

Aneel Karnani

Palgrave MacMillan, 2011

ISBN: 978-0-230-10587-4

Fighting the Poverty Together: Rethinking strategies for business, governments, and civil society to reduce poverty

Susana Costa e Silva*

Miguel Filipe Silva**

p. 269-273



Ao longo da obra *Fighting the Poverty Together*, Aneel Karnani oferece-nos uma argumentação muito sólida sobre o insucesso dos modelos de diminuição e erradicação da pobreza, que têm vindo a ser seguidos pelas organizações internacionais.

Karnani é contundente: a erradicação da pobreza é um imperativo moral e a sua não prossecução uma violação clara à justiça social. O autor desta obra, afirma que reduzir a pobreza é fundamental não por ela poder ser uma ameaça política ou uma oportunidade económica; não por asfixiar as causas do terrorismo ou elevar a humanidade a níveis de prosperidade sem precedentes. A pobreza tem, isso sim, que passar a ser apenas uma recordação sombria porque é um insulto para a dignidade não só dos pobres mas de todos nós (João Paulo II) e a pior forma de violência (Mahatma Ghandi). A crítica maior de Karnani é feita ao que ele chama *as pilulas douradas da redução da pobreza*: o microcrédito, a responsabilidade social das empresas e a abordagem “Bottom-of-Pyramid” (numa alusão clara ao livro *The Fortune at the Bottom-of-Pyramid*, de C.K. Prahalad, de 2004). Estas abordagens não aliviam, segundo o autor, a pobreza mas, em alguns casos, podem mesmo ter o efeito contrário. Para Karnani essas estratégias partem da premissa que o setor privado, o setor público e a sociedade civil (organizações como ONG, cooperativas, associações etc.) trabalham de costas voltadas, e construíram preconceitos uns em relação aos outros, os negócios são olhados como venais, explorando os mais fracos

* **Doutorada em Marketing pela University College Dublin (Ireland)**. Mestre em Economia pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto e Licenciada em Gestão de Empresas pela Universidade Católica Portuguesa (Porto), universidade onde leciona desde 1997 e onde é atualmente a Diretora do Departamento de Marketing e do Programa de Mestrado em Marketing. Investigadora do Centro de Estudos de Gestão e Economia da Faculdade de Economia e Gestão da UCP (Porto). Tem lecionado em várias universidades nacionais e estrangeiras, nomeadamente no Brasil (Pontifícia Universidade Católica e Escola Superior de Propaganda e Marketing, ambas em São Paulo). Tem escritos vários livros e capítulos de livros nas áreas do Marketing Internacional, Internacionalização e Cooperação Empresarial, em Portugal, no Brasil e nos EUA. Também tem publicações científicas nas mesmas áreas e ainda no domínio do Marketing Social, os quais têm sido publicados nos compêndios da área e apresentados em conferências científicas internacionais. Ganhou recentemente o prémio de Melhor Artigo de Marketing Internacional atribuído na European International Business Academy; e tem estado envolvida em vários projetos de cooperação, académicos ou não, nas áreas do marketing, marketing internacional, confiança, marketing social, novos modelos de negócio, criação de valor, etc. Tem realizado consultoria nalgumas destas áreas em Portugal e fora.

** **Doutorando em Estudos Africanos na UP. Licenciado em História pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto (FLUP)**. Pós-Graduado em Marketing pela Católica Porto Business School, instituição onde obteve também um MBA, com especialização em Marketing.

para obter lucros, os governos são considerados ineficientes e corruptos e a sociedade civil é ingénuo e ineficaz.

Para Karnani, no entanto, a erradicação da pobreza só será possível com a cooperação destes três setores: o empresarial porque tende a ser eficiente, motivado e possui bastantes recursos para conseguir impactos de maior escala; a sociedade civil porque trás consigo a paixão e a energia necessárias para colocar os “motores” em marcha; e os governos porque tem a capacidade coordenar e planificar e de criar as molduras legais necessárias para facilitar o processo. Este autor considera então que a ineficácia na resolução deste trágico problema se prende com as abordagens individuais até hoje realizadas, quando a virtude está num combate concertado entre os três setores referidos. Um combate que se pretende pragmático, procurando soluções caso a caso, evitando construir modelos universais, comprovadamente, segundo o autor, condenados ao fracasso.

Numa perspetiva carismática, Karnani defende que a redução da pobreza tem fundamentalmente duas dimensões: falta de rendimento e dificuldades no acesso aos serviços. Estas duas grandezas têm que ser resolvidas em simultâneo. Para o autor, uma das mais fortes medidas é a criação de emprego, sendo que para concretizar este objetivo o contributo planeado das empresas privadas e do Estado é crucial. Contudo, um segundo alvo deve ser apontado – garantir que os mais pobres possam ter acesso aos serviços públicos de saúde, de educação, de higiene sanitária, de segurança e a outras infraestruturas relevantes.

Estas medidas têm que ser complementadas com a disponibilização de bens adequados para esta população pobre mas - e aqui está a novidade - a preços que estas pessoas possam pagar. Esta é a responsabilidade social que se exige às empresas.

A crítica mais severa feita neste livro é, no entanto, desferida a outras duas “pílulas douradas” - o BOP e microcrédito.

Em relação ao microcrédito, o autor considera que apesar das suas boas intenções esta ferramenta foi sobrestimada. Tendo sido criada para proporcionar o acesso dos mais pobres ao sistema tradicional de crédito, financiando pequenos negócios, tem sido utilizado, em mais de 50% dos casos, segundo o autor, para o consumo privado. Por outro lado, a maior parte dos beneficiários não têm as necessárias características de empreendedorismo, fundamentais para transformar uma ideia num negócio rentável. Outrossim, estes negócios não conseguem, na sua maioria, obter as economias de escala necessárias para fortalecer e fazer crescer a empresa, não conseguindo assim atingir taxas de crescimento que permitam desenvolver vantagens competitivas, imprescindíveis nestes mercados muito concorrenciais e sem fortes barreiras à entrada. Por outro lado, as taxas de juro são surpreendentemente altas, entre 30 a 60%, podendo nalguns casos, atingir os 100%! Deste modo, se considerarmos que os investimentos tradicionalmente são alocados em negócios com um ROI (retorno do investimento) superior ao juro devido, percebemos que o sucesso do microcrédito está posto em causa, já que estaríamos a pedir a estes pequenos microempresários por força do enquadramento legal que, praticamente, descobrissem um negócio que fosse uma mina de ouro...

A existir algum sucesso nestas iniciativas, ele deve-se a pessoas com características particulares: espírito empreendedor, que não precisam do microempréstimo para pagar dívidas anteriores, que não utilizam o dinheiro em produtos de consumo e que o investem nos negócios com maior potencial. São estes, para Karnani, os casos de sucesso que, de tão divulgados, constroem uma ideia enviesada da importância e do sucesso desta ferramenta financeira.

Já no que diz respeito à formalização dos direitos de propriedade (propriedade privada), esta tem sido também apresentada como uma forma de combater a pobreza. De facto, vários são já os países, que acreditando nesta fórmula, tentaram constituir bolsas de propriedade privada, que serviriam como garantia para abrir para os mais desfavorecidos autênticas autoestradas de acesso ao crédito. Mais uma vez, para Karnani, esta perspectiva parece não ter qualquer evidência empírica – os pobres tendem, isso sim, a ser hostis ao risco e não parecem interessados em perder o pouco que têm para partirem numa aventura incerta.

No que diz respeito à abordagem que considera que a melhor estratégia para combater a pobreza é as empresas servirem a base da pirâmide (BOP), acreditando que este “segmento” de milhões (de pessoas e de dinheiro atomizado) pode ser trazido para níveis de consumo superiores, Karnani é igualmente cético, considerando-a uma ideia romântica, quase uma quimera. Se é verdade que este mercado pode valer os cinco triliões de USD, que C.K.Prahalad fala no seu livro, é mais verdade ainda que uma coisa é ter esse dinheiro dividido por alguns ou tê-lo fragmentado em mais ou menos quatro mil milhões de almas... De facto, na opinião de Karnani, as premissas do BOP criam expectativas irrealistas e falsas esperanças para a rentabilização de negócios do setor privado porque este mercado é, de facto, muito pequeno e pobre. Assim serão muito limitadas as oportunidades de as empresas poderem lucrar servindo os pobres. Para estes, tudo é mais *simples*: eles não têm dinheiro para pagar o que se lhes pede que consumam. Além disso, não é aumentando a oferta disponível aos pobres que eles deixam de o ser (Karnani não acredita que toda a oferta crie a sua própria procura...). Para o autor, a solução está no aumento de rendimento. Deste modo, esta enorme franja da humanidade deve ser olhada e auxiliada na sua dimensão de produtor e não na de consumidor.

No fundo, o primeiro problema com a abordagem dos BOP é ser muito questionável a existência de uma fortuna escondida na base da pirâmide. Era fundamental perceber, se isso fosse possível, quanto dinheiro e que opções de cabaz são feitas pelas famílias mais pobres. Uma família com quatro pessoas e com oito USD por dia não consegue comprar sequer bens de primeira necessidade. O segundo problema, segundo o autor, repousa nas ideias erradas, veiculadas em alguns países, do que são efetivamente os pobres e do que é efetivamente a pobreza extrema. De acordo com o relatório “Next 4 Billion”, 98,6% da população da Índia é pobre, contudo para o Banco Mundial “só” 75,6% são assim classificados. Parece claro que existe um problema para definir a linha da pobreza. O *The Wall Street Journal* considera a mesma coisa vender aos pobres e à população dos países emergentes – o que é falso, já que nos segundos começa a despontar uma classe média, esta sim interessante para as empresas privadas. Seria, então, decisivo descrever o BOP não em termos de tamanho mas de paridade de poder de compra (Purchasing Power Parity). No entanto, será pouco razoável exigir às empresas que considerem esta medida, uma vez que os seus proveitos seriam repatriados a uma taxa de câmbio financeira, e não de paridade de consumo...

Em terceiro lugar, os custos para servir este mercado da base da pirâmide podem ser extraordinariamente altos. Apesar do seu número imenso, os pobres não são todos iguais, nem estão concentrados numa área geográfica pequena e específica. Assim os custos de distribuição e marketing são muitas vezes incomportáveis. Este cenário leva muitas vezes as empresas a colocar preços mais altos nestas regiões e não o contrário, como seria desejável. E embora os olhos ocidentais, quando uma região é declarada pobre, não diferenciem

quem pode e quem não pode aceder ao mercado, a verdade é que os primeiros a conseguí-lo são, de facto, a classe média desse espaço geográfico.

Assim, nos casos em que a base da pirâmide é servida, ou não há realmente lucro considerável, ou a organização que promove este consumo não tem verdadeiramente fins lucrativos (ou então, está-se a servir uma classe média que pode estar a ser confundida com a base da pirâmide).

Outra falácia, para Karnani, são os produtos em embalagens unidose, que oferecem uma sensação de preço baixo, mas que na realidade não o são. Para tal, basta percebermos o rácio preço/dose. A única verdadeira solução para diminuir o preço e aumentar o poder de compra é reduzir os custos por unidade. E isto só é possível com embalagens maiores e não o contrário. Ou seja, percebe-se então que as unidoses não podem ser mais baratas, já que os seus custos são, pelo contrário, maiores. Também o ambiente e as condições sanitárias sofrem mais com esta “solução”, basta lembrar os mantos de plástico nas aldeias mais desfavorecidas e nos bairros mais pobres.

Por último, mas não menos importante neste livro é o desmontar da crença de que as oportunidades na base da pirâmide são socialmente responsáveis e ainda passíveis de reduzir a pobreza. Karnani acredita que este “isco” pode ser mordido pelo setor privado, em busca de beneficiar com as suas políticas de responsabilidade social, em vez de serem guiadas por uma real hipótese de lucro financeiro neste “mercado”. Karnani é radical: só se consegue reduzir a pobreza aumentando o poder de compra destas famílias e isto só é possível elevando o seu rendimento (olhar o pobre como produtor) e reduzindo fortemente os lucros das empresas, em cerca de 50%, e consequentemente os preços, ainda que sem comprometer a qualidade dos produtos.

A redução de custos pode ser, para Karnani, a outra peça deste puzzle. Para isso será preciso acreditar e investir em melhorias tecnológicas significativas, que conduzam a drásticas reduções dos custos de produção (uma “destruição criativa” como a definia Schumpeter...). Se há casos em que podemos acreditar nesta possibilidade, noutros ela é muito remota. Os casos de sucesso parecem a maior parte das vezes apenas fornecer evidências remotas e bastante forçadas, como é o caso do hospital “Arvind Eye Care”, onde a redução de custos foi conseguida pela escala que se alcançou e pelos subsídios obtidos e não por uma real alteração da estrutura de custos. Mesmo que estes casos, ou outros parecidos, sejam um exemplo de inovação empresarial, claramente mais eficientes que os “normais” hospitais, não chegam porém para contrariar a exagerada confiança na teoria do BOP, difundida pelos seus proponentes.

Numa perspetiva pragmática, e *desromantizada*, Karnani defende a necessidade de recursos para esta causa, recursos a uma escala que só um trabalho de verdadeira cooperação entre o setor privado e o Estado conseguirá obter. Enquanto o primeiro é motivado pelo lucro, o segundo é-o pelo consenso político, sendo por isso necessário um debate para se alcançar uma plataforma alargada de entendimento. Karnani lembra (lembra-nos?) que existe um acordo, celebrado em sede das Nações Unidas, em 1970, dos países ricos doarem 0,7% do seu PNB aos países pobres. No entanto só 0,3% em média tem sido alcançado. Para o autor, os governos dos países ricos não estão a cumprir por não acreditarem que os seus homólogos dos países pobres conseguem realmente desenvolver programas de redução da pobreza. Enquanto os partidos de esquerda entendem que a pobreza se deve a armadilhas causadas por falhas das instituições, os de direita tendem a acreditar que os pobres não são suficientemente ativos e diligentes para romperem o seu caminho até à erradicação da sua

dramática situação. Entretanto, milhões de crianças subnutridas, não vão à escola, não recebem vacinação e morrem muitas vezes de uma simples diarreia.

A obra termina afirmando que não é importante saber quem é culpado desta indigna situação. É preciso, antes, ir além das divisões ideológicas, adotando uma postura ativa e centrada na resolução caso a caso dos problemas, onde Estados, empresas privadas e sociedade civil trabalhem em conjunto e não cada uma no seu quintal e fugindo das suas responsabilidades.

