



Repasamos el pasado, el presente y el futuro de la mítica firma española

# VIETA CUMPLE 60 AÑOS

Rompiendo tópicos y fronteras, Vieta se ha consolidado a lo largo de seis décadas como una de las marcas de referencia de la tecnología del sonido y el multimedia. Sus modelos han puesto en el mapa la técnica nacional y sus galardonados éxitos comerciales son poco menos que referencias del diseño industrial. ¿Su secreto? La excelencia y el valor añadido que la empresa ha tratado de mantener durante todos estos años. Repasamos, a modo de celebración, la historia de la compañía deteniéndonos en sus hitos y en su presente cargado de expectativas.

Este viaje comienza con un salto al pasado que, sin embargo, constituía ya en su tiempo un sueño de futuro. Nos situamos en **1954**, en la España franquista aún aislada y asistida a través de la ayuda estadounidense en el contexto de la Guerra fría. No parecía, desde luego, una coyuntura apropiada para lanzar una empresa dedicada a la manufactura de productos tecnológicos, ya que la capacidad de consumo de las clases medias era aún irrisoria. Pero como a las buenas ideas no se les puede poner freno, los hermanos Vieta decidieron dar el salto e introducir por primera vez en el país un concepto tecnológico que en aquellos años estaba revolucionando la electrónica de consumo y la manera de escuchar música. Estamos hablando de la Alta Fidelidad (High Fidelity),

## Vieta entró en el mercado del car audio en 1998

más conocida por sus siglas en inglés Hi-Fi, un estándar que durante la década se había convertido en un sinónimo de calidad y servía para designar equipos de audio capaces de reproducir un sonido más fiel al original, menos distorsionado.

### Primeros lanzamientos

Conscientes de que no sólo bastan las buenas ideas para triunfar, en Vieta decidieron apostar por un camino muy claro desde sus inicios, la excelencia. Tener las ideas muy claras respecto a la línea de

producción lleva a la compañía a colocar en el mercado en 1956 su primer producto de éxito, el amplificador monofónico A-200, al que acompaña el primer giradiscos fabricado en España, todo un acontecimiento que pasaría a los libros de historia de la electrónica de consumo nacional.

Casi diez años más tarde, coincidiendo con el salón internacional Sonimag de Barcelona, se presenta el A-215, un amplificador integrado estereofónico. Otras innovaciones de aquel tiempo son las cajas acústicas BS8, un mito de la ingeniería audio nacional.

### Años 70 y 80

Ya en la década de los setenta, con un contexto interno y externo muy cambian-

te, dos nuevos acontecimientos sacuden la historia de la compañía. Por un lado se lanza al mercado el legendario Vieta Uno (1972), un equipo que consigue algo casi imposible en aquellos años, un sistema de alta fidelidad íntegramente desarrollado en nuestro país, formado por un amplificador integrado, un giradiscos y dos cajas acústicas con tecnología propia. Todo un prodigio que se convierte en un éxito de ventas y al que pronto seguirá el Vieta Dos. Hacia el final de esta exitosa década, la marca pone en juego su plan de internacionalización hacia exigentes mercados como el francés o el estadounidense, a los que les siguen algunos países asiáticos.

Los ochenta serían ya la década de la máxima expresión del concepto de excelencia. Llega el diseño de la caja acústica BB10000, creada para proporcionar una experiencia musical tridimensional. Fabricada con materiales y técnicas muy innovadoras, su diseño despertó el elogio internacional. Un prestigio que se acabaría por consolidar a través de L'Adàgio Prestige, una caja acústica que seduce tanto por sus formas como por su tecnología, llegando a ser seleccionada por el MOMA de Nueva York en 1987 para una de sus exposiciones sobre diseño industrial.

### Años 90, entrada en el car audio

Los noventa son los años del CD, de la aparición del DVD, Internet y la revolución en el consumo de soportes musicales. Lo digital explota como una bomba en las compañías que en poco tiempo se han de adaptar a los numerosos cambios de un mercado cada vez más competitivo. Es en este campo en el que la compañía se abre al mercado del audiovisual para el hogar



Imagen promocional de uno de los primeros éxitos comerciales de la empresa, el Vieta Uno de 1972.



El Vieta L'adagio llegó a estar expuesto en el MOMA de Nueva York de 1987.

y también para el automóvil.

Ya en el nuevo milenio, Vieta celebra sus 50 años convertida en un referente internacional, especialmente en el campo del car-audio y el car-multimedia, con un importante equipo de desarrolladores situado en su departamento base de I+D de Barcelona.

La compañía mantiene sus señas de identidad en una gama de productos cada vez más diversificados que responden a las cuatro divisiones internas, Vieta Headphones, Vieta Home, Vieta Mobile y Vieta Car, en esta última con productos de car-audio y multimedia capaces de competir con la élite mundial. Su gama profesional recibe premios y distinciones como el londinense PLASA (2006) y el holandés ISE (2007).

### Proyectos de futuro

La estrategia de expansión internacional de la firma catalana sigue estando

Uno de los principales objetivos de Vieta es la internacionalización de la marca. Actualmente, está presente en Alemania, Italia, Inglaterra, Francia, Portugal, países escandinavos, Japón, Taiwán, México, Australia y Nueva Zelanda

en el centro de sus objetivos ahora que se cumplen 60 años desde su fundación. Uno de los principales destinos que se ha fijado Vieta es América. Por ello, en 2013 la compañía puso en marcha su filial mexicana que ha logrado arrancar con el funcionamiento de 400 puntos de venta y que pretende ser el centro neurálgico del asalto a otros países. Desde 2014 está en juego su plan de expansión hacia Colombia y Canadá, una nueva alegría que viene a poner el broche de oro empresarial a un aniversario que también tendrá otras sorpresas para el consumidor.

En este sentido, el director general de Vieta, **Paco Márquez**, señala que el principal objetivo de la compañía a corto plazo es "la internacionalización de la marca", y subraya que "la crisis ha demostrado que hay que salir fuera a vender porque el mercado es global".

Vieta cumple 60 años pisando fuerte y creciendo a nivel internacional. Vieta está de enhorabuena, y los amantes del diseño y del audio de calidad también. Felicidades.



Actuales instalaciones de Vieta en Barcelona, centro neurálgico desde donde crean sus productos con el sello de calidad característico.