



O mercado de instrumentos musicais e áudio profissional Pós Crise

Um breve estudo e reflexões sobre possíveis mudanças do setor de instrumentos musicais e áudio profissional em um cenário pós crise.

Leandro Campos
Abril/2020

Tempo para estabilização

Relatório McKinsey Abril 2020

<https://www.mckinsey.com.br/>



Estima-se que a crise demore entre 12 à 18 meses para se estabilizar, com a criação de uma vacina.



Com a recessão do mercado, gastos supérfluos serão os mais afetados e projeta-se uma diminuição de consumo global entre 40% e 50%.



O comportamento do consumidor deve demorar em torno de 6 meses à 2 anos para retornar ao normal.



Economias que já estavam abaladas antes da crise demorarão mais para se estabilizar (Venezuela, Nigéria, Brasil).



Empresas irão revisitar seus modelos de operação com medidas a curto prazo para cortar gastos e ajustar oferta de produtos.



Demanda maior será para produtos de saúde e higiene, com a atenção do consumidor voltada para estas áreas.

O segmento de áudio e instrumentos musicais

Sobrevivência dos Fortes

- O mercado de áudio e instrumentos musicais se consolidará, com grande número de empresas não sobrevivendo a crise. É possível que empresas mais fortes invistam em aquisição de concorrentes ou empresas ao longo da cadeia de produção. Outras oportunidades estão em aquisição de propriedade, mercado e talentos.

Investimento em Inovação

- Empresas precisarão inovar drasticamente seus modelos de negócio para sobreviver a crise. Inovações implementadas durante a crise terão potencial para virar a nova norma e as empresas se acostumarão mais rápido com novas tecnologias, acelerando seu desenvolvimento e adoção.
- Um foco em inovação será na criação de flexibilidade ao longo da cadeia de produção, para trazer produtos ao mercado mais rápido. Modalidades de venda como Dropshipping e estruturas Omnichannel se consolidarão como formas de distribuição contemporâneas e mais baratas.
- Menos atividade econômica e mercado com menos poder de compra, podem proporcionar modelos de negócios alternativos com foco em produtos usados.

Mudanças no Comportamento do Consumidor

Cultura do desconto

- Empresas com estoques cheios precisarão buscar soluções para queima rapidamente. A necessidade de colocar produtos em oferta pode levar a uma cultura de desconto semelhante a que sucedeu a crise financeira de 2008.

Busca por sustentabilidade

- A pandemia trará temas como sustentabilidade à tona, intensificando discussões sobre materialismo, consumo excessivo e práticas irresponsáveis. O foco na sustentabilidade será especialmente importante dentre as gerações dos Millennials e Z. Empresas precisarão reorientar suas práticas para apelar para essa população.

Crescimento de soluções digitais

- Com a atual necessidade de mudar rapidamente para mídias digitais, consumidores começarão a se familiarizar melhor com essas mídias e empresas precisarão acompanhar esse novo crescimento digital.

Estresse de valores e a pirâmide de Maslow

A tendência é que haja em um cenário pós crise, uma forte mudança no comportamento das pessoas do ponto de vista social. Haverá um downgrade que afetará todos os níveis da pirâmide e este movimento afetará diretamente o consumo de todas as classes sociais, seja na forma de comprar produtos e serviços, quanto no que comprar.

Pirâmide das Necessidades - Maslow



Quem ficará?

- Flexibilização e adequação, serão as palavras de ordem para os próximos 3 anos.
- As empresas que entenderem as alternativas digitais como complemento às práticas e modelos já estabelecidos, serão as de maior sucesso.
- As empresas que redimensionarem de forma mais assertiva suas projeções de vendas, terão mais chances de promover ajustes orçamentários eficientes e desta forma, assumirem tamanhos adequados para os próximos anos, consolidando-se no pós-crise.



Nova distribuição de mercado

Menos mercado mas, menos concorrentes

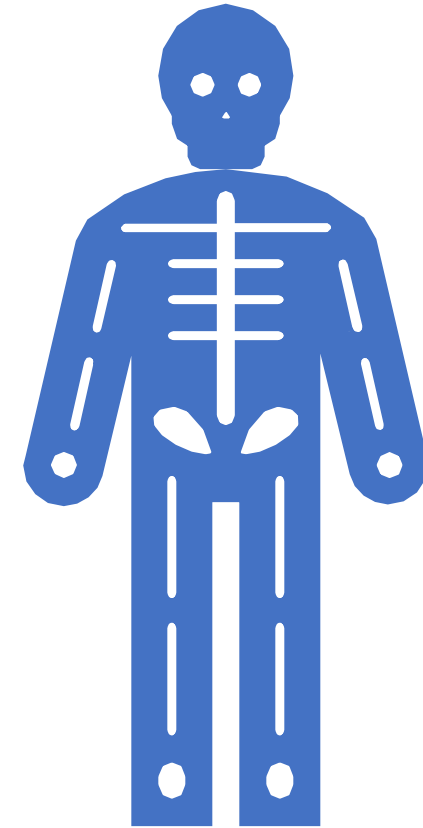
- A combinação de baixos markups e gestão pouco qualificada, trará severos danos ao mercado e isto afetará todos os níveis, passando por lojas de varejo, fabricantes, importadores e suas relações com as marcas distribuídas no Brasil. Muitos deixarão de existir e a tendência segundo o relatório McKinsey é de que este número seja entre 40% e 50%
- “Enxugar” o mix e focar em produtos de maior conhecimento, será uma realidade, este movimento criará um cenário ideal para empresas consolidadas investirem em novas marcas, ampliar instalações ou fazer novas aquisições. Talentos estarão disponíveis.

Planejar em cenário com alto grau de incerteza será preciso

- Mesmo sem saber ao certo o que nos espera mais adiante, planejar é necessário. Analisar os mais variados cenários ajudará identificar o break-even em todos eles, passando pelo mais catastrófico ao mais ameno, é um exercício fundamental para ajustes a curto e médio prazo. Quais os impactos na empresa se o faturamento cair 50%? Qual o faturamento mínimo para que a empresa não tenha prejuízos com a estrutura operacional atual? Conhecer o seu fundo do poço será vital.
- Pensar nestas questões, considerando que a retomada pode gerar oportunidades em função de uma demanda reprimida, ajuda a criar formas e acordos com o objetivo de reter talentos e mão de obra qualificada.

Resiliência e Sustentabilidade

- A pandemia intensificará na sociedade princípios de ecosustentabilidade. As discussões acerca dos benefícios que o isolamento trouxe ao meio ambiente, por conta da redução de CO² ganharão força e conseqüentemente, mais pessoas engajadas em questões ambientais. Surgirão mais espaços para produtos desta natureza.
- O isolamento social proporcionará à sociedade brasileira, uma oportunidade única de amadurecimento e reposicionamento de valores. Sob o aspecto social, algo parecido com o que aconteceu em sociedades como a americana em 1929, japonesa e alemã no pós Guerra. A valorização da família e sua concepção de núcleo essencial para o desenvolvimento e ordem social será um ponto importante. Neste sentido, terão sucesso produtos e serviços que promovam o bem estar e socialização.



Vaidade reprimida, demanda reprimida

- Há neste momento uma massa de consumidores que se moveram para a compra digital entretanto, existe um universo bem maior de pessoas sem acesso a estes canais ou sem histórico de compras na internet. Ainda que todos se movessem para o digital, não haveria oferta de lojas, produtos e serviços capazes de atender toda a demanda. Desta forma o pós-crise trará oportunidades para as empresas que estiverem preparadas para atender a demanda reprimida ocasionada pelo isolamento. Os mercados de cosméticos e moda, acreditam que experimentarão ainda uma demanda ocasionada pela vaidade reprimida, algo diretamente ligado à necessidade humana de boa aparência e bem estar. De certa forma, instrumentos musicais e alguns produtos de áudio estão ligados à sensação de bem estar e por este motivo, o mercado da música se beneficiará deste movimento. Na china a francesa Hermès bateu todos os recordes de faturamento no dia da reabertura pós isolamento. Em Blumenau-SC, o maior cliente da Ciclo S/A, bateu recorde de vendas em um dia de portas abertas, na reabertura do comércio local.

ECONOMIA

Loja da Hermès na China vendeu R\$ 14 milhões em um dia



Após passar meses fechada na China, uma loja da Hermès em Guangzhou faturou 19 milhões de yuans (cerca de R\$ 14 milhões) apenas no sábado (11), **um dia após o fim da quarentena na cidade.**

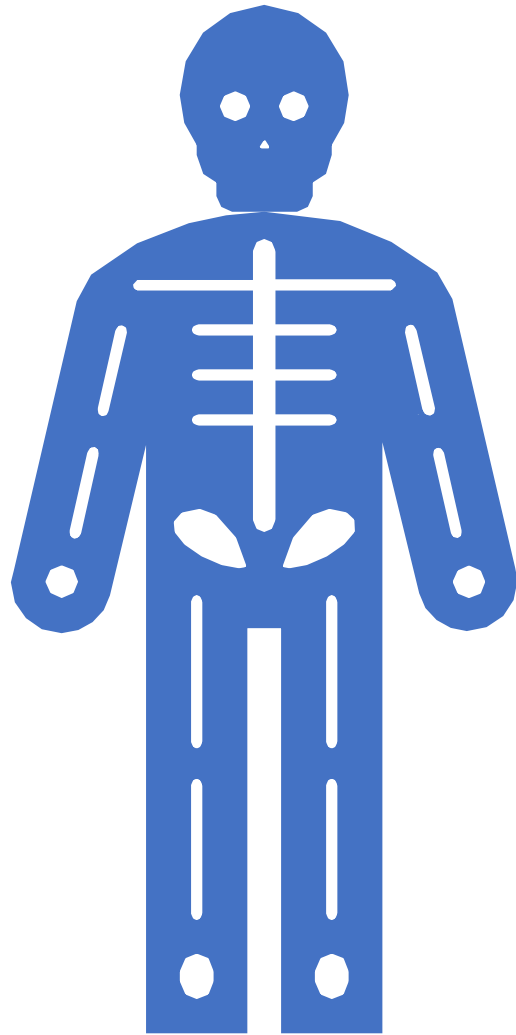
Segundo o site WWD, o que pode ter motivado os consumidores foram as peças raras que estavam à venda, como uma bolsa Birkin cravejada de diamantes. A peça é feita sob encomenda.

+ China: Exportações e importações têm queda menor que a esperada em março

+ Desemprego por coronavírus ameaça o combate à pobreza na China

+ Empréstimos na China mais do que triplicam com retomada da economia

Devido à pandemia que atingiu a China no final de dezembro, a Hermès fechou 43 lojas no país. A de Guangzhou, situada na província de Guangdong, uma das mais ricas da China, tem mais de 500 metros quadrados e vende louças, sapatos, móveis e artigos de couro.



A capacidade do ser humano de reaprender e se adaptar nos trouxe até aqui, baseado nisso não há dúvidas de que em breve, tudo ficará bem.