

ESTUDO DE CASO:

Em nossa cultura é muito comum lamentarmos a perda de oportunidades. Sempre que deixamos “escapar” uma oportunidade somos tomados de uma depressão e parece que acreditamos na impossibilidade de surgir novas oportunidades.

Vamos dar um exemplo onde um jogador de futebol perde um gol fácil aos trinta segundos do primeiro tempo. Este profissional é tomado de uma tristeza e lamenta-se profundamente, ignorando que se mantiver o espírito de luta novas oportunidades irão surgir.

Para um empreendedor é preciso acreditar que as oportunidades não passam mas aparecem de modo diferente e desafiador. Segundo Whitney Young Jr. “é melhor estar preparado para uma oportunidade e não ter nenhuma do que ter uma oportunidade e não estar preparado”.

Para dirigir a conceituação de oportunidades a um patamar racional e de certa forma otimista damos a seguir algumas características de oportunidades (empreendedoras):

Surgem em função da identificação de desejos e necessidades insatisfeitos, da identificação de recursos potencialmente aproveitáveis ou subaproveitáveis, ou quando se procuram aplicações (problemas) para novas descobertas (soluções);

- Estão em qualquer lugar;
- É um presente para a mente preparada;
- São simples na sua concepção: coisas complicadas raramente dão certo;
- As oportunidades exigem grandes esforços, não podem ser tratadas superficialmente;
- Devem se ajustar ao empreendedor (o que serve para uma pessoa não serve para outra);
- São atraentes, duráveis, tem hora certa, ancoram-se em um produto ou serviço que cria, ou adiciona valor para o seu comprador;
- São alvos móveis: se alguém as vê, ainda há tempo de aproveitá-las;
- Um empreendedor habilidoso dá forma a uma oportunidade onde outros nada vêem, ou vêem muito cedo ou tarde demais;
- São as fagulhas que detonam a explosão do empreendedorismo;
- Boas oportunidades de negócios são menos numerosas que as idéias;

Identificá-las representa um desafio: uma oportunidade pode estar camuflada em dados contraditórios, sinais inconsistentes, lacunas de informação e outros vácuos, atrasos e avanços, barulho e caos do mercado (quanto mais imperfeito o mercado, mais abundantes são as oportunidades).

“Um otimista vê uma oportunidade em cada calamidade. Um pessimista vê uma calamidade em cada oportunidade”. (Winston Churchill)

Recomenda-se uma auto-análise ao nos depararmos com uma “oportunidade”. Sendo pessimistas ou otimistas sempre estaremos diante de uma oportunidade. No entanto pode-se cair no erro de cair no oportunismo: vender guarda-chuva em dia de temporal, vela em dia de finados etc.

A boa oportunidade deve ser analisada sob alguns prismas: a compatibilidade com o empreendedor, sua carga de valores éticos e morais, preferências, visões de mundo e sonhos. É preciso confrontar as exigências sugeridas pela oportunidade e as forças e fraquezas individuais. Lista de erros a evitar:

- Paixão pelo produto (o rato morre porque se apaixona pelo queijo);
- Paranóia do negócio: não posso mostrar a idéia, porque será roubada;
- Perfeccionismo (a idéia não fica pronta, acabada);
- Muito tarde ou muito cedo (a temporalidade);
- Não reconhecer a concorrência;
- Preço baixo como estratégia de entrada: complexo de comprar caro e vender barato;
- Impaciência: 30 dias ou arrebenta;
- Desejo e necessidade de obter lucros rapidamente: queime tudo no lançamento.

Frases para pensar:

- Esta geringonça tem inconvenientes demais para ser levada a sério como meio de comunicação. Ela não tem nenhum valor para nós.

Memorando interno da Western Union, em 1876, a respeito do telefone.

- Quem se interessaria em ouvir os atores?

H.M. Warner, da Warner Brothers, no auge do cinema mudo em 1927.

