

Economia local

imparcial.com.br/texto/economia-local,21863

Segundo **Marcelo Neri, da FGV (Fundação Getúlio Vargas)**, em entrevista ao jornal O Globo, “de 1981 a 2014 foram nove crises econômicas enfrentadas pelo país, a recuperação veio em três meses a dois anos depois”. No entanto, a de 2014 perdura até hoje! E, a expectativa da economia retomar o mesmo patamar de antes é apenas para 2020. O quadro geral ainda é de recuperação e muitos consideram ainda negativo, o quadro negativo. Apesar destes números, o setor de franquias e pequenos empreendimentos continuam crescendo e com otimismo de sempre!

Parte desta polarização se explica devido as pesquisas serem feitas de forma ampla. A grosso modo, se um setor da economia colabora em 100 e outro em -110, o resultado não é nem para quem está bem e nem para quem está ruim, a média ficaria em -5. Ou seja, no geral está indo mal, mas não é para todos. Isto não é uma crítica às pesquisas, pelo contrário elas devem sempre ser consideradas. A questão é que o empresário deve tomar cuidado, nem sempre estes números refletem a realidade dos negócios.

Quando o áudio do presidente Michel Temer (MDB) e Joesley Batista vazou em 2016, as prioridades do governo mudaram radicalmente, ao invés das reformas, colocaram muito esforço para se manter no poder. Esta ineficiência política e as incertezas que cercam a próxima eleição presidencial tornam a recuperação ainda mais lenta.

Estes fatos são importantes porque afetam diretamente os hábitos de consumo do consumidor e podem mexer com a confiança deles ao ponto de aumentarem ou diminuïrem as compras. No entanto, mesmo com fatos negativos, a realidade local pode ser mais edificantes do que os dados gerais. Ao entender onde está o cliente e como ele compra, se descobrirá que os consumidores continuam lá, podem até ser menos, mas continuam consumindo. E, neste caso as empresas que melhor se posicionam e prestam serviços de qualidade ganham.

As pequenas empresas precisam de uma fatia muito pequena deste bolo para prosperarem e, para isso, precisam aprender a canalizar consumidores no seu negócio. De certa forma, isto explica o porquê do setor de franquias neste ano ter expectativa de crescimento em 9%, o mesmo tem acontecido com muitas outras pequenas e médias empresas que investem de forma adequada no planejamento, controles e marketing. Portanto, os fatores que afetam a economia como um todo, nem sempre afetarão a economia local.