

## OCEANO VERMELHO x OCEANO AZUL

A Estratégia do Oceano Azul é um best-seller escrito por W. Chan Kim e Renée Mauborgne. O livro divide em duas as formas de mercados: os oceanos vermelhos e os oceanos azuis. Os **oceanos vermelhos** são os mais conhecidos entre todos, tendo na competição sangrenta entre os concorrentes a maior de suas batalhas diárias. Já os **oceanos azuis** abrangem setores desconhecidos, mercados inexplorados, com a criação de demanda e crescimento lucrativo. Em um oceano vermelho nós temos empresas que vendem produtos similares ou prestam o mesmo serviço. A qualquer mudança, os concorrentes estão de olho e têm condições de fazer exatamente igual. A ideia dos autores é mostrar organizações que fizeram diferente, construíram um novo mercado para diferentes públicos, como assim descreve o subtítulo da obra: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante.

Essa metáfora de oceano vermelho e oceano azul serve para identificar mercados sem guerra de concorrentes. Entretanto, oceanos azuis não são novidade do século XXI. Há mais de 100 anos, a Ford foi um exemplo disso, e a história nos mostra que o mercado vive se reinventando e tendo, vez e outra, grandes mares azuis, nos quais a concorrência não incomoda, pois isso acaba sendo irrelevante diante da criatividade e do destaque comercial. Dizem os autores: “A história nos ensina que subestimamos tremendamente nossa capacidade de criar novos setores e de recriar os existentes”.

**#ficaadica:**

Explore mais sobre este assunto e conheça outros exemplos.

<http://abre.ai/oceanoazul>

## Um oceano azul no meio do circo

Na segunda metade do século XX, os circos passaram por profundos declínios, tornando-se uma arte desvalorizada e um negócio falido. Com uma temática totalmente diferente dos outros circos, essa trupe garantiu seu espaço de sucesso em um mercado decadente, conquistando um novo nicho de mercado: os adultos e os dispostos a pagar por uma arte inovadora e elegante. O *Cirque du Soleil* foi bem-sucedido por não ter competidores, foi criativo a ponto de reinventar a arte circense, misturando a lona do circo com a intelectualidade do teatro, a sofisticação e a surpresa de algo diferente de tudo.

### *Cirque du Soleil*

No início dos anos 80, uma trupe de artistas fundada por Gilles Ste-Croix levou seu talento para as ruas de Baie-Saint-Paul, uma encantadora vila às margens do rio St. Laurent, perto da cidade de Quebec. Conhecido pelo público como Les Échassiers de Baie-Saint-Paul, esse grupo formaria o núcleo do que se tornaria o *Cirque du Soleil*.



Foto: Cirque du Soleil



Foto: Cirque du Soleil

## Um oceano azul no meio do circo

Em 1984, em comemoração ao 450º aniversário da descoberta do Canadá, o show percorreu toda a província. O espetáculo itinerante marcou a história do circo: não tinham animais, era original, promovia a reflexão, suas fantasias deslumbrantes. Laliberté apelidou esse novo grupo móvel de *Cirque du Soleil* porque, em suas próprias palavras, "o sol simboliza juventude, energia e força".

Em 1987 seguiu para turnê internacional nos EUA e, 1990, chegou à Europa. Em 1993, o show *Mystere* se tornou permanente, apresentado em um teatro exclusivo em Las Vegas e que ainda tem público assíduo, passando por algumas gerações. O *Cirque du Soleil* percorre também a Ásia e a América do Sul com fãs que se encantam e lotam os novos shows.

A empresa expandiu seus negócios: artistas e empregados de mais de 40 países e, em 2004, a *Interbrand Consultoria* classificou o nome *Cirque du Soleil* como o 22º nome de maior impacto global.

#ficaadica:

Quer conhecer mais sobre esse circo?  
<https://www.cirquedusoleil.com/>