

El botiguer empresari

■ JOAQUIM DEULOFEU AYMAR

L'economista Ramon Tamames defineix l'empresari com el "titular d'una unitat de producció (el negoci), que assumeix el risc principal de la mateixa". Com veieu, també ho podríem utilitzar per definir al "botiguer". Ara bé, en la definició afegeix una aportació d'un molt reconegut economista anomenat J. Shumpeter, que ens diu "ser innovador, per arribar a aconseguir el més alt nivell de modernització a efectes d'aconseguir la màxima competitivitat". Bé, això mereix un punt i a part.

Som tots conscients de l'actual moment que viu el comerç, una hipercompetència, amb una forta acceleració dels canvis en els hàbits de consum, amb un consumidor que exigeix cada cop més, bona qualitat del producte, un gran assortiment, bon servei, garantia, i tot això al menor preu possible. Davant d'aquest escenari no podem queixar-nos permanentment de la proliferació de nous formats, de la implantació de grans superfícies, la queixa no pot durar eternament, la limitació en base a llei, ja sabem que té data de caducitat.

Segur que estarem d'acord que hem de prioritzar l'actuació en una millora constant de la gestió i en la innovació, però per això hem de ser capaços d'assumir riscos i anticipar-nos sense donar treva al desànim.

Fixem-nos en els valors que defineixen a un emprenedor:

- La curiositat, és a dir, cercar sempre oportunitats.
- Disposició en assumir riscos, saber-los gestionar o aprendre'n.
- Tolerància al fracàs.
- Capacitat d'aprendre del fracàs.
- Control intern, pensant que les coses depenen d'un mateix.

Són valors, que si ens parem un moment a reflexionar sobre ells, ens adonarem de la fortalesa que ens aporten. Segur que aleshores serem curiosos en l'anàlisi econòmic-financer del nostre negoci, aprofitant la important informació comptable, en estar sempre alerta de les noves tendències que ens reforçarà la innovació, en aplicar els darrers avenços de la tecnologia, que ens ajudarà a ser més eficients en els nostres processos, en tenir una bona base de dades dels nostres clients, aspecte clau per saber quines necessitats hem de cobrir amb el nostre servei, en mantenir al client entusiasta, en l'aplicació del millor *merchandising* fent que el nostre producte es vengui millor, en compartir coneixements amb altres emprenedors del nostre sector i experts professionals que ens aporten les nostres associacions, sovint oblidades, i tantes altres coses. A tot això solem dir que no hi ha temps, però el problema que sovint tenim és que no sabem renunciar en el moment que cal, a fer certes tasques a la botiga, per sortir i obrir-nos, captar i aplicar aquelles oportunitats que l'entorn ens brinda. Ens cal també una col·laboració, no podem anar sols, l'empresa ha de créixer. Sense certa dimensió, no podem avançar i aquesta dimensió pot passar per assumir un major risc i emprendre una nova inversió, i també per agrupar-nos i/o associar-nos inclusivament sense perdre la pròpia independència. Totes aquestes estratègies les hem d'anar valorant, però el que sí es pot fer amb una certa celeritat és innovar.

I com innovar?. Estarem d'acord que principalment serà aprofitant les oportunitats que ens brinden, un entorn cada cop més dinàmic, variable i imprevisible; les nostres associacions, creixents en la seva professionalització i vocació de servei; les administracions, cabdals per la convivència de la nostra societat; les escoles de negocis, experts, i universitats, imprescindibles en l'actual societat del coneixement. Si ho sabem portar a terme ens podem convertir en autèntics botiguers empresaris.

Desembre 2005

Joaquim Deulofeu Aymar

Soci-Director de Qualitat, Serveis Empresarials, S.L.