

Será que é hora de crescer ?

Olá amigos,

Tivemos um começo de ano conturbado, já que a maioria dos nossos são vinculados ao valor do dolar. Conforme disseram os analistas financeiros, o segundo semestre seria maravilhoso. Todos iriam vender, comprar, alugar e prestar serviços. Lindo não ? Se você é um dos pobres mortais que não têm dinheiro sobrando embaixo do colchão, acho que algum proveito irá tirar deste artigo.

Certo dia eu estava na DGC Audio e recebi três clientes. Um senhor já idoso e dois garotos, que vim a saber eram da mesma família, pai e filhos.

Sentaram à minha mesa, abriram uma pasta e o mais jovem foi logo dizendo: Denio, temos aqui em nossas mãos, quatro orçamentos de quatro lojas diferentes e gostaríamos de saber se você tem preço para cobrir estas ofertas.

Comecei pelo princípio: de qual equipamento vocês estão precisando ?

- Gostaríamos de comprar uma mesa de som de 48 canais. Temos os preços de algumas marcas e modelos, todas de 48 canais e com alguns recursos diferentes. A nossa verba nos permite comprar qualquer uma destas selecionadas, só precisamos definir qual delas é a melhor e qual o melhor preço você pode nos oferecer.

Em momentos de crise, disponibilizar 15 a 20 mil dólares na compra de uma mesa é um investimento que deve ser bem pensado, imagino eu. Pude perceber, analisando aqueles orçamentos, que todas as lojas atenderam ao pedido deles, oferecendo o preço do equipamento solicitado e não acho que agiram de má fé, afinal vender é seu objetivo maior. A escolha do que se deve ser comprado é trabalho do cliente.

Resolvi levar a conversa para outro lado, perguntando-lhes sobre o sistema que possuíam.

Me digam, qual o equipamento que vocês possuem ? Gostaria de saber tudo: quantidade, marca e modelo das caixas, amplificadores, crossovers, microfones, multicabos, direct box, analisador, processadores de efeitos, gates, compressores, conectores e cabos.

Fiquei, assustado com o olhar que o pai dos garotos me dirigiu. Algo como se eu fosse o maior dos malucos do mundo. Claro, era apenas a minha impressão, afinal eu não sabia o que se passava na sua cabeça.

Quando anotei as marcas, modelos e quantidades dos equipamentos que eles possuíam, percebi que seria um erro apresentar, apenas o preço para a mesa de som, cobrir o preço da concorrência, fechar mais um negócio e ponto final.

Certamente o que eles tinham em mente era a certeza de que se comprassem uma mesa de 48 canais poderiam fazer eventos que exigissem este número de canais, o que não é verdade.

Sabemos, ou deveríamos saber, que a sonorização de um show não está resumida à mesa de som utilizada. Há todo um universo que envolve um show. Entre eles, o equipamento como um todo, além da prestação do serviço e da técnica empregada na sonorização.



Abaixo a relação de equipamento destes clientes. Vou excluir as marcas e modelos por questões óbvias.

08 caixas de grave 2 x 15"

08 caixas de médio grave 1 x 12"

04 caixas de médio agudo com um driver e dois super tweeters

06 monitores com um falante de 15" e um tweeter

02 equalizadores 1/3 oitava para monitor

02 mesas de 16 canais - duas mesas para PA trabalhando uma no PA e outra no Monitor

01 multicabo de 19 vias

08 microfones para voz (4 nacionais e 4 importados)

07 microfones para instrumentos (nacionais)

04 direct box

01 equalizador 1/3 para PA

02 processadores de efeito (um deles sem possibilidade de programação)

02 compressores stereo

10 amplificadores de potência de marcas e modelos diversos

01 amplificador para contra baixo

01 amplificador para guitarra

01 amplificador para teclados

01 Sistema de iluminação completa

Assim, analisando o que possuíam, consegui fazê-los entender que não poderiam, a princípio, atender a um evento que exigisse mais que 24 canais. Por que faltava todo o "resto".

Questionei se sabiam o que mais envolveria um evento de 48 canais. Coisas como vias de palco, equalizadores para estas vias, amplificadores, monitores, microfones, direct box, compressores, gates, processadores de efeitos e cabeamento. Tudo isso considerado, também, para o PA.

Os cabos e conectores eram insuficientes para atender ao consumo de corrente necessário para alimentar as caixas acústicas, o mesmo acontecendo com o sistema de alimentação de energia elétrica.

Perguntei também, sobre a agenda deles. Quais os eventos que haviam feito nos últimos doze meses. Não foi nenhuma surpresa constatar que todos ou pelo menos a grande maioria dos eventos, foram

atendidos com os dezesseis canais disponíveis.

Em porcentagem tínhamos algo em torno do seguinte: 90 % eventos de até 16 canais, 6% eventos de até 24 canais e 4% eventos com mais de 24 canais.

A maioria de seus clientes eram clubes, pequenas feiras agropecuárias, festas religiosas e eventos políticos.

Sabemos que é difícil controlar o ego, mas não seria mais racional alugar um complemento para fazer os eventos de 24 canais e contratar uma empresa maior para atender aos eventos que consumiriam acima dos 24 canais ?

Em nosso exemplo o sistema básico que possuíam era de 16 canais e queriam passar para 48. O seu caso pode ser similar. Se por acaso voce têm um sistema de 32 ou 48 e quer passar para 56 canais a situação é praticamente a mesma.

Até mesmo para o investimento seria melhor esta forma de operar. Investir em um equipamento que seria utilizado em 4% dos eventos seria dinheiro guardado na prateleira.

Pois bem, após algumas horas de bate papo, os rapazes concordaram com a minha colocação e o pai deles do lado dizendo: Estão vendo, eu falei com vocês, mas o que eu escuto é que sou velho e não entendo de som.

Provavelmente se tivessem comprado a mesa de 48 canais estariam se propondo a fazer os eventos deste porte. Eu não me assusto (muito), por já ter vivido isto na prática.

Alguem conhece esta cena? Chegando ao local do show e conferindo o equipamento, ao questionar o número de direct box disponível, ter como resposta outra pergunta: O que é direct box ?

Parece que estou inventando não é ? pois trata-se de caso verídico e quem estava deve se lembrar.

Situações como esta podem ser consequência da grande ansiedade das empresas em se equipar ao nível da concorrência, o que quase sempre as conduz a aquisições erradas. Esta ansiedade é compreensível, afinal. Quem ainda não viveu a experiência de ser eliminado de uma concorrência?

Concluindo, eles investiram parte do dinheiro na nova mesa de 24 canais e ainda sobrou para investirem em cabos de maior bitola, conectores, alguns periféricos, microfones para voz e bateria, um novo multicabo e ainda a assinatura de duas revistas técnicas entre elas a M&T (outra verdade, não se trata de áudio marketing).

Você, empresário, deve também refletir ao fazer seus próximos investimentos. Às vezes o melhor é esperar um pouco para se ter um sistema coerente e que cresça por igual, sempre planejado. Se você têm um sistema de 24 canais, que seja o melhor possível, com todos os periféricos e acessórios necessários para uma perfeita realização do evento ao qual se propõe a fazer.

Crescer é nosso objetivo. Para isso deve-se ter em mente onde se quer chegar, definir a estratégia e então buscar este objetivo dentro do menor espaço de tempo possível.

Já disse aqui que um sistema simples, "feijão com arroz", onde o PA é equilibrado, bons cabos e conectores, empilhamento e direcionamento das caixas corretos, onde se dispensa atenção aos detalhes, pode ser muito melhor que aqueles sistemas onde são montadas duas caixas por lado e um zilhão de racks com periféricos, fazendo da house mix uma bela árvore de natal com luzes piscando por todos os lados.

Na verdade, pra quê tanto processamento em um PA de pressão sonora insuficiente para a área a ser



sonorizada ?

Enfim, acho que analisar sua agenda e contar com uma assessoria ou mesmo com o bom senso é o primeiro passo para definir seu investimento e seu direcionamento no mercado.

Grande abraço e boas compras que o natal está aí.

Denio Costa