

Os Negócios e o Futebol

José Mourinho pode ser considerado um exemplo de empreendedor e, como tal, alvo de estudo: o que é que ele faz que possibilita produzir os resultados que as suas equipas alcançam? E como é que isso está relacionado com o mundo dos negócios?

Os paralelismos entre o desporto e o mundo empresarial são bastantes e evidentes:

- Ambos são movidos por resultados;
- Ambos estão muito dependentes das pessoas e da qualidade das equipas;
- Ambos dependem da qualidade da liderança (no futebol na figura do treinador, nos negócios, o empresário);
- Ambos pressupõem organização e uma clara definição de tarefas e de responsabilidades;
- Ambos despertam paixões, ódios e podem mudar a vida dos envolvidos para melhor ou pior.

Portanto, tem todo o sentido olhar para um exemplo no mundo do futebol como um exemplo transmissível aos negócios...

Voltando ao exemplo de José Mourinho, Miguel Sousa Tavares apresenta como principais chaves para o sucesso:

- **Não complicar o que é fácil** (no futebol o objectivo é simples: marcar mais golos que o adversário e sofrer menos que ele. Nos negócios também: vender mais e melhor que os concorrentes, com satisfação de clientes e trabalhadores. Para chegar até esse objectivo simples, José Mourinho estuda cada jogo e cada equipa com profundo detalhe, para definir a melhor estratégia de actuação e os melhores jogadores para colocar essa estratégia em acção. Nos negócios, também parte do sucesso depende do conhecimento que o empresário tem do mercado, dos concorrentes e dos clientes. A partir desse conhecimento, selecciona-se a melhor estratégia e implementa-se);
- **Perceber que um bom treinador de futebol tem de ser inteligente e culto**, (José Mourinho começou a sua carreira desportiva como tradutor de um treinador inglês. Para

além das línguas, domina bem os meios de comunicação social e sabe falar. Um bom empresário, para além de conhecer o seu negócio, tem de estar atento ao que acontece no mundo, à evolução dos gostos dos clientes, às tecnologias que lhe podem poupar tempo. Tem de saber transmitir as suas ideias com clareza, saber estar em diferentes situações e adaptar-se a vários interlocutores. Alguém que só sabe falar sobre restaurantes ou produtos de beleza para o cabelo tem uma visão incompleta da vida e do mundo e, como tal, limitada e perigosa. Leia jornais, acompanhe as notícias, fale com outras pessoas sobre assuntos não relacionados com a sua empresa e evitará passar por situações embaraçosas, perder informação crítica para o seu negócio e limitar a sua vida à empresa);

- **Ser um grande condutor de Homens** (José Mourinho sabe que a autoridade não é um estatuto que se exhibe, mas apenas uma necessidade que se exerce quando é indispensável. Dosear a autoridade com a permissividade é um equilíbrio delicado que todos os treinadores / empresários têm de descobrir. Conduzir Homens implica autoconfiança, um caminho claramente definido, comunicação frequente e aberta e justiça no tratamento de todas as pessoas);
- **Ter uma estratégia clara e vencedora** (pior que seguir o caminho errado é não ter caminho nenhum para seguir... uma equipa / empresa sem estratégia, sem visão e sem rumo é uma entidade “perdida”, que facilmente se desfragmenta, por não ter nada que una as pessoas. Quando Mourinho disse: “Para o ano vamos ser campeões”, estava a definir um rumo, uma visão de como a equipa estaria daí a um ano. Quando o empresário tem uma estratégia, ele cria o seu próprio caminho. Quando não tem uma visão definida, acaba por percorrer o caminho que outros trilharam e “navegar” ao sabor de marés por outros criadas);
- **Ter o vício de vencer** (Para José Mourinho, ficar em segundo é apenas o primeiro dos últimos! Ele nunca entra em campo para empatar ou sem se importar se ganha ou perde. Querer sempre mais, definir objectivos progressivamente mais exigentes, pedir mais de si e dos que o rodeiam, é a marca da excelência, quer estejamos a falar de futebol, negócios ou de relações pessoais! Tal como Mourinho não ficou satisfeito apenas por vencer a taça UEFA, o empresário não deve ficar satisfeito apenas por ter o negócio mais rentável da região. Ter horizontes mais e mais alargados é a marca do verdadeiro empreendedor!).