

## **A crise vai virar piada**

Dagoberto Hajjar\*

Há 2 meses eu disse que a crise ia ser séria. Disseram que eu estava louco. Já estou acostumado com isto. Em 2002 eu disse que o mercado de TI passaria por uma consolidação com a fusão de algumas empresas. E também naquela época disseram que eu estava louco...

Agora vou arriscar mais uma previsão para o mercado brasileiro de TI: “A crise vai virar uma piada”. E eu acho que esta é a melhor coisa que pode acontecer para o Brasil.

Acabamos de fazer uma pesquisa onde entrevistamos cerca de 1.500 executivos de empresas que vendem produtos e serviços de TI. Cerca de 30% está totalmente apático, sabem que a crise irá afetá-los, mas não estão fazendo coisa alguma para se precaver. De outro lado temos mais 30% que estão histéricos, agitados como “baratas tontas” tentando se proteger ou ganhar algum dinheiro com esta crise. Os histéricos agitam, agitam, agitam, mas não saem do lugar.

Apatia e histeria fazem parte da primeira etapa de um processo de mudança. A segunda etapa, aqui no Brasil, é transformar tudo em piada. Daqui a pouco teremos “toneladas” de piadas sobre a crise. É extremamente positivo, isto desmistifica o “monstro”.

Aí vamos para a terceira e mais importante etapa: enfrentar o monstro que já está desmitificado. Vamos transformar a crise em oportunidade!!!

Lanço aqui uma campanha: entre no web-site da ADVANCE e registre “como você pretende transformar a crise em oportunidade e fazer sua empresa crescer”. As 3 melhores respostas ganharão consultoria da ADVANCE para fazer o planejamento estratégico da empresa. Ah, adicionalmente as 3 melhores piadas sobre a crise ganharão um curso de Empreendedorismo.

Não estou louco não. Estou ajudando as empresas de TI a enfrentarem a crise com o bom humor típico do Brasil. Corre, não perca tempo. A pior coisa que pode acontecer em uma crise é você ficar “parado” ou correndo como uma “barata tonta”.

Eu trabalhei por vários anos em empresas multinacionais. Nós adorávamos crise. Era sempre a desculpa para o não cumprimento das metas. O pessoal de vendas entende isto muito bem, eles também vivem usando um milhão de desculpas para o fato de não terem atingido as metas – eles vão adorar esta crise. Em fevereiro de 1999 tivemos a desvalorização do dólar – prato cheio para renegociar as metas do ano. Só que o “tiro saiu pela culatra”. A matriz nos USA nos disse apenas “desvalorização....que pena....isto quer dizer que vocês terão que trabalhar duas vezes mais para fazer os números ou então terem soluções criativas para o problema”. Tivemos várias idéias criativas e conseguimos não somente superar a crise e atingir os números, mas estruturar uma operação que deu excelentes resultados para os anos seguintes.

Crise “is beautiful”. É na crise que a gente consegue que nossos colaboradores se integrem em torno de um ideal único e legítimo: o sucesso.

Minha recomendação: Transforme a crise em piada e depois transforme-a em oportunidade de negócios. Ah, claro, participe da campanha no meu web-site vai ser “um barato”.

(\* ) Dagoberto Hajjar ([dagoberto.hajjar@growbiz.com.br](mailto:dagoberto.hajjar@growbiz.com.br)) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.