



MARCELO FELIPPE FIGUEIRA
marcelofelippejr@gmail.com

Buscando escolhas independentes

Crescimento acelerado passa por mudança de hábitos econômicos

É comum os restaurantes oferecerem, principalmente nos finais de semana, um cardápio infantil. Além da batata frita, exigência absoluta da garotada, os cardápios infantis são adaptações dos pratos principais oferecidos ao público adulto. Porções reduzidas evitam despesas desnecessárias.

Um outro dia sentou-se ao meu lado uma senhora, digamos relativamente obesa, e uma criança, paradoxalmente, pode-se dizer mirrada. O garçom aproximou-se e a cliente escolheu um hamburger e o garoto, além da batata frita e do imprescindível refrigerante, pediu um mini hamburger.

Volto minha atenção ao jornal. Ali estava estampada uma matéria discutindo o crescimento da economia brasileira, mais especialmente do mercado de consumo. As comparações internacionais enriqueciam o texto com dados de diversos países.

A economia americana cresceu 3,4% em 2006. As vendas nominais de varejo nos Estados Unidos (incluindo vendas de gasolina e dos automóveis, mas não os serviços de alimentação) cresceram 5.

4% em 2006, faturando US\$ 3.9 trilhões. Diversos fatores conectados eram apontados na matéria como condicionantes desta situação. Apontava-se a inflação controlada, graças à invasão dos produtos chineses, como a origem da maior disponibilidade de renda do consumidor americano. Tal disponibilidade, na presença de baixas taxas de juros e grande oferta de crédito, mantiveram o crescimento do consumo nos EUA.

Percebo que estavam chegando os pratos da senhora ao meu lado e seu filho, ou seja, o hamburger grande para a mãe e o pequeno para o garoto. A batata havia sido acomodada estrategicamente bem perto do garoto. Voltei para minha leitura sobre o crescimento do consumo. A despeito do tamanho da economia americana, pensei, a taxa de expansão do produto era muito significativa. Olhei rapidamente para o lado e vi que a senhora, apesar de seu peso avantajado, devorava o seu hamburger com apetite, enquanto os seu filho apenas circundava o hamburguezinho com dentadas laterais.

O consumo do garoto lembrou-me que o Brasil, a despeito de sua baixa densidade econômica, cresceu somente 2,9%. O mercado de consumo, no entanto, cresceu: as vendas de veículos automotores expandiram-se 11%, o setor de supermercados caiu 1,65%, móveis expandiram 8,5%...

Lamentavelmente, entretanto, as dentadas que circundam o hamburguerzinho não são suficientes para alimentar o mirrado garoto. Ele precisa crescer. Para crescer, por certo o hamburger não é o tipo de alimentação adequada, porém a quantidade também é importante. O garoto precisa saber por ele mesmo fazer melhores escolhas. É bom lembrar que mãe mesmo só existe uma.

Marcelo Felipe Figueira é professor e pesquisador do Provar - Programa de Administração do Varejo, da FIA-USP