

## **Buscar e gerenciar informações relevantes**

Buscar informações relevantes é fundamental para a conquista do que queremos. Essa atitude dá base e consistência para os aspectos vistos nos artigos anteriores, principalmente no que se refere a: estabelecer objetivos, planejar, buscar oportunidades e ousar com responsabilidade.

Segundo pesquisas, um dos aspectos mais relevantes para o sucesso de empreendimentos é a busca de informações relevantes à área em questão. A explicação é simples: muitas idéias e projetos simplesmente fracassaram pela falta de uma pesquisa para descobrir se o mercado estaria disposto a pagar por ela. Uma idéia criativa nem sempre é sinônimo de sucesso, pois se ela não tiver valor para o mercado de nada adianta, pois não renderá frutos. Nada é mais poderoso do que a força positiva ou negativa do mercado.

O que se deve fazer é trabalhar a idéia e ver se ela está na direção das tendências de mercado. Para isso é fundamental buscar informações relevantes no setor em que se quer atuar. Este exemplo vale tanto para futuros empresários, empresários que querem expandir seus negócios ou profissionais de qualquer área.

Na área empresarial é fundamental que se busque informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes. A curiosidade à respeito do que nos rodeia é fundamental. Na verdade, é necessário voltar a ter a curiosidade de uma criança e perguntar: “Como é que se fabrica?”, “De quem se compra essa matéria-prima?”, “Quem é o mercado consumidor?”, “Onde posso conseguir isso?”, “Quantos concorrentes há?” Etc.

Certa vez acompanhei o caso de um empresário que fechou contrato com um fornecedor, mas não buscou informações mais aprofundadas dele. Resultado: acabou não recebendo o que comprou no prazo e qualidade combinados. Uma pesquisa um pouco mais cuidadosa revelaria os pontos fracos desse fornecedor antes do fechamento do contrato que eram: falta de organização, logística deficiente e inexistência de alguns equipamentos essenciais de fabricação.

Existe informação abundante e meios ilimitados de consegui-la: internet, intranet, revistas especializadas, jornais, vídeos, televisão, rádio, viagens, etc. É tanta informação que é necessário filtrá-las para não ser soterrado por elas. Outro perigo é pesquisar, pesquisar, pesquisar e não saber a hora de parar, ficando tudo na teoria.

Outra opção é simplesmente colocar em prática o velho provérbio que diz: “Quem tem boca vai à Roma”. Mas ocorre que tem muita gente que não pergunta com medo de se mostrar ignorante. Ora, todos nós somos ignorantes em alguma área - na verdade, em muitas áreas. A frase do filósofo Sócrates vai muito bem: “Quanto mais sei, mais sei que nada sei”. Dizer: “Não entendi. Pode explicar de novo?”, é fundamental. A pessoa inteligente é consciente de sua ignorância e, muitas vezes, vai pessoalmente atrás das informações vitais para sua empreitada. A vantagem de buscar pessoalmente essas informações é que você pode encontrar outras informações que “não estavam no script” e que fazem a diferença na hora da ação. Alguém pode lhe contar como se

faz tal peça, mas verificar *in loco*, numa fábrica, é muito melhor. Buscar informações é, acima de tudo, um exercício de humildade, o qual deve ser constante. Neste contexto, ao consultar *experts* no assunto ignorado, queimamos etapas, ganhamos tempo e erramos menos. Para que “inventar a roda”, não é mesmo? O método de tentativa e erro é demorado e muito mais caro. O importante é perguntar, “fuçar”, ir atrás, ser curioso. Alguém já disse: “Não existem perguntas tolas. Só os tolos não perguntam”.

Pense, Sinta e Aja. Sucesso nos seus desafios.

**Prof. Heinz** tem 22 anos de experiência como profissional de RH, empresário, consultor e instrutor. É palestrante nas áreas de motivação, vendas e liderança, diretor da Alfa Educação Corporativa Ltda. e autor do livro e DVD *Atitudes de Resultado*.

**Visite o site:** [www.heinz.adm.br](http://www.heinz.adm.br) - **E-mail:** [contato@heinz.adm.br](mailto:contato@heinz.adm.br)