el final de la recesión económica del 2001 la remuneración real del factor trabajo está creciendo un 40% menos que en anteriores fases expansivas, mientras que la del factor del capital está creciendo a un 60% más rápido.

Todo ello cuadra con lo esperado en la distribución de la renta en los países desarrollados, esto es un sesgo a favor del factor capital como consecuencia de la actual etapa de globalización.

Desde el año 2002 la compensación total al factor trabajo en términos reales se ha incrementado a un ritmo medio de un 1,6%, la mitad del ritmo de crecimiento de la productividad y la octava parte del aumento de los beneficios empresariales antes de impuestos también en términos reales.

DISTRIBUCIÓN PERSONAL

Debemos señalar el elevado índice de desigualdad de la distribución de la renta personal de Estados Unidos.

Si usamos el Índice de Gini (índice que sirve para medir las desigualdades, siendo la igualdad perfecta 0), el valor del mismo para Estados Unidos se sitúa en torno al 0.408, mientras que Japón presenta un índice de 0.249. Los países europeos se sitúan en torno al 0.25 y 0.35, siendo este índice para España de 0.347.

El valor del índice de Gini de Estados Unidos es comparable al de países como Trinidad y Tobago, Georgia y Turkmenistán, pero al menos muestra más equidad que el de China, con un índice de Gini de 0.447.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Otro aspecto que tenemos que señalar es que lograr el aumento en la equidad distributiva no es una de las prioridades en la agenda política de Estados Unidos, porque quizás tampoco lo es para los votantes estadounidenses, esto puede explicar el deterioro del salario mínimo que se ha producido en Estados Unidos en los últimos años .

Las diferencias en los salarios también se van haciendo cada vez mayores, la renta individual para una persona estadounidense de raza blanca no hispana excede en más de un 40% a la de un hispano y en más de un 60% a la de un afro-americano.

La siguiente gráfica muestra la distribución de la renta individual anual (en dólares constantes 2004) según razas.

	1980	2004	Variación Anual
Blancos	\$42.700	\$44.389	0.2%
No Hispanos	\$45.846	\$48.977	0.3%
Negros	\$25.952	\$30.268	0.7%
Hispanos	\$32.913	\$34.241	0.3%

Fuente: Census Bureau.

Para analizar aún más la distribución de la renta en Estados Unidos, vamos a recurrir a otra herramienta, como es la Tasa de Pobreza.

El descenso en la Tasa de pobreza que se produjo durante la época de expansión económica de los noventa, se ha invertido en los últimos 5 años, llegando a alcanzar en Estados Unidos la población considerada como “pobre” la cifra de 38.000.000 de personas.

Además la desigualdad por razas no puede ser más importante, uno de cada cuatro afro-americanos está dentro de la categoría de pobres, al igual que más de uno de cada cinco hispanos frente al 0.86% de blancos no hispanos. La situación económica de los últimos años no ha hecho más que acrecentar las diferencias.

La gráfica siguiente muestra los valores de la Tasa de Pobreza por razas en (%).

	1980	1990	2000	2004
Blancos	13.0	13.5	11.3	12.7
No Hispanos	9.1	8.8	7.4	8.6
Negros	32.5	31.9	22.5	24.7
Hispanos	25.7	28.1	21.5	21.9

Fuente: Census Bureau.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

En relación a la situación del 2005, podemos decir que existe una segmentación entre las costas y el resto del país. Las regiones del Este y del Oeste son las únicas cuyo PEB (Producto Estatal Bruto) per capita, excede los \$42.000 de media nacional. Debemos destacar también la habitual pobreza inherente al sur del país.

Delaware es el estado más rico, tiene una renta per capita que es un 140% superior a la de Mississippi, que es el estado menos favorecido.

El Oeste del país recoge las mayores cifras de crecimiento de los últimos 10 años, con unas tasas de crecimiento situadas alrededor del 4.5% en Oregon y California e incluso del 5.7% en Arizona, uno de los estados más activos en la pasada década.

La siguiente lista muestra el Producto Estatal Bruto (PEB) per capita (dólares 2005) y la tasa de crecimiento (%) por estados.

ESTADO	PEB pc	TASA DE CRECIMIENTO
Alabama	\$33.264	2.8%
Alaska	\$59.238	0.6%
Arizona	\$36.457	5.7 %
Arkansas	\$31.215	2.6%
California	\$44.894	4.4%
Colorado	\$46.416	4.3%
Connecticut	\$55.193	2.2%
Delaware	\$66.961	3.3 %
Columbia	\$48.641	3.1%
Florida	\$37.846	4.6%
Georgia	\$40.103	3.4%
Hawaii	\$42.361	1.9%
Idaho	\$33.020	5.3%
Illinois	\$43.878	2.0%
Indiana	\$38.037	2.4%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Iowa	\$38.280	2.1%
Kansas	\$38.465	2.5%
Kentucky	\$33.666	1.5%
Louisiana	\$37.183	0.6%
Maine	\$34.030	2.2%
Maryland	\$43.967	3.7%
Massachusetts	\$50.935	3.5%
Michigan	\$37.175	1.0%
Minnesota	\$45.697	3.3%
Mississippi	\$27.829	1.7%
Missouri	\$37.251	1.7%
Montana	\$31.940	3.0%
Nebraska	\$40.185	2.0%
Nevada	\$46.108	5.3%
New Hampshire	\$42.033	4.0%
New Jersey	\$49.447	2.5%
New Mexico	\$35.714	3.3%
New York	\$49.748	3.2%
Carolina del Norte	\$39.921	3.3%
Dakota del Norte	\$38.319	2.7%
Ohio	\$38.461	1.5%
Oklahoma	\$34.243	2.5%
Oregon	\$39.625	4.5%
Pennsylvania	\$39.344	2.2%
Rhode Island	\$40.687	3.0%
Carolina del Sur	\$32.906	2.4%
Dakota del Sur	\$39.848	4.0%
Tennessee	\$38.440	2.9%
Texas	\$43.283	2.8%
Utah	\$36.758	3.7%
Vermont	\$37.020	3.9%
Virginia	\$46.502	4.2%

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Washington	\$42.512	2.9%
Virginia del Oeste	\$29.193	1.3%
Wisconsin	\$39.074	2.4%
Wyoming	\$53.543	3.1%

2.4. Tendencias culturales.

Varios son los factores que pueden influir el mercado de la guitarra, si nos referimos a tendencias culturales.

En un principio debemos señalar el boom que se ha producido en nuevas tecnologías y video juegos, que son las nuevas formas de entretenimiento de moda. Estas nuevas tecnologías, tales como Internet, video juegos,..etc han invadido el mercado del ocio y del tiempo libre.

Es la población más joven, que como ya hemos dicho son los compradores potenciales de guitarras, los que mayoritariamente se han dejado conquistar por estas nuevas formas de entretenimiento, convirtiéndose así en competidores directos de las guitarras o de otros instrumentos musicales.

Nos encontramos en la era de la tecnología, y estas nuevas tecnologías han invadido la totalidad de los hogares del mundo y han cambiado los modelos tradicionales de entretenimiento de las familias y sobre de todo de los más jóvenes.

Por otro lado destacar que también se ha producido un cambio en el panorama de la música, debido a la aparición de nuevas tendencias musicales, tales como Rap o Hip-Hop.

Estas nuevas tendencias musicales dominan las listas de éxitos, ya no solo las de Estados Unidos, si no las de todos los países del mundo y actualmente son las preferidas por los más jóvenes.

Pero a pesar de que estas tendencias musicales podrían ser un incentivo para aumentar las ventas de guitarras puesto que son muy populares entre la población más joven, que las consideran como las tendencias musicales de moda a imitar tienen un gran problema, tanto en Rap como en Hip-Hop, el uso de la guitarra o de cualquier otro instrumento musical es prácticamente inexistente, y estos se han visto sustituidos por las mesas de mezclas, único instrumento necesario para este tipo de música.

Por tanto estas nuevas tendencias musicales tampoco están ayudando a hacer más popular el uso de la guitarra entre los más jóvenes y así mantener o aumentar las ventas de guitarras.

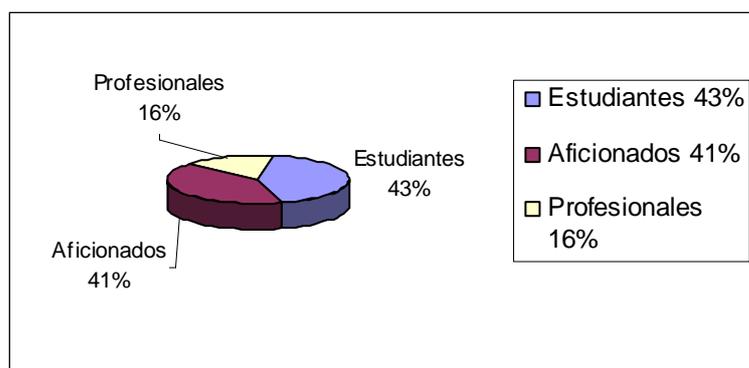
3. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

3.1. Hábitos de consumo.

Estados Unidos es un país de gran tradición musical y la guitarra es uno de los instrumentos musicales más populares.

Debido a esta gran tradición musical en Estados Unidos existen un gran número de estudiantes de música tanto en academias privadas como en escuelas e institutos públicos, donde la música se considera como parte importante de la educación.

Podemos considerar que el mercado de instrumentos musicales y dentro del mismo el de guitarras se encuentra dividido en tres grandes segmentos, estudiantes de música, aficionados y profesionales. La gráfica siguiente muestra como está repartido el mercado entre ellos.



Fuente: Ibisworld, Inc.

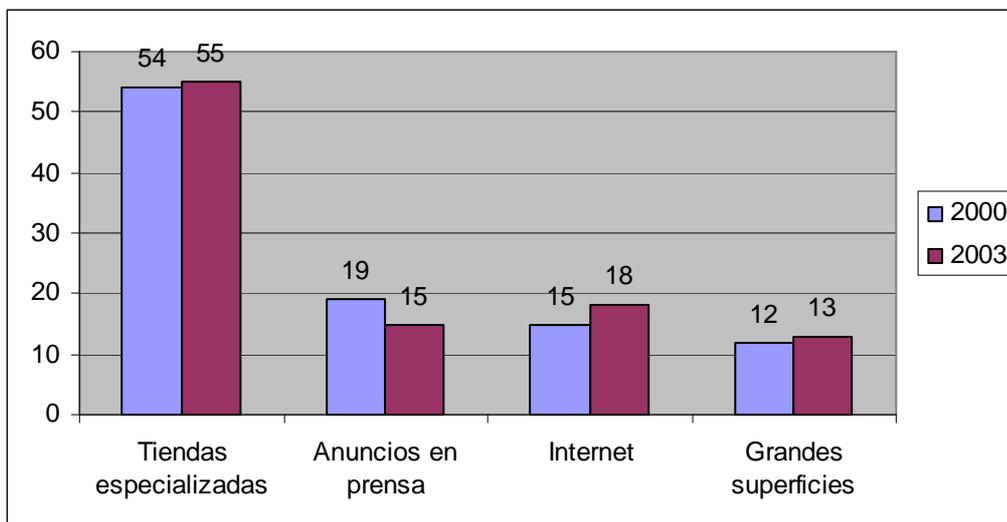
Los estudiantes son el segmento más importante de esta industria, con cerca de un 43% de la misma. Las escuelas son grandes compradoras de instrumentos musicales, puesto que ofrecen formación musical a sus estudiantes. Despertar el interés musical desde niños, tiene como consecuencia un continuo interés hacia la música.

Los aficionados son el segundo grupo en importancia con un 41% del mercado, en Estados Unidos, muchos niños, adultos o retirados tocan algún instrumento musical, ya sea a nivel básico o avanzado. Se estima que cerca de la mitad del total de familias de Estados Unidos poseen al menos un instrumento musical.

El último grupo es el formado por los profesionales, con un 16% del mercado. Este grupo demanda productos de alta calidad y son mucho menos sensibles a las variaciones en el precio que los otros consumidores.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Por último la gráfica siguiente recoge las preferencias de los consumidores frente a los distintos canales de distribución de instrumentos musicales.



Fuente: Music USA 2005

Según LA encuesta realizada por Music USA más del cincuenta por ciento de los entrevistados prefiere comprar un instrumento musical en un minorista especializado en la venta de los mismos, pudiendo así observar el instrumento con sus propios ojos y recibir una atención por profesionales especializados en el sector.

Mientras que las ventas a través de anuncios en prensa tienen cada vez menos aceptación, las ventas por Internet aumentan, esto se debe a factores citados anteriormente, comodidad, ahorro de tiempo, facilidad de compra, entre otros.

Las ventas en grandes superficies también registran un pequeño aumento, pero esto se debe principalmente a los precios bajos sus productos

3.2. Hábitos de compra.

Podemos considerar que el mercado de los compradores de instrumentos musicales está dividido en dos categorías, los compradores compulsivos y los compradores impulsivos.

Los compradores compulsivos, son un grupo de compradores relativamente pequeño, son aquellos consumidores que están realmente apasionados por la música, y que por tanto independientemente de modas, condiciones de mercado o precios, no van a abandonar jamás dicho mercado.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Los compradores impulsivos, incluyen una mayor cantidad de población, y engloba a quienes en determinadas circunstancias, por ejemplo por factores educativos, se van a dejar envolver por la música, aunque en un principio no sientan pasión o atracción por este mercado.

Son estos compradores los que van a valorar el asesoramiento profesional a la hora de realizar sus compras, y si el desembolso monetario es elevado el asesoramiento profesional es básico.

Por otro lado, estos compradores suelen guiarse por los consejos de amistades o de profesores de música, estos juegan un rol fundamental, a la hora de recomendar una marca u otra. Si estos tienen una buena percepción del producto español se abre una gran oportunidad de negocio para los fabricantes españoles.

Si el objetivo del mercado de guitarras en Estados Unidos es sostener unas ventas de en torno a unos 3.000.000 de unidades al año, tanto los fabricantes como los minoristas deben dirigirse a este tipo de compradores impulsivos.

Otro de los factores que influye en la decisión de compra en los Estados Unidos es el servicio post-venta, para ellos es fundamental saber que una vez comprado un producto en un determinado establecimiento pueden contar con el mismo en el caso de que necesiten asesoramiento o la resolución de algún problema. También es fundamental el establecimiento de garantías sobre el producto que se ha comprado, este periodo de garantía suele variar entre 1 o 3 años para el caso de las guitarras.

Para los norteamericanos ambos factores son muestras de calidad y de buen servicio y si la valoración que realizan del establecimiento donde adquirieron dicho instrumento musical es positiva suelen ser fieles al mismo en futuras compras.

3.3 Concentración.

La industria de instrumentos musicales, es una industria poco concentrada. Las principales compañías que lideran el mercado, controlan entre un 24% y un 27% del mismo, esto indica un índice de concentración bajo, menos de un 40%.

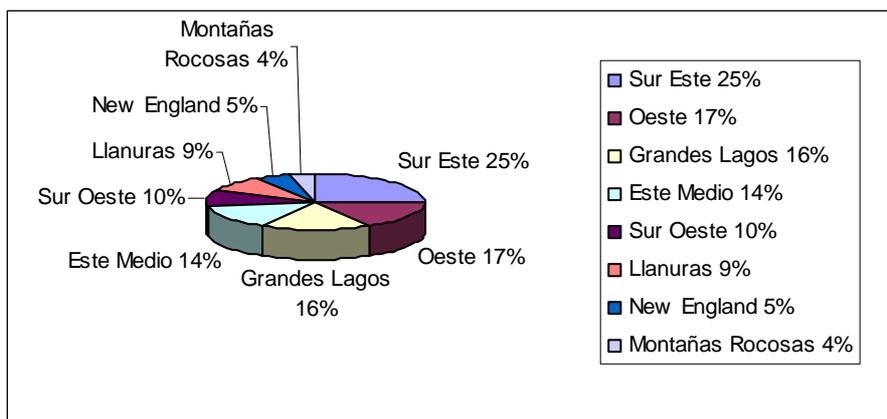
Esto es debido a que es una industria altamente fragmentada por el importante número de establecimientos independientes, tradicionalmente gestionados por familias.

Sin embargo, la concentración en dicho mercado va a ir aumentando, debido a la fuerte competitividad que existe entre las empresas más importantes de la industria, que en Estados Unidos es dominada por Guitar Center.

En el pasado año 2006 el número de establecimientos de instrumentos musicales existente en Estados Unidos era de 8.223, cifra que se ha reducido hasta 7.957 durante este año 2007.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

El gráfico siguiente va a mostrar la concentración existente según número de establecimientos en las distintas áreas de Estados Unidos en el año 2007.



Fuente: Ibisworld, Inc

La región del sur este de Estados Unidos es la que cuenta con un mayor número de establecimientos, seguida por la región del Oeste y Los grandes lagos que ocupan la segunda y tercera posición respectivamente.

La región de las montañas rocosas es la que cuenta con el menor número de establecimientos.

La tabla siguiente recoge el número de establecimientos de instrumentos musicales existentes en cada uno de los diferentes estados, realizando una comparación de la evolución del número de los mismos desde el año 2006 hasta el año 2007.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

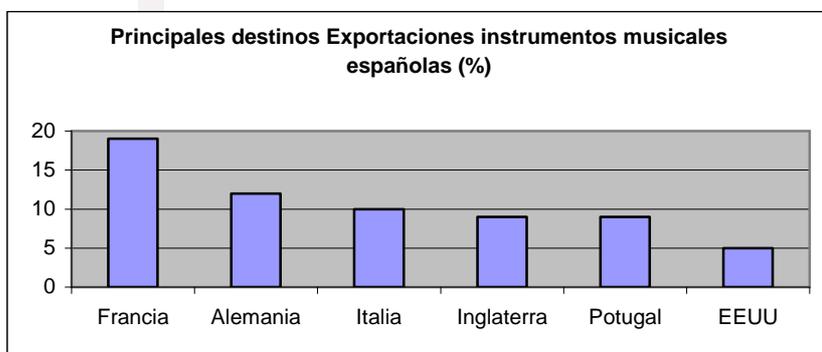
Estado	Total Tiendas 07	Total Tiendas 06	Cambio Unitario
ALABAMA	129	137	-8
ALASKA	28	31	-3
ARIZONA	136	136	--
ARKANSAS	91	93	-2
CALIFORNIA	1.033	1.048	-15
COLORADO	135	140	-5
CONNECTICUT	133	136	-3
DELAWARE	17	20	-3
COLUMBIA	4	4	--
FLORIDA	394	407	-13
GEORGIA	238	246	-8
HAWAII	49	49	--
IDAHO	45	43	+2
ILLINOIS	356	362	-6
INDIANA	192	196	-4
IOWA	96	101	-5
KANSAS	88	93	-5
KENTUCKY	132	138	-6
LOUISIANA	84	88	-4
MAINE	42	39	+3
MARYLAND	110	118	-8
MASSACHUSETTS	214	225	-11
MICHIGAN	228	250	-22
MINNESOTA	160	163	-3
MISSISSIPPI	72	74	-2
MISSOURI	160	170	-10
MONTANA	33	35	-2
NEBRASKA	53	53	--
NEVADA	45	48	-3
NEW HAMPSHIRE	51	53	-2

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

NEW JERSEY	199	210	-11
NEW MEXICO	53	53	--
NEW YORK	495	500	-5
NORTH CAROLINA	213	245	-32
NORTH DAKOTA	27	26	+1
OHIO	330	338	-8
OKLAHOMA	94	102	-8
OREGON	125	122	+3
PENNSYLVANIA	393	392	+1
RHODE ISLAND	36	33	+3
SOUTH CAROLINA	107	115	-8
SOUTH DAKOTA	18	18	--
TENNESSEE	191	211	-20
TEXAS	417	433	-16
UTAH	72	76	-4
VERMONT	29	29	--
VIRGINIA	190	193	-3
WASHINGTON	200	209	-9
WEST VIRGINIA	47	51	-4
WISCONSIN	152	154	-2
WYOMING	21	20	+1
TOTAL	7.357	8.223	-266

4. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL.

El producto español dentro del mercado de instrumentos musicales en Estados Unidos, generalmente se identifica al producto más popular de nuestra industria: la guitarra española. De hecho casi el 80 % de las importaciones de instrumentos españoles en Estados Unidos son importaciones de guitarras españolas.



Fuente: Music USA 2005

En cuanto a la guitarra española, existen grandes oportunidades para reforzar su presencia en Estados Unidos.

La práctica inexistencia de fabricantes estadounidenses de guitarras clásicas, el prestigio de las guitarras españolas en Estados Unidos como productos de belleza y musicalidad únicos, tradicionales y de gran calidad, y el interés de la comunidad de aficionados a la guitarra clásica establecen unas condiciones propicias para potenciar la presencia de marcas españolas en Estados Unidos.

Existe una concepción muy positiva de las guitarras españolas, en cuanto a la calidad de las mismas, lo que ha permitido mantener la demanda de guitarras españolas relativamente estable, y no sujeta a una competencia tan directa con el resto de las guitarras producidas fuera de España.

Esta exclusividad de la guitarra española es una de sus fortalezas, la guitarra española no compete en el mercado estadounidense en precio, sería imposible lograr precios al mismo nivel que las guitarras producidas en masa en China, por dos razones fundamentalmente:

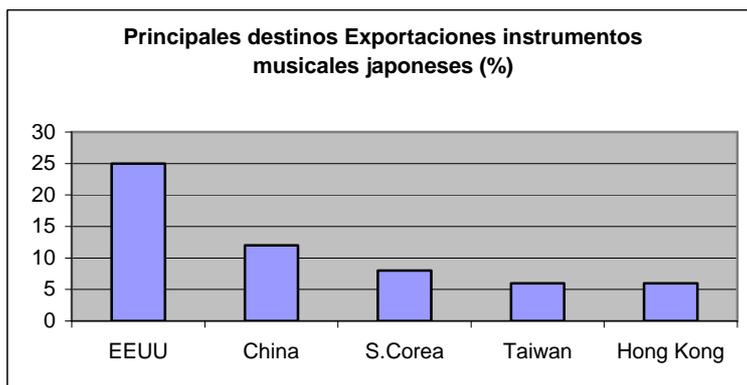
En primer lugar, los costes laborales en España son elevados y ya hemos dicho que la elaboración de la guitarra española es un trabajo altamente manual, por tanto los costes de elaboración de la misma serán también altos.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

En segundo lugar, al hablar de la guitarra española y de las guitarras producidas en China, no estamos hablando del mismo tipo de producto.

Las guitarras producidas en China, son el resultado de una producción en masa cuyo objetivo es obtener un producto de calidad aceptable a bajo precio. La guitarra española es un producto artesanal, que se elabora con el objetivo de obtener unos estándares de calidad elevados, que sigan manteniendo la buena imagen de la guitarra española.

Por tanto, no son las guitarras chinas las que compiten con la guitarra española, el principal competidor para el exportador español de guitarras es Japón. Japón exporta guitarras de calidad media-alta a los Estados Unidos, siendo este país el primer destino de sus exportaciones, por tanto son las guitarras japonesas las que entran en competencia directa con las españolas en los Estados Unidos, compitiendo ambas en calidad.



Fuente: Music USA 2005

Pese a que Japón también fabrica y exporta guitarras de alta calidad, el sistema de fabricación español de guitarras es único en el mundo, puesto que la guitarra española requiere de una forma particular. En el mercado estadounidense de guitarras el “Made in Spain”, se asocia a un producto exclusivo de alta calidad que es altamente apreciado y en ese sentido es donde tenemos nuestra ventaja competitiva frente al resto de países.

La elaboración de una guitarra española es un trabajo artesanal, que requiere un alto porcentaje de mano de obra (entre un 75% y 80%) así como tradicional, puesto que requiere experiencia y maestría, es decir la fabricación de una guitarra española está íntimamente unida a la tradición española y por tanto el proceso de elaboración de las mismas es algo que ningún otro país del mundo ha logrado imitar.

Si que debemos señalar que el principal problema que están encontrando los fabricantes de guitarras españolas a la hora de exportar sus productos a Estados Unidos es la apreciación del Eu-

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

ro respecto al Dólar, que encarece las exportaciones españolas repercutiendo en el precio de venta de las guitarras, que se encarece.

Aún así debido a la buena imagen que tiene la guitarra española en Estados Unidos, los consumidores no son tan sensibles a las variaciones en los precios y a pesar del encarecimiento de las mismas siguen demandando guitarras españolas.

Según el Gremio de Maestros Artesanos de la Guitarra Española, algunos de los artesanos de guitarras españolas más importantes afirman que EEUU se encuentra entre los dos países que más consumen sus artículos, siendo incluso para algunos de ellos el primer consumidor.



V. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS.

La feria NAMM promovida por la Asociación Internacional de la Industria de Productos Musicales, es la feria más importante sobre productos musicales del mundo, tiene lugar cada Enero en Anaheim, California USA. La próxima edición tendrá lugar del 17 al 20 de Enero del 2008.

Esta feria abarca todos los aspectos de la industria de productos musicales, tanto nuevos instrumentos musicales y productos como nuevas ideas, que ayuden a los minoristas y a los fabricantes a obtener mayores beneficios.

NAMM contó en la pasada edición 2007 con la participación de unos 1.535 expositores de distintas compañías, de entre ellos unos 200 expositores participaban por primera vez en la feria, abarcando una superficie total equivalente a 30 campos de fútbol.

NAMM fue visitada por unas 85.000 personas procedentes de todos los lugares del mundo, lo que supone un crecimiento de un 4% respecto al año anterior. A lo largo de todos sus expositores los minoristas tienen una oportunidad única de encontrar aquellas compañías o aquellos productos que les van a ayudar a diferenciarse del resto de competidores.

“Estamos contentos de ver a la industria marchando, trabajando unida para aprovechar las diversas oportunidades que aparecen por delante”, explica Joe Lamond, CEO y presidente de NAMM.

Este es el combustible de lo que llaman el ‘Círculo de Beneficio’, en el que las ganancias se reinvierten por medio de programas de construcción de mercado, asociaciones e iniciativas que promueven el interés por la música.

El mercado norteamericano se caracteriza por contar con una asociación NAMM que estimula la demanda a través de acciones basadas en el aumento de la memoria de la música en los distintos sectores sociales.

La mayor parte de los recursos para esas actividades provienen de la Feria, y en un porcentaje menor, de la cuota anual que pagan sus asociados.

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

La combinación entre el excelente ambiente y la promoción de la feria, dentro y fuera de los Estados Unidos, ha contribuido a que esta nueva edición 2007 fuera más eficaz para todos los participantes, ya que las ferias tales como NAMM, Music China o Musicmesse (Alemania) benefician no solamente al mercado en las que se realizan, si no que tienen un alcance mundial.

Debemos señalar que NAMM cuenta también con un pabellón español, el encargado de organizar dicho pabellón, es el Gremio de Maestros Artesanos de la Guitarra Española. En la pasada edición 2007 el pabellón español contó con 13 expositores, 9 de ellos de guitarras clásicas, flamenco, bandurrias y requintos, 2 de empresas de maderas para instrumentos, 1 de percusión y otra de bolsas para instrumentos.

A nivel publicitario, el pabellón español en NAMM repartió de forma gratuita, 3000 bolsas serigrafiadas con los nombres de todos los fabricantes de guitarras asociados, 3000 catálogos explicativos sobre el proceso de fabricación artesana de guitarras españolas, 1500 juegos de cuerdas con el logo de la asociación, y 1000 CD's donde se visualiza durante 20 minutos el proceso español de construcción de instrumentos.

Para la mayoría de las empresas españolas participantes en dicha Feria, el número de contactos comerciales que se lograron oscilan entre 5 y 60, dependiendo del expositor, aunque aún no se puede precisar el valor exacto de los contratos establecidos.

Lo que si se puede apreciar es la importancia que esta feria tiene dentro del mercado de instrumentos musicales, tanto por el volumen de visitas como por la importante presencia que España tiene dentro de ella, como fabricante único y exclusivo de la guitarra española, tan apreciada en el mercado norteamericano.

Para cualquier información sobre la feria, acudir a la siguiente dirección: www.namm.com

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS.

2.1 Distribuidores minoristas.

ABE MUSIC

14501 Wesy Dixie Highway

North Miami, FL 33161

Tlf: 001 305 944 7429

Fax: 001 305 944 6590

Página Web: www.abemusic.com

E-mail: Sales@abemusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

ACCENT MUSIC

Página Web: www.accentmusic.com

KIRWOOD STORE
5810-A Kirwood Highway
Wilmington, DE 19808
Tlf: 001 302 999 9939

CONCORD PIKE STORE
5615 Concord Pike
Wilmington, DE 19803
Tlf: 001 302 477 1112

ACE MUSIC SUPERSTORE

716 Watervliet Ave.
Dayton, OH 45420
Tlf: 001 937 253 4393
Página Web: www.acemusicsuperstore.com

AMERICAN MUSIC SEATTLE

4450 Fremont Ave
N Seattle, WA 98103
Tlf: 001 206 633 1774
Fax: 001 206 6331408
Página web: www.americanmusic.com

ALTO MUSIC

Página web: www.altomusic.com
E-mail: guitars@altomusic.com

MIDDLETOWN STORE
180 Carpenter Ave
Middletown, NY 10940
Tlf: 001 845 692 6922
Fax: 001 845 346 0016

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

WAPPINGERS FALLS STORE

1659 Rt. Bank Plaza
Wappingers Falls, NY 12590
Tlf: 001 845 297 0011
Fax: 001 845 297 3270

MONSEY STORE

99 Rt.59
Monsey, NY 10952
Tlf: 001 845 352 6717
Fax: 001 845 352 6807

BUDDY ROGER'S MUSIC

6891 Simpson Ave
Cincinnati, OH 45239
Tlf: 001 513 729 1950
Fax: 001 513 728 6010
Página web: www.joinband.com
E-mail: cwhyte@buddyrogers.com

BUFFALO BROTHERS GUITARS

4901 El Camino del Real
Carlsbad, CA 92008
Tlf: 001 760 434 4567
Página web: www.buffalobrosguitars.com
E-mail: bbinfo@buffalobrosguitars.com

ART'S MUSIC SHOP, INC

Página Web: www.artsmusicshop.com
E-mail: sales@artsmusicshop.com

STORE 1

3030 East Boulevard
Montgomery, AL 36116
Tlf: 001 271 2787
Fax: 001 279 0119

STORE 2

1861 West Main Street
Dothan, AL 36301-1319
Tlf: 001 334 793 1284
Fax: 001 334 678 6908

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

STORE 3

4647 O-Highway 280
Birmingham, AL 35242
Tlf: 001 205 995 8376
Fax: 001 205 995 8377

AUDIO LIGHT & MUSICAL

3301 N Military Hwy
Norfolk, VA 23518
Tlf: 001 757 853 2424
Fax: 001 757 857 6965
Página Web: www.audiolight.com
E-mail: todd@audiolight.com
Contacto: Todd Derby

BANANAS AT LARGE, INC.

1504 4th Street
San Rafael, CA 94901
Tlf: 001 415 457 7600
Página Web: www.bananas.com

BEACOCK'S MUSIC

1420 SE 163rd Ave
Vancouver, WA 98683
Tlf: 001 360 694 7134
Página Web: www.beacockmusic.com

BILL'S MUSIC HOUSE

743 Frederick Rd.
Baltimore, MD 21228
Tlf: 001 410 788 8900
Fax: 001 410 747 5203
Página Web: www.billsmusic.com
E-mail: sales@billsmusic.com

BRENT'S MUSIC HEADQUARTERS

1936 Courtney Drive
Ford Myers, FL 33901
Tlf: 001 800 936 ROCK
Página Web: www.brentsmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

CARUSO MUSIC

94 State Street
New London, CT 06320
Tlf: 001 860 442 9600
Fax: 001 860 442 0463
Página Web: www.carusomusic.com
E-mail: info1@carusomusic.com

CHICAGO MUSIC EXCHANGE

3316 N Lincoln Ave
Chicago, IL 60657
Tlf: 001 773 525 7773
Fax: 001 773 5252775
Página Web: www.chicagomusicexchange.com
E-mail: cmesales@chicagomusicexchange.com

WARPDRIVE & CREAM CITY MUSIC

12505 W Bluemound Rd
Brookfield, WI 53005
Tlf: 001 262 860 1800
Página Web: www.creamcitymusic.com

C & M MUSIC CENTER

Página Web: www.musiccenter.com

KENNER

2515 William Boulevard
Kenner, LA 70062
Tlf: 001 504 468 8688
Contacto: Matt Richard

GRETNA

2007 Stumpf Boulevard
Gretna, LA 70056
Tlf: 001 504 361 9330
Contacto: Floyd Durand

BATON ROUGE

Florida Blvd.
Baton Rouge, LA 70806
Tlf: 001 225 953 0044
Contacto: Steve Morant

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

HOUMA

W Park Ave
Houma, LA 70360
Tlf: 001 985 876 9711
Contacto: Rusty Savole

MANDEVILLE

N Causeway Service Road
Mandeville, LA 70448
Tlf: 001 958 626 3920
Contacto: Ray Ybos

LAFAYETTE

5827 Jhonston Street
Laffayette, LA 70503
Tlf: 001 337 989 2838
Contacto: Randy Night

HATTIESBURG

2000 W Pine Street
Hattiesburg, MS 39401
Tlf: 001 601 545 2565
Contacto: Brian McLellan

DAVE PHILLIPS MUSIC & SOUND

Página web: www.davephillipsmusic.com

PHILLIPSBURG

377 Irvin Street
Phillipsburg, NJ 08865
Tlf: 001 908 454 3313
E-mail: info@davephillipsmusic.com

FLEMINGTON

149 Rt. 31
Flemington, NJ 08822
Tlf: 001 908 782 2824
E-mail: flemingtonsales@davephillipsmusic.com

ALLENTOWN

622 Union Boulevard
Allentown, PA 18109
Tlf: 001 610 820 5600
E-mail: allentownsales@davephillipsmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

DIETZE MUSIC HOUSE

Página Web: www.dietzemusic.com

DOWNTOWN LINCOLN

1208 O Street
Lincoln, NE 68508
Tlf: 001 402 476 6644

SOUTH LINCOLN STORE

5740 Old Cheney Road, Suite 20
Lincoln, NE 68510
Tlf: 001 402 434 7454

OMAHA

13015 W Center Road
Omaha, NE 68144
Tlf: 001 402 33 1535

BELLEVUE

2012 Cornhusker Road, Suite 100
Bellevue, NE 68005
Tlf: 001 402 291 3745

KEN STANTON MUSIC

Página Web: www.kenstantonmusic.com

MARIETA SUPERSTORE

North 41 Plaza
119 Cobb Parkway North
Marietta, GE
Tlf: 001 770 427 2491

ROSWELL

Roswell Village Shopping Center
627 Holcomb Bridge Road
Roswell, GE
Tlf: 001 770 993 8334

WOODSTOCK

South Pointe Shopping Center
1105 Parkside Lane
Woodstock, GE
Tlf: 001 770 516 0804

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

SNELLVILLE

Presidential Commons Shopping Center
1630 Scenic Highway
Snellville, GE
Tlf: 001 770 979 0736

WEST COBB

Village Green Shopping Center
3636 Dallas Highway
Marietta, GE
Tlf: 001 770 429 8816

KENNELLY KEYS MUSIC

4918 196th Street SW
Lynnwood, WA 98036
Tlf: 001 425 771 7020
Página Web: www.kennellykeysmusic.com
Contacto: Chris Quarella
cq@kennellykeysmusic.com
Kendall Mathew
km@kennellykeysmusic.com

KESSLER & SONS

NW Comer of Charleston & Mojave
3047 E Charleston
Las Vegas, NV 89104
Tlf: 001 702 385 2263
Fax: 001 702 385 7966
Página Web: www.kesslermusic.com

L&M MUSIC

6228 Airpark Drive
Chattanooga, TN 37408
Tlf: 001 423 894 8289
Fax: 001 423 894 6045
Página Web: www.landmusic.com
E-mail: info@landmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

LEITZ MUSIC CO. INC

Página Web: www.leitzmusic.com

STORE 1

508 Harrison Ave
Panama City, FL 32401
Tlf: 001 850 769 0111

STORE 2

650 N Beal Parkway, Ft
Walton Beach, FL 32547
Tlf: 001 850 863 1099

MANDOLIN BROTHERS

629 Forest Ave
Staten Island, NY 10310-2576
Tlf: 001 718 981 8585/ 001 718 981 3226
Fax: 001 718 816 4416
Página Web: www.mandoweb.com

MARSHALL MUSIC CO.

Página Web: www.marshallmusic.com

STORE 1

3240 E Saginaw
Lansing, WI 48912
Tlf: 001 517 337 9700

STORE 2

6500 Allen Road
Allen Park, MI 48101
Tlf: 001 313 383 5560

STORE 3

951 Mall Drive
Portage, MI 49024
Tlf: 001 269 321 0415

STORE 4

545 28th Street SW
Grand Rapids, MI 49509
Tlf: 001 616 530 7700

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

STORE 5

4052 Rochester Road
Troy, MI 48083
Tlf: 001 248 457 0300

STORE 6

1197 S Airport Drive
Traverse City, MI 49684
Tlf: 001 231 922 9503

STORE 7

7470 Haggerty Road
West Blommfield, MI 48322
Tlf: 001 248 661 1260

MEDLEY MUSIC

1041 Lancaster Ave
Bryn Marw, PA 19010
Tlf: 001 610 527 3090
Página Web: www.medley.net

MERIDIAN MUSIC COMPANY

12725 Old Meridian Street
Carmel, IN 46032
Tlf: 001 317 575 9588
Fax: 001 317 575 9727
Página Web: www.meridianmusicguitars.com

MILANO MUSIC CENTER

38 W Main street
Mesa, AR 85201
Tlf: 001 480 827 1111
Fax: 001 480 834 8095
Página web: www.milanomusic.com
E-mail: milano@milanomusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

MOM'S MUSIC

Página Web: www.momsmusic.com

EAST LOUISVILLE

1900 Mellwood Ave.

Louisville, KY 40206

Tlf: 001 502 897 3304

JEFFERSONVILLE

1710 East 10th St

Jeffersonville, IN 47130

Tlf: 001 812 283 3304

MADISON

114 East Main Street

Madison, IN 47250

Tlf: 001 812 273 0366

MR. E'S

2503 Gravel Dr. Bldg.19

Ft Worth, TX 76118

Tlf: 001 817 595 1910

Página Web: www.mr-e-music.com

MOZINGO MUSIC

Página Web: www.mozingomusic.com

ELLISVILLE

100 Clarkson Road

Ellisville, MO 63011

Tlf: 001 636 227 5722

Fax: 001 636 227 3908

WASHINGTON

717 Jefferson Street

Washington, MO 63090

Tlf: 001 636 239 9674

Fax: 001 636 239 9718

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

O`FALLON
4689 Highway K
O`Fallon, MO 63368
Tlf: 001 636 300 9553
Fax: 001 636 329 8700

MUSIC ARTS ENTERPRISES

3301 Davie Blvd..
Ft. Lauderdale, FL
Tlf: 001 954 581 2203
Fax: 001 954 581 2234
Página Web: www.mae-music.com
E-mail: sales@MAEmusic.com

MUSIC GO ROUND

Franquicia que cuenta con tiendas por todo el país.
Para contactar con la franquicia: 001 800 269 4082

JIM'S MUSIC CENTER

14120 Culver Dr., Suite J
Irvine, CA 92604
Tlf: 001 949 552 4280
Fax: 001 949 552 3816
Página Web: www.jimsmusic.com

NICK RAIL MUSIC

Página Web: www.nickrailmusic.com

SANTA BARBARA
2801 De la Vina Street
Santa Barbara, CA 93105
Tlf: 001 805 569 5353
Fax: 001 805 687 1390
Contacto: Michael Wallace

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

AGOURA HILLS
5023-25 Kanan Road
In Kanan Village
Agoura Hills, CA 91301
Tlf: 001 818 991 3750
Fax: 001 818 991 8262
Contacto: Radu Azdril

SANTA CLARITA
18718 Soledad Canyon Road
Edwards Cinema Center
Santa Clarita, CA 91351-7958
Tlf: 001 661 299 2345
Fax: 001 661 299 2377
Contacto: Jim Lasalata

REDLANDS
1770 Orange Tree Lane
Redlands, CA 92374
Tlf: 001 909 798 9998
Fax: 001 909 798 2626
Contacto: Gary Francisco

SAN DIEGO
12640 Sabre Springs Parkway
San Diego, CA 92128
Tlf: 001 858 679 7333
Fax: 001858 679 7343
Contacto: Jake Wilson

IRC MUSIC

Página Web: www.ircmusicstores.com
E-mail: ircmusic@sbcglobal.net

IRC MUSIC NORTH
5911 E. 82nd Street
Indianapolis, IN 46250
Tlf: 001 317 849 7965

IRC MUSIC SOUTH
8811 Hardegan St.
Indianapolis, IN 46227
Tlf: 001 317 881 8252

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

JACKSON'S MUSIC

Página Web: www.jacksonsmusic.com

CAROLINA DEL NORTE
3443 Robinhood Rd.
Winston-Salem, NC
Tlf: 001 336 760 9635

ATLANTA OESTE
5485 Westmoreland Plaza
Douglasville, GA 30135
Tlf: 001 770 949 5262

ATLANTA SUR
7445-A Old National Hwy.
Riverdale, GA 30296
Tlf: 001 770 996 3680

WILD WEST GUITARS

1546 7th Street
Riverside, CA 92507
Tlf: 001 951 369 7888
Página Web: www.wildwestguitars.com
E-mail: neil@wildwestguitars.com
bo@wildwestguitars.com

JENT'S HOUSE OF MUSIC

Página Web: www.jents.com

STORE 1
2646 34th Street
Lubbock, TX 79410
Tlf: 001 806 795 5579

STORE 2
5807 SW 45th Street
Amarillo, TX 79109
Tlf: 001 806 352 2739

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

STORE 3
908 W 5th ST
Plainview, TX 79072
Tlf: 001 806 296 5041/ 001 877 296 5041
Fax: 001 806 288 8677

WHITE HOUSE OF MUSIC

Página Web: www.whitehouseofmusic.com

WAUKESHA
2101 North Springdale Road
Waukesha, WI
Tlf: 001 262 798 9700

WEST BEND
3218 W. Washington / Hwy.33
West Bend, WI
Tlf: 001 262 334 4426

WATERTOWN
1668 South Church St./ Hwy.26
Watertown, MA
Tlf: 001 920 261 0700

WILLIS MUSIC COMPANY

Página Web: www.willismusic.com

OHIO

TRI-COUNTY MALL
11700 Princetown Pike
Cincinnati, OH 45246
Tlf: 001 513 671 3288
Contacto: Glenn Mock

EASTGATE MALL
4601-136 Eastgate Blvd
Cincinnati, OH 45245
Tlf: 001 513 752 6341
Contacto: Scott Carnder

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

NORTHGATE MALL

9691 Colerain Ave
Cincinnati, OH 45251
Tlf: 001 513 923 1911
Contacto: Jim Peppers

DAYTON STORE

990 Miamisburg- Centerville Road
Dayton, OH 45459
Tlf: 001 937 853 5000
Contacto: Dalaney Street

KENTUCKY

JEFFERSON MALL

D-692 4801 Outer Loop Road
Louisville, KY 40219
Tlf: 001 502 966 2424
Contacto: Mark Brenner

OXMOOR CENTER

7900 Shelbyville Road
Louisville, KY 40222
Tlf: 001 502 426 1818
Contacto: Mike McAfee

LEXINGTON GREEN

161 Lexington Green Circle
Lexington, KY 40503
Tlf: 001 859 273 4063
Contacto: Brad Hulett

FLORENCE STORE

7567 Mall Road
Florence, KY 41042
Tlf: 001 859 525 6050
Contacto: Rick Fuchs

DRUMCITY & GUITARLAND

9225 W 44th Ave
Wheat Ridge, CO 80033
Tlf: 001 303 421 4515
Fax: 001 303 421 1155
Página Web: www.drumcityguitarland.com
E-mail: info@drumcityguitarland.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

DUNKLEY MUSIC

Página Web: www.dunkleymusic.com
E-mail: Dunkley-Music@rmci.net

BOISE

410 South Capitol Blvd
Boise, ID 83702
Tlf: 001 208 342 5549
Fax: 001 208 344 3947

TWIN FALLS

1162 Blue Lakes Blvd. N.
Twins Falls, ID 83301
Tlf: 001 208 734 2201
Fax: 001 208 734 2335

EAST COAST MUSIC MALL

15 Starr RD
Danbury, CT 06811
Tlf: 001 203 748 2799
Página Web: www.eastcoastmusic.com
E-mail: Tom@eastcoastmusicmall.com
Contacto: Tom Fulton

ED ROMAN GUITARS

4631 S Dean Martin Dr.
Las Vegas, NV 89103
Tlf: 001 702 798 4995
Fax: 001 702 798 8521
Página Web: www.edromanguitars.com
E-mail: sales@edromanguitars.com

ELDERLY INSTRUMENTS

1100 N. Washington
Lansing, MI 48906
Tlf: 001 517 372 7880
Fax: 001 517 372 5155
Página web: www.elderly.com
E-mail: web@elderly.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

Dirección Postal:
PO Box 14210
Lansing, MI 48901

EVANS MUSIC CITY, INC

6240 Westheimer
Houston, TX 77057
Tlf: 001 713 781 2100
Fax: 001 713 781 2459
Página Web: www.evansmusiccity.com

FALCETTI MUSIC

Página Web: www.falcettimusic.com

SPRINGFIELD

Piano Showroom/Music Mall
1755 Boston Road
Springfield, MA 01129
Tlf: 001 413 543 1002

SHREWSBURY

236 Boston Turnpike Rd
Shewrsbury, MA 01545
Tlf: 001 508 755 5443

ORANGE

565 Boston Post Road
Route 1
Orange, CT 06479
Tlf: 001 203 795 9005

PITTSFIELD

Stop & Shop Plaza
660 Merrill Rd
Pittsfield, MA 01201
Tlf: 001 413 448 2085

ENFIELD

95 Elm Street
Enfield, CT 06082
Tlf: 001 806 745 3737

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

ROCKY HILL
38 Town Line Road
Rocky Hill, CT 06067
Tlf: 001 860 257 8441

FREEHOLD MUSIC CENTER

3681 Route 9 North
Freehold, NJ 07728
Tlf: 001 732 462 4730
Página Web: www.freeholdmusic.com

GAND MUSIC & SOUND

780 West Frontage Road
Northfield, IL 60093
Tlf: 001 847 446 4263
Fax: 001 847 446 9082
Página Web: www.gand.com

GELB MUSIC

722 El Camino Real
Redwood City, CA 94063
Tlf: 001 650 365 8878
Página web: www.gelbmusic.com

GRIGGS MUSIC

Página Web: www.griggsmusic.com

STORE 1

Brady at Kimberly
Davenport, Iowa 52806
Tlf: 001 563 391 9000
Fax: 001 877 391 9001

STORE 2

120 West Main
Washington, Iowa 52353
Tlf: 001 319 653 9000
Fax: 001 319 653 9001

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

GROTH MUSIC CO.

8056 Nicollet Ave. S.
Bloomington, MN
Tlf: 001 952 884 4772
Fax: 001 952 884 1134
Página Web: www.grothmusic.com

GRUHN GUITARS

400 Broadway
Nashville, TN 37203
Tlf: 001 615 256 2033
Fax: 001 615 255 2021
Página Web: www.gruhn.com
E-mail: gruhn@gruhn.com

GUITAR AND KEYBOARD CITY

Página Web: www.guitarandkeyboardcity.com

PHOENIX

1945 E. Indian School Rd.
Phoenix, AZ 85016
Tlf: 001 602 230 2206

GLENDALE

6207 W. Bell Road
Glendale, AZ 85308
Tlf: 001 602 843 4292

CHANDLER

2974 N. Alma School Rd.
Chandler, AZ 85224
Tlf: 001 480 834 8464

GUITAR SHOWCASE

3090 South Bascom Ave.
San Jose, CA
Tlf: 001 408 377 5864
Página Web: www.guitarshowcase.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

HAMES MUSIC INC

370 Peachhoid Rd
Gaffney, SC 29341
Tlf: 001 713 880 2188
Página Web: www.hamesmusic.com

HOFFMAN MUSIC CO.

1430 N Monroe St.
Spokane, WA 99201
Tlf. 001 509 444 4140
Página Web: www.hoffmanmusic.com
Contacto: Matt O'Reilly

HOLZE MUSIC CO. INC.

1210 Lake Air Drive
Waco, Texas 76710
Tlf: 001 254 776 1350
Fax: 001 254 776 5820
Página Web: www.holzemusic.com

HUBER & BREESE MUSIC STUDIO

Downtown Ritchmond
68074 Main St.
Ritchmond, TX
Tlf: 001 586 727 2389
Página Web: www.huberbreese.com

RAINBOW GUITARS

2550 N. Campbell Ave
Tucson, AZ 85719
Tlf: 001 520 325 3376
Página Web: www.rainbowguitars.com
E-mail: info@rainbowguitars.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

IRC MUSIC

Página Web: www.ircmusicstores.com

E-mail: ircmusic@sbcglobal.net

IRC MUSIC NORTH

5911 E. 82nd St.

Indianapolis, IN 46250

Tlf: 001 317 849 7965

IRC MUSIC SOUTH

8811 Hardegan St.

Indianapolis, IN 46227

Tlf: 001 317 881 8252

PORTMAN'S MUSIC INC.

Página Web: www.portmansmusic.com

E-mail: contact@portmanmusic.com

SAVANNAH

7650 Abercorn Street

Savannah, GE 31406

Tlf: 001 912 354 1500

AUGUSTA

4020 Washington Road

Martinez, GE 30907

Tlf: 001 706 738 1651

BRUNSWICK

5615 Altama Avenue

Brunswick, GE 31525

Tlf: 001 912 264 3363

ROCKELY MUSIC COMPANY

8555 W. Colfax Ave

Lakewood, CO 80215

Tlf: 001 303 233 4444

Fax: 001 303 234 5488

Página Web: www.rockleymusic.com

E-mail: MI@rockleymusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

RUDY'S MUSIC STOP

169 West 48th Street
New York, NY 10036
Tlf: 001 212 391 1699
Fax: 001 212 768 3782
Página Web: www.rudysmusic.com

ROBERT M SIDES

Página Web: www.rmsides.com

WILLIAMSPORT

201 Mulberry Street
Williamsport, PA 17701
Tlf: 001 570 326 2094

WILKES-BARRE

302 North Empire Court
Wilkes-Barre, PA 18702
Tlf: 00157082409636

STATE COLLEGE

1801 North Atherton Street
State College, PA 16803
Tlf: 001 814 861 6882

RUSSO MUSIC CENTER

1989 Arena Drive
Hamilton, NJ
Tlf: 001 800 847 8776
Fax: 001 800 888 3492
Página Web: www.russomusic.com
E-mail: brian@russomusic.com
Contacto: Brian
General Manager and Guitars Ext.236

SAMUEL MUSIC

BUSSINESS OFFICE
908 W Fayette Ave.
PO Box 1110
Effingham, IL 62401
Tlf: 001 217 342 9226
Fax: 001 217 342 9227
Página Web: www.samuelmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

STRAIT MUSIC

2428 West Ben White Blvd.

Austin, TX 78704

Tlf: 001 512 476 6927

Fax: 001 512 476 6968

Página Web: www.straitmusic.com

SUMMERHAYS MUSIC CENTER

5450 S. Green Street

Murray, UT 84123

Tlf: 001 801 268 4446

Página Web: www.summerhaysmusic.com

SAIED MUSIC COMPANY

Página web: www.saiedmusic.com

E-mail: info@saiedmusic.com

TULSA SOUTH

9320 E 71st Street

Tulsa, OK 74133

Tlf: 001 918 742 5541

TULSA

3259 S. Yale Ave

Tulsa, OK 74135

Tlf: 001 918 742 5541

FAYETTEVILLE

2880 North Point Circle

Fayetteville, AR 72704

Tlf: 001 479 571 2400

FT. SMITH

4300 Rogers Ave Suite 55

FT. Smith, AR 72903

Tlf: 001 479 783 3050

NORTH LITTLE ROCK

2921 Lakewood Village Dr

N. Little Rock, AR 72116

Tlf: 001 501 758 0200

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

TED BROWN MUSIC COMPANY

6228 Tacoma Mall Blvd
Tacoma, WA 98409
Tlf: 001 253 272 3211
Fax: 001 253 572 1416
Página Web: www.tedbrownmusic.com

TARPLEY MUSIC

Página Web: www.tarpleymusic.com

PAMPA

117 North Cuyler Street
Pampa, TX 79065
Tlf: 001 806 665 1251
Fax: 001 806 669 9679
Contacto: Brad Mathis

WICHITA FALLS

3711 Gregory Street
Wichita Falls, TX 76308
Tlf: 001 940 691 3900
Fax: 001 940 691 3608
Contacto: Bob Smith

LUBBOCK

3737 50th Street
Lubbock, TX 79413
Tlf: 001 806 797 5833
Fax: 001 806 797 5139
Contacto: Richard Barnett

AMARILLO

3800 West Interstate 40
Amarillo, TX 79102
Tlf: 001 806 352 5293
Fax: 001 806 352 5916
Contacto: Donnie Parker

CLOVIS

406 North Main Street
Clovis, NM 88101
Tlf: 001 505 763 1993
Fax: 001 505 763 1995
Contacto: Tony Eisenbraun

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

SAN ANGELO

13 E. Twohig
San Angelo, TX 76901
Tlf: 001 325 655 7381
Fax: 001 325 655 5394
Contacto: Billy Scott

MATANUSKA MUSIC

1830 E Parks Highway Suite A 117
Wasilla, AK 99654-7381
Tlf: 001 907 376 4006
Página Web: www.matanuskamusic.com

THE MAGIC FLUTE

206 Northgate-One
San Rafael, CA 94903
Tlf: 001 415 479 3112
Página Web: www.themagicflute.net

HAIGHT-ASHBURY MUSIC

1540 Haight St
San Francisco, CA 94117
Tlf: 001 415 863 7327
Página Web: www.haight-ashbury-music.com

GUITARTRADER.COM

7120 Clairmont Mesa Blvd.
San Diego, CA 92111-1025
Tlf: 001 888 4 A GUITAR
Página Web: www.guitartrader.com

ZONE MUSIC

7884 Old Redwood Hwy
Cotati, CA 94931
Tlf: 001 707 664 1213
Página Web: www.zonemusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

BEN JACKS ARKANSAS MUSIC

2719 NO. Drake St.
Fayetteville, AR 72703
Tlf: 001 479 442 7021
Página Web: www.benjacks.com

WATERMELON MUSIC

207-A E Street
Davis, CA 95616
Tlf: 001 530 758 4010
Página Web: www.watermelonmusic.com

KLINE MUSIC

2200 Sutterville Rd.
Sacramento, CA 95822
Tlf: 001 916 456 8742
Página Web: www.klinemusic.com

MIDDLETOWN MUSIC

5238 Summit Bridge Road
Middletown, DE 19709
Tlf: 001302 376 7600
Página Web: www.middletownmusic.com

THE GUITAR WORKS

709 Main Street
Evanston, IL 60202
Tlf: 001 847 475 0855
Página Web: www.guitarworksltd.com

CARPENTER'S WORLD OF MUSIC

17559 York Road
Hagerstown, MD 21740
Tlf: 001 301 791 8119
Página Web: www.carpentersworldofmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

HOT LICKS GUITAR SHOP

3250 Old Washington Rd
Waldorf, MD 20602
Tlf: 001 301 843 2799
Página Web: www.hotlicksguitars.com

REAL GUITARS

110 Herald CT
Punta Gorda, FL 33950
Tlf: 001 941 575 9979
Página Web: www.realguitars.com

BILLS MUSIC HOUSE

P.O. Box 3157
Baltimore, MD 21228
Tlf: 001 410 747 1900
Página Web: www.billsmusicshop.com

MAKE N MUSIC

7540 N Market Street
Frederick, MD 21701-4303
Tlf: 001 301 662 8822
Página Web: www.makenmusic.com

SPOTLIGHT MUSIC STORE

2925 S College #6
FT Collins, CO 80525
Tlf: 001 970 377 8066
Página Web: www.spotlightmusicstore.com

JASON'S MUSIC CENTER

8230 Ritchie Hwy
Pasadena, MD 21122
Tlf: 001 410 647 3442
Página Web: www.jasonsmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

AURORA MUSIC CO

31 W Olive St
Aurora, MO 65605
Tlf: 001 417 678 5447
Página Web: www.auroramusiccompany.com

HOOVER MUSIC

440 South Jefferson
Springfield, MO 65806
Tlf: 001 417 862 3573
Página Web: www.hoovermusic.com

THE MUSIC DEN

25 Ross Street
Wharton, NJ 7885
Tlf: 001 973 328 4200
Página Web: www.themusicden.com

TOMS RIVER MUSIC

Sea Court Pavilion
635 Bay Ave.
Toms River, NJ 08753-3349
Tlf: 001 800 587 6874
Página Web: www.tomsrivermusic.com

MUSIC SOUND WORLD

2715 S Memorial Dr
Tulsa, OK 74129-2603
Tlf: 001 918 664 2555
Página Web: www.musicsoundworld.com

WAKEFIELD MUSIC CO.

58 Main Street
Wakefield, RI 2879
Tlf: 001 401 783 5390
Página Web: www.wakefieldmusic.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

SPRINGFIELD MUSIC

3100 S Fremont Ave
Springfield, MO 65804-4211
Tlf: 001 417 881 1373
Página Web: www.springfield-music.com

RICHIES MUSIC CENTER

424 US Highway 46
Rockaway, NJ 07866-3600
Tlf: 001 973 625 2500
Página Web: www.ritchiesmusic.com

METRONOME MUSIC

40 S Trimble Road
Mansfield, OH 44906
Tlf: 001 419 526 3838
Página Web: www.metronomemusic.com

RON ZEHEL GUITAR CENTER

Página Web: www.rzguitarcenter.com

STORE 1

1895 Cooper Foster Park Rd
Amherst, OH 44001
Tlf: 001 440 282 3250

STORE 2

375K Lear Road
Avon Lake, OH 44012
Tlf: 001 440 933 6245

FULLER'S VINTAGE GUITARS

116 N Loop
Houston, TX 77008
Tlf: 001 713 880 2188
Página Web: www.fullersguitar.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

DRUM & STRUM

49 E Lee Street
Warrenton, VA 20186
Tlf: 001 540 347 7484
Página Web: www.drumnstrum.com

ROUTE 60 MUSIC

3600 US Route 60 E
Barboursville, WV 25504-1619
Tlf: 001 304 736 7466
Página Web: www.route60music.com

KENNYS MUSIC SHOPPE

2001 South Washington
Grand Forks, ND 5820
Tlf: 001 701 772 8670
Página Web: www.kennysmusic.com

EDMOND MUSIC

3400 S Broadway
Edmond, OK 73013
Tlf: 001 405 348 0004
Página Web: www.edmondmusicinc.com

CORNER MUSIC

2705 12th Ave South
Nashville, TN 37204
Tlf: 001 615 297 9559
Página Web: www.cornermusic.com

MIKE'S MUSIC AND SOUND

289 N Main Street
Fond du Lac, WI 54935
Tlf: 001 920 923 1925
Página Web: www.mikesmusic.net

2.2 Principales importadores.

TORNAVOZ MUSIC

1455 19th Street
Santa Monica, CA 90404
Tlf: 001 310 586 1100
Fax: 001310 586 1181
Página Web: www.tornavozmusic.com
E-mail: info@tornavozmusic.com
Contacto: Charles Lushear

HARRIS/TELLER INC

7400 S. Mason Ave.
Chicago, IL 60638
TLF: 001 708 496 2100
FAX: 001 708 496 2130/ 2131
Página Web: www.harristeller.com
E-mail: purchase@harristeller.com
Contacto: Michael Harris

LUTHIER MUSIC CORP

341 W 44th St
New York, NY 10036
TLF: 001 212 397 6038
FAX: 001 212 397 6048
Página Web: www.luthiermusic.com
E-mail: guitar@luthiermusic.com
Contacto: Tony Acosta

MUSICORP

P.O BOX 63366
Charleston, SC 29419
TLF: 001 843 745 8501
FAX: 001 843 745 8502
Página web: www.musicorp.com
E-mail: kmemcpsales-musicorp@kamon.com
Contacto: Edwin Toporek

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

SAGA MUSICAL INSTRUMENTS

1757 Grandview Dr.
San Francisco, CA 94080
TLF: 001 650 588 5558
FAX: 001 650 871 7590
Página Web: www.sagamusic.com
E-mail: liliana@sagamusic.com

FERNÁNDEZ MUSIC

P.O BOX 5153
Irvine, CA 91616
TLF: 001 949 856 1537
FAX: 001 949 856 1529
Página Web: www.fernandezmusic.com
E-mail: ron@fernandezmusic.com

2.3 Asociaciones.

NATIONAL ASSOCIATION OF MUSIC MERCHANTS (NAMM)

International Music Products Association
5790 Armada Dr
Carlsbad, CA 92008
Tlf: 001 760 438 8001
Fax: 001 760 438 7327
Página Web: www.namm.org
Contacto: Ruby Beck
E-mails:
Preguntas Generales: info@namm.com
Miembros: membership@namm.com
Información sobre la feria o cuestiones generales comerciales: tradeshow@namm.com
Cuestiones sobre el registro en la feria: registration@namm.com
Departamento de Marketing: marketdev@namm.com
Meetings y eventos: meetings@namm.com
NAMM Universidad: nammu@namm.com
Revista PLAYback: playback@namm.com
Personal de marketing y comunicaciones: marcom@namm.com
Cuestiones On-line: webmaster@namm.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

GREMIO DE ARTESANOS DE LA GUITARRA ESPAÑOLA.

E-mail: iortiz@ortizasc.com

Contacto: Cristina Ortiz

Página Web: www.gmage.com

Tlf: 0034 96 373 63 95/ 0034 96 381 56 01

Fax: 0034 96 373 07 39

GUITAR AND ACCESSORIES MARKETING ASSOCIATION (GAMA).

PO BOX 757

New York, NY 10033

Tlf: 001 212 795 3630

Fax: 001 212 795 3630

Página Web: www.gama.org

E-mail: assnhdqs@earthlink.net

Contacto: Rob Sulkow

THE NATIONAL ASSOCIATION FOR MUSIC EDUCATION (MENC)

1806 Robert Fulton Drive

Reston, VA 20191

Página Web: www.menc.org

Tlf: 001 703 860 4000 (local e internacional)

Fax: 001 703 860 1531

THE ALLIANCE OF INDEPENDENT MUSIC MERCHANTS (AIMM)

650 West Swedesford Road, Second Floor

Berwyn, PA 19312

Tlf: 001 610 640 1700

Fax: 001 610 640 1279

Página Web: www.musicmerchants.com

E-mail: aimm@musicmerchants.com

INDEPENDENT MUSIC MERCHANTS GROUP (IMMG)

1404 Harrison Avenue

Olympia WA, 98502

Página Web: www.immggroup.com

UNITED RETAIL MUSIC MERCHANTS FEDERATION (FURMM)

Página Web: www.furmm.com

E-mail: ffadmin@furmm.com

EL MERCADO DE LA GUITARRA EN EEUU

NATIONAL ASSOCIATION OF SCHOOL MUSIC DEALERS (NASMD)

14070 Proton Rd. Suite 100
Dallas, Texas 75244
Tlf: 001 972 233 9107/001 972 233 204
Fax: 001 972 490 4219
Página Web: www.nasmd.com
E-mail: office@nasmd.com

GUITAR FOUNDATION OF AMERICA

P.O. Box 4909
Garden Grove, CA 92842
Tlf: 001 909 624 7730
Fax: 001 909 624 1151
Página Web: www.guitarfoundation.org

INDEPENDENT MUSIC RETAILERS ASSOCIATION (IMRA)

912 Carlton Road
Tarpon Springs, FL 34689
Tlf: 001 727 938 0571
Contacto: Don Kulak
URL: <http://masj.com/imra.html>

MUSIC PUBLISHERS ASSOCIATION OF THE U.S.

243 5th Avenue, suite 236
New York NY, 10016
Página Web: www.mpa.org
E-mail: admin@mpa.org
Contacto: Amy Kasel

2.4 Organismos.

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN LOS ANGELES.

1900 Avenue of the Stars, Suite 2430

Los Angeles, CA 90067

Tlf: 001 310 277 5125

Fax: 001 310 277 5126

Página Web: www.spanishbusiness.com

E-mail: bola@mcx.es

Consejero Económico y Comercial: D. Jaime Lorenzo García-Ormachea

U.S. DEPT OF COMMERCE/COMMERCIAL SERVICE

11150 Olympic Blvd. #975

Los Angeles, CA 90064

Tlf: 001 310 235 7512

Fax: 001 310 235 7220

Página Web: www.usatrade.gov

E-mail: Eric.eventhal@mail.doc.gov

Contacto: Eric Leventhal

3. BIBLIOGRAFÍA.

The Music Trades. Abril 2007, The Music Industry Census.

The Music Trades. Febrero 2007, Special NAMM Issue.

The Music Trades. Enero 2007, NAMM Show Preview Issue.

The Music Trades. Diciembre 2006, The Global Market Report.

The Music USA , Edition 2005.

United Nation Statistics Division.

USA Government Census Bureau.

USITC Interactive Tariff and International Trade Base.

IBISWORLD, Industry Report. Febrero 2007