



FELIPE CHIBÁS ORTIZ

Livre-docente e professor doutor pela ECA-USP. É autor de livros publicados em diversos países, entre eles que destaca M@rketing pessoal.com, sua estratégia e marca dentro e fora da Internet (Atlas, 2015) e ex-diretor da *Perfectu* Gerenciamento Empresarial, empresa de consultoria que integra o grupo multinacional espanhol de Consultoria e Formação Empresarial *Global Estrategias*, presente em 15 países de quatro continentes.

PÍLULA AZUL OU VERMELHA PARA SUA EMPRESA/ STARTUP? A ESTRATÉGIA DO OCEANO AZUL

“Pílula azul ou pílula vermelha?” Pergunta o personagem de Morpheus a Neo no filme Matrix, questionando se deseja conhecer a verdade ou continuar acreditando em um mundo de ilusão.



A mesma pergunta pode ser feita aos gestores atuais, mas agregando novos ingredientes: Pílula azul ou pílula vermelha para sua organização ou startup? Deseja viver num mundo, ou mar vermelho, cheio de tubarões e competidores ou deseja descobrir outro mundo, um oceano azul ou mercado, com menos concorrentes, sem a ameaça dos tubarões?

A forma de enxergar o mercado conhecida como oceano azul é a que caracteriza muitas empresas de sucesso na atualidade, como AirBnb, Uber, Facebook, Google, entre outras.

Se sua resposta for que deseja viver num oceano azul, sugiro ler o livro *A Estratégia do Oceano Azul*: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante, autoria de W. Chan Kim e René Mauborgne, no qual se detalha essa metodologia.



Vivemos uma nova fase no desenvolvimento dos negócios: é a era dos negócios virtuais, que utilizam a inovação disruptiva e crescem trabalhando em redes de forma exponencial, graças ao modelo ou estratégia do Oceano Azul, o que significa gerar necessidades nos potenciais clientes através de novos produtos e serviços, que por sua vez abrem novos mercados. Isto se dá ao conectar pessoas e organizações antes desconectadas entre si, utilizando as novas tecnologias. É o que faz o Facebook, que consegue, dessa forma, ser a maior empresa criadora de conteúdos do planeta sem gerar conteúdos próprios, a não ser aquele produzido por seus usuários. Dessa

maneira, ao menos inicialmente, não tem concorrentes, mas para isto é necessário ter desde o início uma visão criativa, o olhar de Oceano azul.

QUADRO - Comparativo das estratégias Oceano Azul e Oceano Vermelho

Estratégia do Oceano Vermelho	Estratégia do Oceano Azul
Competir nos espaços de mercado existentes	Criar espaços de mercado inexplorados
Vencer os concorrentes	Tornar a concorrência irrelevante
Aproveitar a demanda existente	Criar e capturar a nova demanda
Exercer o trade-off valor-custo	Romper o trade-off valor-custo
Alinhar todo o sistema de atividades da empresa com sua escolha estratégica de diferenciação ou baixo custo	Alinhar todo o sistema de atividades da empresa em busca de diferenciação e baixo custo

Fonte: Livro *A Estratégia do Oceano Azul* do W. Chan Kim e René Mauborgne

A seguir os quatro passos básicos desta estratégia:

1 - O despertar visual

Para realizar o despertar visual, é preciso analisar suas competências e suas qualidades positivas e negativas.

2 - A exploração visual

Uma vez consciente de suas qualidades e limitações, a empresa precisa conhecer agora o mercado, os concorrentes e os clientes. É necessário imaginar as tendências futuras e perceber - antes dos concorrentes - o que é valor hoje e o que será valor para o mercado no futuro. Para tanto, é preciso pesquisar, conhecer, conversar com clientes, ir ao mercado, descobrir tudo que puder sobre os clientes e sobre os concorrentes.

3 – Visualização da estratégia

Nesta etapa é preciso montar seu plano tático estratégico, uma vez que a empresa já fez uma análise de suas próprias competências e já conheceu melhor o mercado para definir qual será o melhor plano estratégico a executar.

4 – Fazendo a comunicação ao mercado

Montada a estratégia, deve-se comunicar seu plano ao mercado.



É também o Oceano Azul uma metodologia de mudança organizacional planejada e método de criatividade. Sugiro a todos conhecerem um pouco mais sobre essa maravilhosa ferramenta para modificar inovadoramente seu olhar e sua empresa.

Nota: Texto extraído do livro *CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO Y EMPREENDEDORISMO*, em organizações educativo-culturais na Era Digital. Ed: Pueblo y Educación, 2017.