

A oportunidade de mercado

Nem todos estão equipados para perceberem e capturar uma oportunidade. A chave para a capacidade empreendedora é a capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócios (BIRLEY e MUZYKA, 2001). Quem busca pode encontrar as oportunidades de muitas maneiras e em vários lugares. Há pessoas que têm facilidade muito grande de identificar uma oportunidade de negócio. Outros encontram oportunidades em alguma leitura que fizeram em jornais, revistas, ou até mesmo em alguma conversa com amigos. As feiras, seminários e congressos também são boas fontes inspiradoras para identificação de uma nova oportunidade. Não podemos esquecer as viagens para outros lugares, principalmente para outros países, onde podem ser identificadas necessidades ou até mesmo novidades que podem ser importadas. Ainda pode vir de um resultado de uma investigação exhaustiva. O fato é que é preciso estar atento a tudo e exercitar a imaginação.

A experiência de cada indivíduo ou equipe pode torná-los capazes de identificar uma oportunidade. É comum empresas fecharem algum setor e seu funcionário abrir um negócio e prestar aquele serviço para a empresa.

As oportunidades constituem algo que existe no papel ou como idéia. Pode, portanto ser definida como um conceito comercial que se transformado em um produto ou serviço tangível oferecido por uma empresa, resultará em lucro financeiro ou no atendimento á sociedade.

As oportunidades têm a ver com a criação de valor, e não necessariamente com redução de custos. Deve agregar valor para que seja aceita no mercado consumidor. Se valer a pena as pessoas pagam por ela, se não agrega valor não pagam. Se o foco for apenas no preço, pode haver sérios problemas de comunicação e o produto não sair.

Outro ponto a ser considerado é que as oportunidades não são iguais para todos e nem todos estão equipados para capturar uma oportunidade. Um comentário relativo a uma situação, pode gerar a percepção de uma oportunidade para um e o outro nem sequer perceber. É o caso da foto copiadora, você conhece?

Se alguma coisa é uma oportunidade para mais alguém, talvez você deva evitá-la. É preciso avaliar se cabem os dois no mercado e se você é capaz ou não de implementá-la.

Mesmo tendo a percepção de uma oportunidade que não foi explorada, e você se depara com negócio dando lucro, você se questiona dizendo que teve a mesma idéia. Obviamente o lucro fica para quem explorou e não para quem apenas pensa e não age. O pensamento criativo é fantástico, mas se não leva à ação é um desperdício de energia. Boa parte das pessoas não explora oportunidades porque se sentem acomodadas e satisfeitas da situação em que estão. É o efeito "bicho-preguiça", ta ruim, mas ta bom, a gente vai levando.

Uma oportunidade não tem que ser complexa demais. Quanto menos pessoas envolver mais fácil será lidar com ela e implementá-la. Com as mais simples é muito mais fácil trabalhar. Adquirindo experiência com o tempo, então podemos voar mais alto.

Neste ponto cabe uma pergunta, as oportunidades surgem de onde? A resposta é abrangente. Há empreendedores que têm facilidades de identificar, explorar e transformar rapidamente idéias em oportunidades lucrativas. Até nos impressiona como são tão hábeis e como ganham dinheiro na exploração dessas oportunidades. Outros identificam oportunidades em leituras que fazem, em seminários que participaram, em viagens ao exterior, a partir de reclamações constantes de clientes, em conversa informal com amigos, experiências profissionais e de muitas outras formas. Vale lembrar aqui que o papel do empreendedor não é de pessoas de idéias e sim de pessoas que implementam oportunidades através de idéias que tiveram.

As oportunidades variam muito. Há oportunidades de risco maior, porém com potencial também maior e existem aquelas de risco menor, mas de retorno também menor. Cabe ao empreendedor definir sua linha de ação. Lembrando que uma característica do empreendedor é a ousadia. Mas você não precisa ser um Bill Gates logo no início, isso pode vir mais tarde. Aprenda na prática primeiro.

Qual é tamanho da oportunidade? Depende de alguns fatores:

1. Da magnitude do valor que você deseja criar.
2. Do porte da oportunidade que atrairá investidores.
3. Do valor que é necessário para se posicionar no mercado para ser competidor.

4. Do fator econômico, que tamanho precisa ter para usar com eficiência os ativos necessários.
5. Da magnitude dos negócios necessários para atrair os elementos-chave para que o negócio seja bem sucedido.

Outro fator que deve ser considerado é até quando se pode explorar a oportunidade? Na realidade nenhuma oportunidade dura para sempre. E mais ainda, ela não será de sua exclusividade de exploração. A tecnologia está à disposição de todos. Os concorrentes também querem ter sucesso e trabalham para isso. É possível que você desenvolva a demanda para seu concorrente ganhar com isso. Cuidado com o efeito "já ganhou" e com o chavão "quero levar vantagem em tudo". A realidade é outra.

Os empreendedores bem-sucedidos no longo prazo aprenderam algumas lições importantes sobre oportunidades;

- Uma oportunidade leva a outras.
- A oportunidade ajuda a construir capacidades que podem ser alavancadas.
- A oportunidade não deve ser avaliada ou explorada sozinho.