



GEOMARKETING E O MELHOR LUGAR PRO SEU NEGÓCIO.

O desafio de entrar no mundo dos negócios apresenta muitos fatores relevantes para o tão desejado sucesso. É a burocracia das leis, a necessidade de conhecimento dos processos envolvidos, fornecedores, concorrentes e mercado consumidor, entre outros. E nada pode ser deixado de lado.

Nas ocasiões em que conversei com minha mãe sobre negócios, ela sempre me dizia uma daquelas crenças populares, também conhecidas como a "sabedoria dos antigos", de que um negócio para dar certo e ter sucesso, tinha que ter a sua porta voltada para o nascer do sol ou ao menos receber os primeiros raios solares.

Não menos comum, nesta hora de mais dúvidas do que certezas, a simpatia para fazer o negócio dar certo também aparece, como a do trevo de quatro folhas guardado num papel com seu pedido de sucesso e escondido num local secreto dentro do seu novo negócio. Todas as manhãs, depois de o sol bater na sua porta, é melhor esfregar o papel e pedir com fé muitos clientes e ótimas vendas.

Muitos também acreditam que para se alcançar o sucesso é imprescindível certa dose de fé. Nesse sentido, o filósofo e escritor britânico Joseph Murphy, entre tantas contribuições deixou a oração de prosperidade nos negócios:

"Sei e acredito que meu negócio é também um negócio de Deus, de quem sou sócio em todos os meus empreendimentos, pois Sua luz, amor, sinceridade e inspiração enchem totalmente minha mente e meu coração. Soluciono todos os meus problemas depositando integralmente confiança no poder divino existente em meu íntimo e sei que essa Presença me apoia sob todos os aspectos. Sinto-me agora em segurança e em paz. Estou hoje possuído de completa tranquilidade, pois há sempre uma solução divina para todos os meus problemas. Compreendo perfeitamente todas as pessoas e sou por elas também compreendido. Sei que todas as minhas relações comerciais estão de acordo com a lei divina da harmonia, como também que Deus se acha presente em todos os meus clientes e fregueses. Trabalho em harmonia com todas as pessoas para que a felicidade, a prosperidade e a paz reinem supremas".

Mas a evolução humana baseada na ciência, fez dos negócios um vasto campo de pesquisa e o marketing sua ferramenta mais conhecida e poderosa. Ela estabeleceu os pilares do saber na economia, na administração e no campo dos negócios. A intuição dos antigos comerciantes foi então sendo complementada e por que não dizer, ampliada pelo conhecimento desenvolvido por estudiosos do comportamento humano, da economia moderna e de fatores relevantes para o consumo.

O mundo ainda passaria a experimentar a evolução tecnológica, impactando fortemente nas áreas das comunicações e informação, bem como um processo de globalização, que traria uma nova forma de fazer negócios além de fronteiras físicas. A tecnologia também permitiu administrar volumes de informação significativos, que auxiliaram cada vez mais as tomadas de decisões comerciais.

Num mundo global, ter domínio da superfície terrestre ficou essencial e essa condição passou a desempenhar um papel importante com o uso do geoprocessamento, com dados qualificados e mapas digitais, além de uma gestão da geoinformação voltada e aplicada para a economia.

Nesse contexto, a geolocalização de um novo negócio deixou de representar apenas um endereço, mas sim um ponto na grande rede de comércio mundial, trazendo consigo um conjunto de informações importantes para o sucesso dos empreendimentos.

E é esta conexão, que une o conhecimento do marketing, o domínio da superfície terrestre e das informações socioeconômicas georreferenciadas, que o geomarketing realiza um de seus papéis importantes no mundo dos negócios, que é o de ajudar no estabelecimento do melhor posicionamento, tanto geográfico quanto mercadológico, para um lugar de sucesso para o seu negócio.

No Brasil, os desafios do geomarketing não são pequenos, já que não temos uma política voltada à produção contínua e adequada de dados geográficos digitais. Nossos mapas atualizados, em geral estão sob domínio do poder público, deixando algumas bases de dados disponíveis para isso, como por exemplo a do Google.



Em relação aos dados específicos de mercado, população, comportamento, entre outros aspectos importantes, há algumas possibilidades de acesso, tendo como fonte de informação principal o IBGE, além de alguns poucos institutos regionais de informação econômicas e instituições educacionais.

A ferramenta do geomarketing vem sendo adotada cada vez mais no mundo dos negócios, se fazendo mais presente no dia-a-dia do empreendedor brasileiro e contribuindo para o seu sucesso.

Experimente!

**Márcio Miguel Tavares, PMP
Engenheiro Cartógrafo, Me.
CREA Nº 29.544/D-PR**

