

Tamanho não é documento

Freqüentemente sou procurada para "ajudar" pequenos empresários a encontrar seu caminho.

A primeira coisa que me dizem com um certo constrangimento, é que são pequenos.

Parece que isso justifica eventuais erros que cometem ou mais do que isso justifica todo e qualquer resultado que tenham.

Quase como que pedindo desculpas, começam a explicar como fazem suas compras, como controlam as contas, como se comunicam com os clientes, como fazem promoções enfim como administram a empresa.

Cuja empresa eles muitas vezes sequer consideram que tem, pois para muitos, ser empresário é sinônimo de ser grande.

Grande para alguns quer dizer: que emprega muita gente, que fatura um monte de dinheiro, que faz publicidade enfim que faz coisas que alguns imaginam ser diferentes daquela rotina que eles tão bem conhecem.

Ouvindo atentamente descubro coisas fantásticas.

Sem atribuir a mesma nomenclatura usada nas escolas de administração e marketing eles vão falando de: pesquisa de mercado, fidelização de cliente, sazonalidade, promoção, localização, treinamento de equipe dentre outras coisas.

Sem se dar conta que as teorias de administração foram escritas a partir da observação e da experiência prática da condução dos negócios que hoje chamamos de empresas.

Se voltarmos no tempo e pensarmos nas "vendas" e nos "armarinhos" de antigamente, vamos encontrar a prática que serviu de base para a construção do que temos hoje em alguns compêndios de administração.

A partir daí pode-se dizer que é preciso que o micro e pequeno empresário se conscientize do inestimável papel que eles têm na construção das nossas riquezas.

Entende-se por conscientização o direito e o dever de fazer, planejamento estratégico, estabelecimento de metas de crescimento, programas de fidelização de clientes dentre outras coisas.

O direito e o dever de atualizar-se buscando treinamento não só na área específica do seu negócio, como também nas áreas afins.

Não importa o tamanho da empresa o seu faturamento ou o número de pessoas que emprega. Qualquer que seja essa grandeza ela é merecedora de ser tratada com todos os recursos disponíveis.

Provavelmente você é o atacante e o goleiro do seu time, mas na hora do jogo faz uma jogada por vez.

Assim deve ser a atitude do pequeno empresário, ele faz de tudo, no entanto faz uma coisa de cada vez. Principalmente precisa fazer bem feita para que não tenha que repeti-la.

Quando estiver fazendo compras tem que pensar como um comprador profissional, quando estiver contratando alguém tem que agir como uma empresa de seleção. No momento de negociar preços e prazos tem que ser o melhor gestor financeiro que já se viu, na hora de escolher um novo ponto, não pode perder de vista o planejamento de médio e longo prazo e assim sucessivamente.