Vendendo para a base da pirâmide econômica
João Baptista Sundfeld

Todas as gerações acreditam que enfrentaram desafios maiores do que gerações passadas. Como exemplos podemos citar a civilização na Grécia Antiga, os impérios romano e austro-húngaro, o Iluminismo no século XVIII, os anos da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e a geração baby boom da década dos anos 50 do século XX. Hoje vivemos o predomínio dos EUA, tidos como os imperialistas dos séculos XX e XXI. O cronocentrismo é a denominação dada a essa vinculação entre a época e sua geração.

Não há dados objetivos comprovando que um período foi melhor do que outro. Sabe-se, contudo, que existiu maior evolução em determinadas sociedades do que em outras. Outra consideração que, a nosso ver, é importante, foi o notável crescimento da população mundial.

De 2 bilhões em 1945, passamos ao número estimado de 6,3 bilhões de pessoas no final de 2006, ou seja, triplicamos a quantidade de almas no planeta em pouco mais de meio século. Nesses 61 anos, assistimos ao triunfo do capitalismo sobre o fascismo e o comunismo, embora essa mudança política não tenha apresentado benefícios igualmente distribuídos.

É deveras conhecido o fato de que os ricos se tornaram mais ricos, permanecendo a maioria das nações e pessoas em crescente estado de pobreza. Na verdade, em todo o mundo desenvolvido, há menos entusiasmo quanto à capacidade de o capitalismo e sua globalização gerarem prosperidade sustentada para as populações mais carentes. Nosso passado recente não nos permite antever dias melhores para as gerações futuras, a não ser que haja um grande esforço de mudança na estrutura de ação dos paises ricos em seu relacionamento com os pobres.

Os expoentes da riqueza atual têm sua origem nos EUA, Europa e Japão. As empresas multinacionais daqueles países respondem por 25% da atividade econômica global, ocupando menos de 1% da força de trabalho mundial e deixando cerca de 2 bilhões de pessoas sem emprego ou subempregadas. Outro ponto a destacar é que essas multinacionais investem em países igualmente ricos, onde o risco para os capitais é menor, mantendo um círculo vicioso e deixando de atender às necessidades das classes de renda C e D.

O World Development Report (WDR) do Banco Mundial estimou que no ano 2000, 20% dos mais ricos controlavam 85% do PIB (Produto Interno Bruto) global, confirmando a antiga regra de Vilfredo Pareto. Sabe-se que o capitalismo não é o único culpado por essa situação odiosa, já que regimes corruptos e/ou repressivos, atuantes em países pobres ou em desenvolvimento, contribuem com significativa parcela para o caos atual.

Pessoas e instituições bem intencionadas têm estudado o problema e propõem um empreendimento global sustentável, cuidando do meio ambiente, do uso de energias renováveis e introduzindo projetos para elevação do nível de vida dos mais pobres. Todavia, enquanto essas grandes intenções não se concretizam, o que poderemos fazer para colaborar na mudança desse triste quadro?

Em nossa opinião, qualquer nova proposta deverá estimular as empresas para que continuem tendo lucros em suas vendas e mantendo rentáveis seus investimentos, caso contrário não poderemos contar com seu apoio. O novo planejamento estratégico deverá considerar que os ricos têm poder de compra de US$ 15.000 ou mais por ano, e a classe média emergente de alguns países tem esse poder limitado a US$ 1.500 anuais. Esses dois grupos são estimados em 2,3 bilhões de pessoas. Assumindo o total da população mundial em 6,3 bilhões, teremos 4 bilhões de pessoas com renda anual abaixo de US$ 1.500 como mercado potencial para empresas dispostas a utilizar novos paradigmas de produção e marketing.

Numa tentativa de aplicar tais conclusões ao mercado brasileiro, utilizamos dados disponibilizados no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com base no ano de 2004.

Utilizando a taxa cambial média daquele ano, ou seja, R$ 2,92/US$, calculamos em US$ 2.989 o nível de renda médio dos brasileiros. O quadro seguinte mostra a classificação por região:

Região	**US$**
Sul	4.133
Sudeste	4.060
Norte	2.116
Nordeste	1.601
Centro-oeste	3.037
Brasil	2.989

Comparando a renda média dos brasileiros com os US$ 15.000 dos povos que têm maior poder de compra, verifica-se que, com nossa média de US$ 2.989/ano, estaremos classificados em dois grupos: um na classe de renda dos emergentes, e outro entre os pobres. Entretanto, é mister considerarmos os ricos do Brasil. Adotando o parâmetro do WRD do Banco Mundial, calculamos em 36 milhões de pessoas em todo o Brasil (20% de 180 milhões) com poder de compra comparável ao grupo dos mais ricos. Restam, portanto, cerca de 144 milhões de brasileiros nas regiões aqui adotadas, pertencentes às classes de renda C e D.

A partir desses dados, somos levados a concluir que consumidores brasileiros de baixa renda não têm suas necessidades atendidas pelas grandes empresas, tanto nacionais quanto internacionais. Lembramos que os métodos de gerenciamento adotados por grandes empresas são universais e têm suas metas de lucratividade e rentabilidade medidas por parâmetros semelhantes.

Pensando em termos mercadológicos, consideramos excelente oportunidade às médias e pequenas empresas brasileiras, que representam cerca de 85% do total, para oferecerem produtos e serviços que satisfarão às necessidades desse significativo contingente de 144 milhões de pessoas das classes de renda C e D, com qualidade adequada e a preços baixos, considerando a economia de escala. Isso significa vender para a população mais pobre, que constitui a "base da pirâmide".

Disponível em: <www.sundfeld.com.br>. Acesso em 29 mar. 2007