

A Perda do Foco do Negócio

Silenciosa, gradativa e, por vezes, dificilmente recuperável.

**Roberto A. Trinconi*

Os maiores e mais consistentes exemplos de sucesso são caracterizados pela determinação profissional, pela perseverança inteligente e pelo senso de oportunidade e foco, o que não se trata de privilégio apenas das grandes corporações. Muito pelo contrário.

É triste, mas a frequência com que vemos grandes empreendimentos se dobrarem a resultados em queda cresce todos os dias em proporções cada vez mais alarmantes. Em tempo: o termo “grandes empreendimentos” não qualifica o tamanho do negócio ou da empresa, mas sim o seu potencial.

Entre os vários fatores que determinam ou aceleram o fracasso dos empreendimentos, na grande maioria dos casos, podemos destacar e enfatizar a perda de foco.

Muitos acabam confundindo “falta de foco” com “perda de foco”. Obviamente, a ausência de foco abrevia e mata um negócio já no seu início. No segundo caso, só se perde algo que se possuía e, ao perdê-lo, compromete-se o desempenho e o eventual êxito histórico alcançado pela empresa.

Essa perda de foco, por sua vez, é o efeito-chave que tem levado a maior parte das empresas a incríveis situações de resultados decadentes, ao desespero e, mesmo, à falência absoluta.

Esse sintoma pode se manifestar como resultado de diversas causas mas, na grande maioria dos casos, a perda de foco decorre da desatenção dos empreendedores, que se lançam a diversas iniciativas simultâneas, sem qualquer planejamento.

Os grandes empreendedores destacam-se pelos vários saltos inovadores e diferenciais com que impulsionam seus negócios. No entanto, isso não significa que os erros e os insucessos estejam longe de seus currículos.

A diferença é saber distinguir onde, quando e com que intensidade dedicar o grau de atenção e o volume de investimentos em uma nova iniciativa potencial de sucesso, em detrimento de outra que o possa levar ao fracasso, por vezes irreversível.

A manutenção do foco de negócio em si já exige imensa e contínua dedicação, planejamento e correção de rotas, antecipando demandas e necessidades de melhorias ou inovações, exigindo altos investimentos e muito trabalho.

Portanto, uma nova iniciativa há que ser conceitualmente avaliada, validada e devidamente planejada, de forma a não drenar recursos e esforços imprescindíveis à operação do negócio principal da empresa.

As tentativas e as insistências desmedidas na busca do êxito de uma nova iniciativa, quando desgarrada do ponto de vista do objeto principal do negócio, normalmente precipitam toda a organização a uma queda acentuada.

Lenta, em seu início, propiciando o enganoso conforto de conceder mais tempo às tentativas, essa queda alcança uma velocidade alucinante e irreversível em curtíssimo prazo.

A sede de diversificação ou as iniciativas descontroladas de criar e gerar continuamente novas oportunidades podem gerar distorções iniciais do foco do empreendimento, quando não, a sua perda total.

Nesses momentos é que o empreendedor, normalmente o principal homem do negócio, pode conduzir um grande e potencial sucesso a uma queda vertiginosa e generalizada.

O planejamento adequado que leva ao sucesso é aquele que define os objetivos, as rotas e as ações a serem perseguidas no objeto principal do negócio, prevendo alternativas e possibilidades adicionais, inclusive ações corretivas, sem que se espere utilizá-las efetivamente em qualquer tempo.

O êxito poderá ser alcançado se todas as possibilidades e necessidades do objeto-chave do negócio constarem do planejamento da empresa, assim como suas alternativas e ações corretivas.

Alcançar o sucesso sem planejar é contar apenas com a sorte e a intuição. Eis um grande equívoco de grande parte dos empreendedores menos preparados.

São raros e difíceis os caminhos que levam ao sucesso. São muitas as alternativas e as armadilhas que levam aos desvios e aos descaminhos.

Saber distinguir uns dos outros exige que a miopia empreendedora possa ser prevenida de forma a proteger o objeto de sucesso do negócio, sem que com isso se anule a capacidade e o desejo de criar e inovar.

O Planejamento Estratégico é um instrumento a ser utilizado dinamicamente e não estaticamente. É uma rota que, interativa e inteligentemente projetada, fortalece e dá fundamento de negócios às iniciativas viáveis, enquanto que antecipa alternativas e possibilidades às falhas de percurso. A capacidade empreendedora é um talento, uma habilidade nata, enquanto o fundamento da gestão é uma disciplina a ser estudada, desenvolvida e praticada.

**Roberto A. Trinconi*
CEO
EdgerSense Consulting
The Business Management Intelligence Company
roberto.trinconi@edgersense.com.br
www.edgersense.com.br