

## "P.A.zeiro" ou "SOMzeiro", qual é a sua ?

Você seria capaz de definir qual a diferença básica entre estes termos ?

Bem, segundo o Aurélio ( o dicionário, não o baixista ) nenhum dos dois termos existe. De qualquer forma, acho que há a possibilidade de um dia virem a constar neste dicionário. Na verdade gostaria que apenas o P.A.zeiro lá estivesse e que SOMzeiro poderia ficar apenas no dialeto popular ou mesmo desaparecer.

Muitos devem estar achando que enlouqueci de vez, claro tudo é possível, mas não acho que tenha sido desta. O que me levou a escrever estas linhas foi o resultado de algumas horas de bate papo com diversos proprietários de empresas de locação por este Brasil afora.

O assunto que vamos abordar é no mínimo polêmico, para não dizer desanimador. Alguem se habilitaria a explicar o que aconteceu ou está acontecendo com o mercado brasileiro de sonorização ?

Por que estes profissionais hoje são tão mal vistos pelos fornecedores ? o que houve com a saúde financeira deste segmento da nossa economia? Por que tanta desunião neste meio ? por que estes preços que estão sendo cobrados ainda tendem a cair ?

Os fornecedores reclamam que os locadores se não recebem de seu cliente, simplesmente não pagam ao fornecedor. É como se transferissem a dívida do produtor do evento para o lojista que nada têm a ver com o problema.

Conforme disse um produtor de eventos; este ponto da inadimplência é uma questão pessoal, ou seja, caráter. Acho que é coincidência o alto índice de mal pagadores.

Vou fazer algumas colocações, como disse, fruto de alguns bate papos. Não que sejam minhas verdades, mas sim pontos de vista de diversos colegas e de diversas regiões.

Me lembro que há poucos anos eram bem definidas as posições hierárquicas das companhias de locação por região. Havia duas ou três empresas que dominavam São Paulo, umas duas no Rio, duas em Minas, umas três em Salvador e em média uma grande empresa em cada estado do norte/nordeste e o mesmo acontecendo no sul do país.

Estas empresas eram as referências do mercado. O que elas adquiriam era sonhado pelas demais empresas. A prestação de serviço era muito boa. Cada estado tinha uma referência. Me perdoem pois sei que vou esquecer nomes, mas só para citar exemplos tínhamos o Gabriel Neto, o Savala, Jorginho, Tuka, Vavá, Circuit, João Américo, Roberto Ramos, Helinho, Caco, Afonso dentre outros. Estes nomes eram conhecidos nacionalmente mas vinham de regiões distintas.

Estes profissionais, trabalhavam com artistas de renome nacional. Alguns até eram ou ainda são proprietários de empresas de locação.

Sem saudosismo, apenas voltando no tempo para ativar a memória, os artistas os quais eram atendidos por estes técnicos, cobravam cachês entre 8 e 18 mil dólares ( cotação antes da alta de janeiro de 99 ), os técnicos já operavam por tabela da ordem dos músicos.

Os produtores sabiam que mesmo com os custos que tinham poderiam ter lucro e pagar a todos. As empresas que citei acima trabalhavam fazendo turnês destes artistas. Estes shows começavam pelo sul do país e subiam até o norte ou vice-versa. Desta forma os custos eram menores. Eu mesmo cheguei a ficar fora durante 2 meses atendendo a técnicos e/ou grupos como 14 Bis, Zé Ramalho, Caetano Veloso, Ivan Lins e outros.

A empresa de locação fazia praticamente todos os shows destas turnês. Quando não eram turnês e algum artista de renome fosse tocar em alguma cidade próxima à da empresa de locação, esta era

exigida pelo artista e seu produtor. Assim podia-se investir em bons equipamentos e em boa mão de obra.

O que se viu com o passar do tempo é que praticamente todos os bons técnicos da locação foram trabalhar com os artistas, por fornecerem melhores salários, mesmo considerando que cada técnico está sujeito à agenda do artista com o qual trabalha.

Sempre soubemos que o número de bons técnicos é menor que o de artistas, assim alguns não tão bons foram para a estrada atender a estes artistas e aprender o ofício botando a mão na massa, quer dizer na mesa. Todos nós sabemos de ao menos uma briga entre o P.A.zeiro e o "técnico" da banda. Muito bem, fofocas à parte eis que os tempos estão mudando. Hoje com as escolas que temos no eixo Rio/São Paulo o perfil começa a melhorar em termos de mão de obra. Por outro lado vimos o faturamento das locadoras despencar morro abaixo.

Um verdadeiro leilão se instalou neste mercado. Os preços não cobrem os custos que estas empresas têm. Mas qual é a fórmula mágica? Não se recebe o necessário para a manutenção e continua-se aceitando os trabalhos pelos preços que os produtores e demais clientes oferecem. É simples, quase todos começaram a se endividar e já não podem mais ter o mesmo padrão de manutenção do equipamento. Aliado a isso a abertura que tivemos na importação de equipamentos de áudio, possibilitou o surgimento de 1478963231215489534462322 firmas de locação por todo este país. Isso mesmo, da noite para o dia todos eram profissionais e ofereciam competência técnica para atender a qualquer evento, independente da responsabilidade técnica.

Um locador comentou que durante uma conversa com outro locador falavam sobre os custos da manutenção dos equipamentos. Um achava um absurdo os valores que pagava pelos consertos e outro respondia dizendo que o valor não era caro e que na verdade eles que não tinham mais dinheiro para nada.

Tivemos um caso verídico de uma loja que vendeu quase dois milhões de reais em equipamentos para serem pagos em seis vezes sem juros e a preço de custo, abrindo crédito para todo mundo. Esta loja passou por dificuldades e por não receber de seus clientes foi obrigada a fechar as portas. Muitas "empresas" ofereceram serviços se apoiando na mesa ou no amplificador importado que comprou. Porém, onde estão os cabos, conectores, microfones, caixas acústicas, equalizadores, compressores, estabilizadores, técnicos e etc?

O produtor de eventos, em sua maioria, visa o lucro o que de forma alguma está errado, afinal este é o objetivo de toda empresa. Alguns podem até pensar que estou louco e que o principal objetivo de uma empresa é atender bem seu cliente. Na verdade atendemos cada vez melhor na intenção de sobrevivermos no mercado e aí o objetivo volta a ser o lucro, independente da área de atuação. Voltando ao assunto, será que no lugar de se reduzir o pagamento da locadora em R\$ 300,00, o pagamento das seguranças em R\$ 200,00, o da empresa de iluminação R\$ 250,00 e R\$ 180,00 dos carregadores para se ter uma economia total de aproximadamente R\$ 1.000,00 não seria mais coerente fazer um acordo com o empresário do artista para reduzir 5% em seu cachê? Isto pode gerar uma receita, dependendo do artista, em torno de R\$ 4.000,00.

Não seria fantástico para todos? Na teoria sim, mas na prática a visão é completamente diferente. Se o produtor conseguir uma redução de 5% no cachê, ele se pergunta: para que repassar parte deste valor para os prestadores de serviço? Seria burrice já que seu objetivo é o lucro não é mesmo? Acho que não. Onde todos têm a sua parcela o evento, o mercado e a saúde das empresas tendem a ser melhores.

A virada do milênio era esperada por todos como a salvação de parte da lavoura. Nada mais foi que uma tempestade que passou e deixou algumas destruições pelo caminho. E não foi só por aqui que isto aconteceu. Nos estados unidos mesmo sóbemos de um grande evento que iria acontecer na virada do ano mas os valores cobrados pelos artistas inviabilizou o mega evento. Em outras palavras, o excessó de expectativa deixou muitos assistindo a televisão com a mão no bolso, por ora, vazio.

O que vemos é que todos ficam desesperados para pagar suas contas e aceitam qualquer valor por

uma sonorização de show.

Parabenizo as empresas de iluminação que até a pouco tempo atrás cobravam valores em torno de 50% dos cobrados pelas empresas de sonorização. Hoje chegam a receber por seus serviços o dobro que as locadoras de equipamentos de áudio, invertendo a situação. Sinceramente não digo que tenham que cobrar mais ou menos que a sonorização. Devem continuar a fazer o que fazem hoje, cobrar o que custa. Que vivam os Intellabeans, Studio Color, Martin, Goldscan, High End, Fresnel e outros colaboradores. Vejo como fruto de uma organização neste seguimento do mercado.

O que busco com estas linhas não é passar uma solução mágica para o problema. Confesso que não a tenho. O que realmente quero é que todos dêem suas opiniões através desta revista. Acredito que se todos participarem pode-se ter, ao menos, uma direção a seguir.

Sei também que reuniões para montar o cartel da sonorização não funcionam. Já participei de algumas reuniões onde até uma tabela de preços por serviço e por tipo de equipamento que cada empresa possuía, foi apresentada. Na reunião seguinte estavam todos brigando por que alguns não cumpriram a tabela e locaram por valores menores, alegando ter sido a clientes antigos que não podiam deixar de atender.

Sabemos que a grande maioria dos produtores são sérios, mas infelizmente não são todos. Nos últimos três anos qual empresa não deixou de receber um evento por que o produtor sumiu ( às vezes até levando o acerto do evento ), não deu o público esperado, chueu ou outros incidentes. Não quero crucificar os produtores, mas acho que eles têm sua parcela a contribuir para serem melhor atendidos e também participarem no processó de moralização dos eventos.

Algumas empresas de locação já compartilham informações sobre determinados clientes. Assim o mercado, para alguns aventureiros, vai se fechando. O problema é que geralmente têm uma vítima desavisada no caminho. Um produtor de eventos mesmo disse que utiliza um grande cadastro para checar seus fornecedores e clientes. E crê na redução da inadimplência se os locadores tiverem associados a órgãos como o CDL e o Cerasa para consulta de clientes.

O que sabemos é que quando um banco empresta dinheiro é imprescindível as garantias reais e avalistas. Se por ventura sua ficha não for aprovada por qualquer motivo, não haverá o empréstimo. Caso tenha havido algum problema com outro banco não haverá crédito em nenhum outro. O mercado se fecha.

Um empresário disse que é impressionante como os "picaretas" são gente boa. São as melhores pessoas para se trocar uma idéia ou tomar uma cerveja, mas se o assunto é trabalho....

Uma colocação interessante por parte de um empresário de uma grande locadora, foi o empréstimo de equipamentos a outras locadoras. Segundo ele, se sua empresa têm um determinado porte, como a dele que é grande, a parceria que lhe interessaria seria com empresas do mesmo porte da sua. O que não é correto, segundo ele, é a grande empresa emprestar equipamentos caros a pequenas empresas que não poderão devolver o empréstimo com outro do mesmo nível. Como exemplo, se uma grande empresa empresta um par de mesas de 56 canais a uma pequena empresa que só possui mesas de 32 o que ela está fazendo é alimentar o mercado para o crescimento destas empresas que não fazem o mesmo investimento que ele. O correto seria esta pequena empresa passar o serviço para a grande e esta colocar o seu preço e atender ao cliente. Na prática um serviço chega a ficar por um quarto do preço por que é o valor cobrado pela pequena empresa contando com o empréstimo de equipamento das grandes.

Agora se a pequena empresa quiser mesas de 32 canais, não há problemas em emprestar, por que se algum dia o grande precisar de mesas de 32 canais sabe que poderá contar com aquele parceiro.

O incoerente, segundo um locador, é perceber que as duas mesas que foram emprestadas custam o dobro de todo o equipamento que o pequeno locador possui. "Se acontecer algo correremos o risco de perdermos as mesas e nos virarmos para comprar outro par".

Um proprietário de locadora me disse que teve de vender seu carro importado para adquirir quatro

monitores EAW. Por que as outras firmas não o fazem ? Por que preferem os monitores emprestados. Segundo ele só há empréstimo dos monitores por ele fabricados.

Esta pode ser uma forma das empresas se situarem no mercado. Outro enfoque é com relação ao aluguel de equipamentos. Se é uma empresa só de locação, não há problema. Mas se também é prestadora de serviço o valor do aluguel de um par de mesas deve ser o valor do aluguel de todo o sistema. Por que na verdade o sistema não trabalha sem as mesas e a firma que está alugando não pode trabalhar só com o sistema sem as mesas. O correto, segundo este mesmo empresário, é o serviço ser passado para a empresa que têm total condições de atender a todo o evento.

Algumas pessoas comentaram que preferem comprar a ter que pegar emprestado. Esta é outra política e que também não está errada. Querer é poder !

Um profissional me disse que possui um cheque especial de R\$ 5.000,00 em cada um dos dois bancos onde têm conta, todo seu equipamento está pago e isto o permite ficar mais calmo e cauteloso além de o permitir dizer "NÃO". "No princípio foi muito difícil, mas aprendi a dizer não mesmo aos clientes mais antigos. Se eu não posso atender chego até a indicar quem pode. O mais interessante é que este cliente se torna cada vez mais fiel à minha empresa", foram as palavras de um mineiro.

Um locador de São Paulo me afirmou que possui um investimento que o permite pagar toda a estrutura durante seis meses. Como o exemplo acima ele também aprendeu a dizer não e só trabalha onde sabe que haverá algum lucro.

Outro questionou: Como pode um locador cobrar R\$ 300,00 por um show se um SM 58 ( microfone para voz da Shure ) custa este valor. E se o microfone cair no palco e quebrar ?

Um produtor de eventos mineiro disse; Acredito na empresa que têm "fôlego". Para se ter fôlego deve-se saber o seu custo e têm uma estrutura enxuta para quando o momento de baixa vier têm-se como cumprir os compromissos. Se a empresa é muito grande todo o lucro vai embora na época de baixa. Em nossa área fazemos contas anuais e estas empresas veem que todo ano têm prejuízo, mas em alguns meses tiveram bons lucros. Portanto saber o tamanho correto é primordial. Todos devem ter em mente que deve-se gastar sempre menos do que se ganha. "Não têm como gastar tudo ou mais do que se ganha, um dia a casa cai."

Em um recente programa de marketing da DGC Audio, enviamos um profissional para visitar algumas empresas de locação, rádios, TVs e estúdios de uma determinada região de Minas Gerais. Este funcionário voltou horrorizado e pediu para não mais atender às locadoras. As visitas eram agendadas e ao chegar em uma das empresas foi recebido pelo proprietário que estava sentando em uma caixa acústica com um marmitex na mão ( alguém já comeu, como eu, usando como colher a tampa do marmitex ? ), o qual ali continuou e o pior, cuspiendo arroz para tudo que era lado. Não satisfeito disse que não queria saber de nenhuma empresa que prestasse serviços ou que fornecesse equipamentos por que ele possuía a maior empresa de locação do sudeste. Que todos me perdoem, mas o que senti foi pena, tamanha a falta de informação daquele sujeito, cuja empresa até hoje nunca ouvi falar senão por parte deste funcionário.

Outro aspecto que vejo é que as locadoras precisam ter um melhor faturamento e maior força de vontade, para poderem se organizar na parte administrativa. Em outras palavras, deixar de ser SOMzeiro para ser proprietário de uma empresa de locação de equipamentos e prestação de serviços. Que fique claro que estou generalizando, algumas empresas, apesar de poucas, vão indo muito bem obrigado. Falta visão empresarial para ter o som como um negócio e não mais como adolescentes que levavam o "três em um" debaixo do braço para fazer as festas do bairro ( já fiz isso muitas vezes e era ótimo ). Todos crescemos, constituímos família ( s ) temos filhos ( que quase não vemos ) e temos a mistura de um mercado ruim com uma economia apertada.

Um empresário destacou que nesta área os locadores, em sua maioria, são levados por um romantismo comercial. Todas as decisões são tomadas pelo coração e desta forma não há estrutura que ande.

Uma boa forma de reduzir os custos de manutenção é investir na mão de obra. Acabem com a ilusão

de que pagar um bom curso para seus técnicos é jogar dinheiro fora ( tudo bem que alguns realmente não merecem, mas..... ). Não mais brigue ao ver seus técnicos com o manual não mão tentando decifrar as funções de um novo equipamento. Issó é bom para eles, mas é melhor para você proprietário que terá um melhor serviço.

Outro disse que está investindo pesado na mão de obra. Está pagando um pequeno curso fechado de português para seus técnicos. Disse que não aceitará mais o seu técnico perguntar QUANTOS CANAL o operador vai USÁ. Só após este curso ele irá custear um de áudio.

Além de melhorar a mão de obra, procure reduzir os custos com ela. Um bom exemplo é utilizar seu sistema de caixas e áudio com multipinos. Vocês sabiam que, em média, um show de 40 canais que utiliza mesa de PA e de monitor e inserts nas duas, conecta e desconecta plugs em torno de 800 vezes por evento ? Isto dá um total de 1600. Se houvessem multipinos estes valores seriam reduzidos a 8 ou 12 conexões. E com uma grande vantagem, a margem de erro é muito menor.

Qual seria o valor justo para uma sonorização ? Não sei. Acho que aí entra a parte administrativa que poderá calcular o mínimo para se pagar as custos fixos, pessoal, transporte, manutenção , reinvestimento e assinaturas de revistas técnicas.

Há que se buscar novos clientes, novos nichos de mercado, novas opções. Quando falei dos velhos tempos do "três em um" lembrei-me de uma tendência mundial, a discoteca. Não sei se vai chegar por aqui, mas que estão na moda por aí a fora, estão. Para quem têm condições talvez seja uma boa oportunidade de investimento.

Existe uma técnica chamada maximização de receitas, na verdade é um livro, que basicamente prega valores diferenciados para momentos e clientes diferenciados. As companhias aéreas utilizam este sistema de preços variados para quem comprar com antecedência ( com passagens limitadas ), para quem compra muito, mas se você chegar na hora do vôo e for para uma determinada cidade em um horário de pico, com certeza pagará um preço bem salgado. Por outro lado se puder esperar umas boas horas, para se pagar um valor menor, pode-se até vir a pegar um vôo para um aeroporto mais distante que o central num horário maravilhoso que provavelmente, nem taxi haverá no aeroporto. Em outras palavras, mais sacrifício é igual a maior economia. Bem esta é a idéia. Por que cobrar, por exemplo, R\$ 1.000,00 em um evento em que somente sua empresa poderá atender e que exige equipamentos e mão de obra que só sua empresa pode fornecer ? Este é o seu momento de faturar.

Mais uma colocação com relação ao orçamento é que na grande maioria as empresas possuem uma certa tabela de preços pré definida. Mas o correto seria sondar cada evento e suas necessidades. Nada pior do que contratar uma empresa e na última hora saber que mais um gravador vai custar mais alguns reais ou ainda o pior: não ter o equipamento necessário. Assim voltamos ao ponto de que cada caso é um caso e o atendimento deve ser o melhor possível para não gerar desentendimentos e ou arrependimentos.

Sei que é horrível ouvir o cliente dizer que têm um concorrente seu ( que você sabe que não é concorrente por que não têm o mesmo que você ) que faz pela metade do preço e ainda por cima colocado no local. Mas ainda vamos conviver muito com isso, principalmente por que o cliente leigo, não está acostumado a comprar um projeto ou mesmo contratar um consultor para lhe dar suporte. Já prestei serviço para algumas prefeituras e empresas durante licitações para definir quais empresas estavam aptas a prestar o serviço, mas infelizmente isso não acontece todo dia.

É preciso definir qual o mercado que se quer atender. Ser frio o bastante para deixar o EGO de lado. Se ter uma mesa de 8 canais, um amplificador, um microfone e duas caixas em um par de tripés for mais interessante, por que não fazê-lo ? Por que todos têm que estar fazendo grandes shows?

Um produtor questionou: O que é melhor, ter fama ou ser bem sucedido ?

Se você têm um investimento de R\$ 30.000,00 para fazer pequenos eventos onde a média de faturamento por evento são R\$ 300,00 e que se façam 10 eventos em um mês, têm-se um bruto de R\$ 3.000,00, o que equivale a 10% do seu investimento.



Agora, para atender a grandes eventos, há a necessidade de um investimento da ordem de R\$ 500.000,00. Cobrando os preços de hoje, que estão em torno dos R\$ 1.500,00, fazendo os mesmos 10 eventos por mês têm-se um total de R\$ 15.000,00 que são apenas 3% do seu investimento.

Será que o lucro líquido para manter esta estrutura justifica tão grande investimento ? Não respondam agora, podem dormir sossegados, garanto que vão acordar às três da manhã para pensar nisso.

Um empresário do norte do país afirmou; Se eu pago à vista independente do resultado da bilheteria, acredito que o locador deve me passar um preço especial. Não um preço de tabela. Comigo ele terá uma maior liquidez e um risco mínimo. O profissional deve seduzir seu cliente a querer trabalhar com ele, desta forma ajustar-se o preço torna-se mais fácil. Uma coisa é muito verdadeira, tudo que é ruim é caro, por que compra-se várias vezes o mesmo serviço ou produto. O que é bom, bonito e barato só existe na vitrine. É ilusão querer esta trindade em tudo.

Muito bem para resumir vimos a necessidade da profissionalização do setor tanto dentro como fora da empresa, deve-se investir na mão de obra para um melhor serviço e menor custo de manutenção, deve-se rever os valores cobrados e avaliar seus custos, definir o mercado a ser atendido, definir o tamanho da empresa, os investimentos e os parceiros, melhorar a aparência do equipamento e do pessoal, principalmente a sua como proprietário.

Meus agradecimentos a todos que opinaram e que todos os locadores tenham um 2000 de realizações e crescimento. Que Deus os ilumine.

Grande abraço a todos,

Denio Costa

Operador de áudio e proprietário da DGC Audio.