

# Competitividade Nas Pequenas Empresas

---

Quem São os Verdadeiros Concorrentes de Uma Padaria? E de Um Pequeno Supermercado? Como Competir no Mundo Globalizado?

Ao retornar de uma viagem ao interior do estado num dos postos de serviços à beira da estrada acabei me deparando com uma cena inusitada. Dois vendedores de frutas trocaram sopapos na minha frente porque ambos disputavam a preferência do consumidor. Ou seja, eu.

Isso me fez recordar de um fato presenciado por mim há algumas décadas, quando eu ainda era vendedor de uma multinacional de produtos alimentícios. Naquela ocasião eu visitava um pequeno supermercado de um bairro distante quando – de repente – entrou um sujeito no estabelecimento e, sem mais nem menos, esmurrou o comerciante que eu estava atendendo.

Acalmados os ânimos consegui apurar que ambos eram concorrentes próximos. Ou seja, tanto o agressor quanto o agredido tinham pequenos comércios numa mesma calçada. Será que era isso que eles denominavam de “competitividade”? Tentar aniquilar um colega de negócios só porque ele estava próximo? Talvez eles não soubessem – naquela época – que um dos segredos de qualquer negócio é exatamente o contrário: **ser o melhor, sem precisar bater nos outros.**

No mundo moderno, onde a competitividade é abundante é necessário que os pequenos empresários saibam identificar quem é o seu verdadeiro concorrente. Eles devem refletir sobre outros campos onde existe muita competição. Por exemplo: \_ quais são os concorrentes de um piloto de Fórmula Um? Os outros pilotos ou o cronômetro?

Se você vende livros, o seu concorrente é a livraria da esquina ou a Internet? E se você vende tênis de grife, o seu competidor é o camelô adiante ou as lojas do shopping de Miami e Orlando? Mas, se você vende um produto que não é muito bom, então, nesse caso, você realmente não tem concorrentes, você tem inimigos. Ou seja, seus próprios clientes.

Quem poderia derrotar a melhor seleção de futebol do mundo, a não ser ela mesma? A melhor adversária de uma organização talvez seja ela mesma. Na verdade os concorrentes mais ajudam do que atrapalham, pois são eles que forçam as empresas a inovarem e a crescerem.

Conheço pessoas – e você também – que ao retornarem de suas viagens ao exterior trazem em suas bagagens biscoitos, lápis, tempero, etc, em quantidade suficiente para dois anos de consumo. Sabe com que estão concorrendo? Com as padarias, bazares e as quitandas do próprio bairro onde essas pessoas moram.

Numa economia globalizada os concorrentes são do mundo inteiro, pois no mundo empresarial baseado na inovação os concorrentes são inusitados. Ou seja, as telecomunicações concorrem com as passagens aéreas; a televisão concorre com o varejo; os computadores concorrem com os despachantes – por exemplo.

E numa economia moderna onde o cliente é o rei, os concorrentes são os próprios clientes apaixonados ou rancorosos, pois assim podem construir ou destruir a imagem de uma empresa e seus produtos. Sendo assim, nos dias atuais, onde a competitividade entre as organizações – pequenas, médias e grandes – é avassaladora, mais do que nunca é preciso associativismo e cooperativismo.

Hoje vivenciamos o momento da Gestão Compartilhada daqueles que antes eram inimigos nos negócios e o melhor exemplo disso são as redes de compras formadas por pequenos supermercados, farmácias e padarias. Diante disso, é necessário que os empresários entendam que é preciso unir-se a fim de poder competir com o mundo todo – esse, realmente o maior concorrente de qualquer negócio.