

O PAPEL DAS EMPRESAS PARA O DESENVOLVIMENTO: AS RELAÇÕES ENTRE AS FORÇAS DE MERCADO E O FENÔMENO DA POBREZA

Cláudio Bruzzi Boechat e Marília Carneiro Ferreira - Núcleo de Sustentabilidade

Resumo: Este trabalho tem por objetivos dissertar sobre os mercados dos mais pobres e os desafios de se fazerem negócios com eles; analisar as implicações das forças de mercado para a pobreza e como as empresas lidam com o desafio, criando valores para todos ao unir mercado e pobreza.

INTRODUÇÃO

“Há uma significativa oportunidade inexplorada de criação de valores que está latente nas interações dos mercados com os mais pobres.”

PNUD, 2008.

Não são poucos os estudos que descrevem a pobreza com o intuito de informar, complementar ou alertar governos do quanto podem fazer, o que devem mudar e o quanto falta agir. Grande parte dos indicadores relativos à pobreza é aplicada para a estruturação e o fortalecimento de políticas públicas e governamentais, enquanto que no contexto de mercados muito pouco tem sido feito nesse sentido.

É importante ressaltar que este trabalho não exclui a importância da participação do Estado na economia, valorizando um planejamento que seja ao mesmo tempo participativo e dialógico. Assim, como coloca Ignacy Sachs, a negociação quadripartite deve ser valorizada entre os atores envolvidos no processo de desenvolvimento, “levando a arranjos contratuais entre as autoridades públicas, as empresas, as organizações de trabalhadores e a sociedade civil organizada”. (SACHS, 2008, p.33). Também não se trata de um fundamentalismo de mercado que, como argumenta o mesmo autor, justificaria os males sociais e ambientais inevitáveis de uma economia capitalista que compensaria pela sua eficiência os inconvenientes inerentes ao sistema. Porém, a fim de permanecer coerente com o objetivo desta proposta, optou-se por

apresentar a inclusão pelo mercado, sem a elaboração da participação conjunta do setor público, que deverá resultar em trabalhos futuros e mais aprofundados. Ademais, o espaço deste artigo seria insuficiente para apresentar as complexas formas de cooperação entre o setor público, o setor privado e a sociedade civil.

A principal motivação deste trabalho é clarificar alguns meios pelos quais os negócios estão criando valores para os pobres e para o meio ambiente nas difíceis condições de mercado e, ao mesmo tempo, apontar possíveis caminhos para o aprimoramento de sua capacidade de inclusão pelas quatro forças de mercado consideradas pelos Mercados Inclusivos – projeto desenvolvido pelo Núcleo Petrobras de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral – que são: empreendedorismo, trabalho, consumo e investimento. Três das quatro forças referidas – empreendedorismo, trabalho e consumo – foram retirados de estudos realizados pelo Growing Inclusive Markets¹ (GIM), uma iniciativa do PNUD, que busca demonstrar as contribuições dos negócios para o desenvolvimento humano. A força investimento foi adicionada aos estudos do Núcleo Petrobras de Sustentabilidade devido à sua relevância para o desempenho integral dos mercados e para o desenvolvimento das comunidades.

A iniciativa visa contribuir para a formação dos líderes atuantes no mercado, assim como para os responsáveis pela formulação de políticas públicas, no apoio a modelos de negócios que incluam os mais pobres por meio

¹As informações sobre as iniciativas e publicações podem ser encontradas no site oficial: <http://www.growinginclusivemarkets.org/>

de pesquisas e ferramentas de análise. Pretende-se, desta forma, delinear a complexidade dos obstáculos existentes nos mercados dos mais pobres, a qual não deve ser abordada puramente como uma motivação de elevação das vendas.

É irrevogável reunir informações para o entendimento sobre os mercados dos mais pobres, incluindo oportunidades e desafios existentes. Por essa razão, a estrutura deste Caderno de Ideias é trabalhada de forma analítica, ajudando a identificar as vulnerabilidades da pobreza e refletir sobre meios de lidar com elas pela atuação dos mercados. Essa estrutura faz uma interconexão entre as consequências da pobreza que levam às condições de exclusão e as oportunidades de reversão de situações degradantes por meio da inclusão pelas quatro forças de mercado propostas. Do mesmo modo, provoca uma reflexão oposta, que é imprescindível para a formulação de análises para mercados inclusivos, qual seja a de ponderar também as formas de inclusão *das* empresas *pelas* comunidades. Tal simbiose é capaz de projetar modelos e oportunidades de negócios baseadas em uma interação ganha-ganha mutuamente inclusiva, e esta é uma noção *sine qua non* para as proposições que se pretende demarcar aqui a respeito dos mercados inclusivos.

A presente pesquisa baseou-se estritamente em uma abordagem teórica – demonstrar e refletir as possibilidades de acesso dos mais pobres aos mercados, ampliando o aprendizado de como os negócios podem ser bem-sucedidos ao promover a inclusão dos menos favorecidos. A escolha das leituras a serem realizadas foi balizada primeiramente por instituições ou autores de renome mundial que estivessem envolvidos na temática. A filtragem seguinte atendeu à necessidade de atualização de dados e informações, fazendo-nos restringir nossa pesquisa bibliográfica a trabalhos e pesquisas mais recentes, publicados entre a década de 1990 e os dias atuais. Por fim, e não menos importante, atendemos ao critério da imprescindibilidade da leitura de clássicos sobre a temática, sendo os mais proeminentes para esta pesquisa os estudos de Amartya Sen, grande inovador nos estudos acerca da abordagem multidimensional da pobreza e sua interação com o desenvolvimento.

O grande balizador deste trabalho foi o documento *Criando valores para todos: estratégias para fazer negócios com os pobres*, elaborado pelo PNUD, que propõe de maneira lúcida a verdadeira intenção de desenvolver e aprimorar as formas atuais de os setores privados fazerem negócios com os mais pobres. Esse documento baseou-se na análise de 50 estudos de casos que descreveram modelos de negócios capazes de incluir os mais pobres de maneiras rentáveis e afins

ao desenvolvimento humano. Além desse critério, os estudos de caso representaram uma ampla gama de países, indústrias e tipos de negócios. Diversas instituições contribuíram para a formulação dos trabalhos e para a composição do documento final. Essa fonte balizou os trabalhos iniciais da Iniciativa Desenvolvendo Mercados Inclusivos, sendo por esta razão relevante retratá-lo novamente diante da abordagem direta da inclusão dos mais pobres.

Outros estudos que serviram de fonte para este trabalho também merecem destaque. O livro de Prahalad, *A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro*, foi um importante vetor para a compreensão dos extensos benefícios resultantes da interação dos mercados com os pobres. Com um poder de atração sobre o leitor, essa obra traz à realidade questões de relevante guisa, colocando-nos às vezes em choque diante de dados e revelações ainda mal relatados e questionados nos ambientes corporativos. Por fim, o último estudo que merece ser mencionado é a obra dirigida por Narayan, com o aval do Banco Mundial, para a organização de pesquisas que relatassem a pobreza pela percepção dos próprios pobres. Essa obra abrangeu sociedades geograficamente diversas e culturalmente variadas.

Possivelmente, o maior obstáculo para o desenvolvimento de mercados inclusivos seja a falta de acesso à informação sobre os mais pobres. Por essa razão, uma das funções deste trabalho consiste em explorar essa questão, fornecendo questionamentos importantes para os líderes e as empresas e ajudando-os a refletirem minimamente sobre algumas respostas. Quais são os bens e serviços de que os menos favorecidos necessitam? Quanto podem pagar por eles? Quais bens ou serviços eles poderiam produzir e fornecer? A compreensão de quem são e do quanto podem contribuir abre caminhos para que eles se beneficiem – por meio do aumento de renda, conhecimento, capacitação, posição social – e para que possam beneficiar as empresas – diminuindo seus custos de transação, criando, assim, valores e vantagens mútuas.

INTERAÇÃO DO MERCADO COM A POBREZA

“O setor privado de grande escala apenas marginalmente se envolve na abordagem do problema de 80% da humanidade.”

C.K. Prahalad

O PERFIL DESSE NOVO MERCADO

Criar novos valores para o mercado tem sido um dos desafios mais urgentes do século 21. Essa necessidade, se considerada sob o prisma dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), invariavelmente apontará a pobreza como uma imprescindibilidade de abordagem para os negócios. Mas, para que ela possa ser incluída sustentavelmente na dinâmica das forças de mercado, é preciso inquirir sobre as possíveis formas de relação entre os mercados e os pobres.

Prahalad (2010), ao distar sobre o grande potencial dos que estão na “base da pirâmide” (BP) – seja atuando como produtores, trabalhadores, consumidores ou empreendedores – afirma que esse grupo, apesar de ter sido negligenciado por muito tempo, demonstrou ser tão astuto e exigente quanto qualquer outro. Isso demonstra que, quando o mercado se volta para eles, os pobres respondem com a mesma inteligência de mercado, criando, assim, uma relação profícua entre ambos. A partir, então, do ciclo econômico gerado, a BP passa a ganhar autoestima e autonomia, ao mesmo tempo em que são alargados os espaços para o aprimoramento das liberdades individuais e sociais de que fala Sen (2000). O resultado é a interação entre mercados e comunidades e não uma relação de dependência.

Baseando em algumas das colocações de Prahalad (2010), essa interação também pode ser encarada da seguinte forma:

- Quatro ou cinco bilhões de microconsumidores e microprodutores que constituem um mercado significativo e representam uma força propulsora de inovações, vitalidade e crescimento. Trata-se de uma categoria nova para todos – gestores, governos e organizações da sociedade civil.
- Os quatro bilhões de pessoas que integram a BP não constituem um bloco monolítico, mas grupos heterogêneos com níveis e arranjos distintos de privações materiais e psicológicas.
- O engajamento ativo com os mercados da BP requer uma nova e inovadora abordagem de negócios. Modernizar modelos de negócios dos mercados desenvolvidos não funcionará.

Os mercados da BP estão se desenvolvendo rapidamente e é possível já observar outras transições que estão ocorrendo e que vão além de mudanças com base na renda. Ao se considerar o estilo de vida da população

mais pobre, é possível verificar duas forças em atuação, as quais atuam em contraposição ao pensamento tradicional:

Primeiro, as pessoas estão fazendo escolhas de estilo de vida que não necessariamente vão ao encontro do que entendemos como mais adequado a alguém com determinada faixa de renda. Melhor informados e mais centrados no que desejam para si e para suas famílias, seus critérios para a tomada de decisão estão mudando rapidamente. Pode-se constatar esse fato na maneira como encaram a saúde, a educação e a conectividade. Segundo, a pirâmide econômica [...] está lentamente convertendo-se em um diamante; não no mundo todo, mas certamente em grandes mercados como China, Índia, África do Sul, Turquia, Brasil e Indonésia. Isso terá profundo impacto nas oportunidades de crescimento. (PRAHALAD, 2010).

Assim, fica claro que a proposta de mercados inclusivos e sustentáveis implica quebra de paradigmas, os quais muitos ainda precisam ser superados. Apesar da particularidade de cada contexto, existem estereótipos comuns a respeito do potencial de participação e interação dos mercados com os mais pobres:

Pressuposto	Implicação
Os pobres não são nossos consumidores-alvo; eles não têm condição de adquirir nossos produtos ou serviços.	Nossa estrutura de custos é conhecida; com ela, não podemos atender ao mercado da BP.
Os pobres não utilizam os produtos vendidos em países desenvolvidos.	Temos compromisso com uma forma de funcionalidade. Os pobres necessitam de produtos de limpeza, mas não podem comprar detergentes nos formatos que oferecemos. Portanto, não há mercado na BP.
Só os países desenvolvidos apreciam e pagam por inovações tecnológicas.	A BP não necessita de soluções de tecnologia avançada, e não pagará por elas. Portanto, a BP não pode ser uma fonte de inovações.

O mercado da BP não é importante para o crescimento de longo prazo e a vitalidade de corporações multinacionais.

Os mercados da BP são, quando muito, uma variação atraente.

A empolgação intelectual está em mercados desenvolvidos; é muito difícil recrutar gerentes para mercados da BP.

Não podemos designar nossos melhores recursos humanos para trabalhar em desenvolvimento de mercados da BP.

Fonte: PRAHALAD, p.54, 2010.

Contudo, a realidade demonstra que os menos favorecidos atuam de modo contrário ao que se esperava deles:

Há dinheiro entre os menos favorecidos; eles possuem poder de compra e representam um mercado viável.

Suposta dificuldade de acesso à distribuição nos mercados dos menos favorecidos não representa imenso impedimento à participação de grandes empresas e de corporações multinacionais.

Os pobres são conscientes de marca e de valor.

O mercado da BP está conectado e usando redes.

Os consumidores mais pobres acolhem rapidamente tecnologias avançadas.

Essa perspectiva gera um desafio para as empresas, que reside na capacidade de adaptar-se e inovar em relação aos mais pobres. Como esses mercados são sofisticados e exigentes, “não se trata simplesmente de confeccionar versões mais baratas dos produtos comercializados nos mercados desenvolvidos”. (PRAHALAD, 2010). É necessário atuar em parceria com outras organizações; obter conhecimento local, acessar habilidades especializadas, reduzir a intensidade do capital e despesas indiretas, ganhar confiança e tornar-se localmente relevante. É preciso, a um baixo custo, conhecer os consumidores locais, suas necessidades e aspirações.

BENEFÍCIOS DE UM CAPITALISMO INCLUSIVO

O envolvimento dos mercados com os mais pobres gerou uma nova percepção para os negócios, em que as empresas puderam recuperar sua “legitimidade social”, determinada pela forma como lidam com a pobreza e a sustentabilidade. É preciso perguntar, pondera Prahalad (2010), o que pode ser feito para tornar os benefícios da globalização acessíveis a todos. Indagações como estas têm o potencial de posicionar os setores privados em uma nova órbita na resolução dos problemas, induzindo-os a serem mais criativos e empreendedores. A democratização da globalização deve ser levada a todos os microprodutores, microconsumidores, microinovadores, microinvestidores e microempreendedores.

Quando se fala que todos devem ter o direito de usufruir do benefício da globalização, vai-se na mesma diretiva de Sen (2008), ao predispor do desenvolvimento como liberdade. No entanto, uma globalização incluyente não pode permitir que os excluídos sejam legados a formas até mais duras e selvagens de capitalismo. Para Sachs,

Por analogia, com o desenvolvimento incluyente podemos postular a consolidação da globalização incluyente, instituindo uma ordem econômica baseada no princípio de tratamento desigual aos desiguais, promovendo o comércio justo, incrementando o fluxo da assistência pública destituída de compromissos implícitos e transformando a ciência e a tecnologia em bens públicos [...]. (SACHS, 2008, p.64).

Estender um mercado aos pobres não significa que se deva também reduzir a qualidade dos produtos ou serviços ofertados se a ideia prevalecente for a de que qualidade não precisa ser sinônimo de luxo. A funcionalidade básica deve permanecer a mesma e ser garantida.

De acordo com o documento do PNUD:

Para alavancar o potencial dos pobres – trabalhando com eles e atuando através de suas redes sociais – é necessário ter uma compreensão profunda do contexto local. Quando os pobres assumem tarefas em um modelo de negócios, os custos de transação diminuem enquanto eles são beneficiados com novas oportunidades de renda. Além disso, os pobres são eficientes e confiáveis para estabelecer o elo entre suas comunidades e os mercados. Eles têm o conhecimento e os

incentivos para tal. As suas fortes redes sociais, não raro, podem suprir lacunas do mercado e compensar a falta de condições adequadas. (PNUD, seção 1:67, 2008).

Fazer negócios com os mais pobres pode favorecer os mercados e os mais pobres. Por um lado, o desenvolvimento de mercados inclusivos pode contribuir para que os mais pobres não mais dependam de mercados informais fragmentados, abrindo oportunidade para que as pessoas obtenham os recursos de que necessitam e possam usá-los de forma produtiva. Por outro lado, desenvolver negócios legais favorece a competição, fazendo com que bens e serviços fiquem mais baratos e acessíveis.

CRIAÇÃO DE VALORES PARA TODOS

Tratar dos pobres em termos de mercado significa criar novas oportunidades de negócios para as empresas que oferecem e compram serviços e produtos, com a ressalva de que os mais pobres não devem ser usados *para* o enriquecimento das empresas, mas, ao contrário, que eles possam ser agregados ao enriquecimento das mesmas, contribuindo para os lucros e ganhando juntamente com elas.

Ao se voltarem para os mais pobres, os mercados estariam englobando cerca de cinco bilhões de pessoas no sistema produtivo capitalista de inclusão. Significa que o relacionamento tradicional entre empresa e consumidor deverá ser repensado. A inclusão pelo mercado desencadeia um processo criativo e desafiador.

O potencial do setor privado e do empreendedorismo configura-se em duas formas de se garantir a perpetuação de um ciclo de mútua inclusão em constante evolução. Trata-se de uma perspectiva “ganha-ganha-ganha²”, porém, mais uma vez, as organizações privadas terão que exercer esse tremendo impacto por meio da criação e operação de negócios rentáveis, e não de patriarcalismo ou assistencialismo. “A liberdade de entrar em mercados pode ser, ela própria, uma contribuição importante para o desenvolvimento, independentemente do que o mecanismo de mercado possa fazer ou não para promover o crescimento econômico ou a industrialização.” (SEN, p.21, 2000).

²Significa que os dois sujeitos em interação se beneficiam e beneficiam a comunidade em seu entorno.

Assim, agregar valores aos negócios do setor privado significa garantir o crescimento dos mais pobres, permitindo-lhes ter mais escolhas, seja através da oferta de bens e serviços, de oportunidades de geração de renda e trabalhos decentes e sustentáveis, ou oportunidades de investimento.

A criação de negócios com valores é uma via de mão dupla: de um lado inclui os mais pobres nas dinâmicas das forças de mercados, aumentando sua qualidade de vida, e, de outro, gera novas oportunidades de crescimento para as empresas. Assim, a contumaz informalidade e fragmentação dos negócios realizados pelos menos favorecidos tem a possibilidade de ser amenizada, tornando seu trabalho, produtos e serviços competitivos.

A incorporação de valores aos negócios é capaz de transformar sua própria tônica: o lucro torna-se mais um meio do que o objetivo principal. Hoje, muitos modelos de negócios inclusivos são formulados para atender às necessidades e enfrentar os problemas da sociedade. “Ainda assim, a autossustentabilidade financeira – obtida através de estratégias empreendedoras e de geração de renda – permite que eles aumentem o seu alcance e impacto”. (PNUD, seção 1:17, 2008).

Mas nem todos se engajam com essa motivação. Para empresas maiores, o interesse está em produzir lucros no longo prazo de forma a aumentar sua competitividade. Fazer negócios com os mais pobres significa gerar inovação, e aqueles que não incorporarem clientes de baixa renda em seus negócios correm o risco de se tornar retrógrados ao ignorar como as inovações podem ser transferidas dos mercados de menor renda para os mais ricos.

Por outro lado, como os mais pobres se beneficiam dessa troca? Fazer negócios com os mais pobres pode melhorar sua qualidade de vida ao elevar os aspectos materiais e psicológicos inerentes à multidimensionalidade da pobreza, aumentando, assim, os padrões ambientais, de satisfação de vida, de saúde, de educação, de moradia, comunitários, assim como o nível de renda, as condições de trabalho, o engajamento cívico e o balanço entre vida profissional e pessoal (OECD, 2013; ALKIRE; CONCONI; ROCHE, p.4, 2013). O propósito do desenvolvimento é assegurar as liberdades individuais, que valorizam os aspectos nem sempre condicionados ao aumento da renda. Trata-se de liberdade de participação da vida em comunidade, liberdade de escolhas políticas, acesso a lazer, melhor assistência à saúde, maior acesso ao conhecimento etc. Todos esses fatores promovem a inclusão e, em consequência, elevam a qualidade de vida dos menos favorecidos, tornando-os cada vez menos vulneráveis à pobreza.

INCLUSÃO PELAS FORÇAS DE MERCADO

MULTIDIMENSIONALIDADE DA POBREZA

A multidimensionalidade da pobreza é caracterizada por aspectos que se inter-relacionam de modo a identificar mais de um fator que, juntamente com a escassez da renda, torna-se uma barreira para o indivíduo desenvolver suas habilidades e competências de maneira justa, livre e digna. O desenvolvimento é uma condição importante para que haja inclusão, e esta só poderá ocorrer em plena funcionalidade desde que sejam asseguradas as liberdades individuais. Igualdade, equidade e solidariedade fazem parte do conceito de desenvolvimento, e seu objetivo maior deveria ser o de promoção da igualdade e maximização das vantagens dos que vivem nas piores condições (SACHS, 2008, p.14). Para o autor, o desenvolvimento apropria-se de três gerações de direitos humanos:

- Direitos políticos, civis e cívicos.
- Direitos econômicos, sociais e culturais, entre eles o direito ao trabalho digno.
- Direitos coletivos ao meio ambiente e ao desenvolvimento.

Por outro lado e de forma complementar, a noção de liberdade empregada por Sen (2000) constitui-se outro modo de se falar na multidimensionalidade da pobreza, pois significa assegurar os direitos de escolha e de ação individuais – em termos políticos, sociais e de mercado – assim como oferecer condições justas e dignas de moradia, educação, acesso a serviços médicos e oportunidade em desenvolver laços sociais. São essas dimensionalidades que tornam possível constituir uma base de conhecimento mais detalhada da pobreza, lidando não apenas com o número de pobres, mas traçando maneiras de identificar o quão pobres são.

A restrição das liberdades individuais afeta diretamente o desenvolvimento, já que, para que este exista, é necessário remover as principais fontes de privações, como pobreza, exclusão, tirania, corrupção, carências de oportunidades econômicas, negligência de serviços públicos. Não é nosso objetivo nos prolongar sobre

todas as fontes de privações, mas unicamente tratarmos das dimensões da pobreza e sua dinâmica, para que tenhamos subsídios suficientes para tratarmos de sua inclusão pelo mercado.

Outro modo de visualizar a pobreza é analisando-a pela perspectiva dos mais afetados por ela: os pobres. Para eles, a pobreza também incorre por outras restrições que estão além da renda, relacionando-a ao bem-estar material, físico, à segurança, à liberdade de escolha e ação e às boas relações sociais (NARAYAN *et al.*, 2000). Portanto, podemos assumir a multidimensionalidade da pobreza como a inter-relação entre duas ou mais dimensões, já que raramente ela é caracterizada apenas pela existência de um tipo de privação.

Essas proposições demonstram que o combate à pobreza deve ocorrer em dois níveis: no nível material e no psicológico. Não basta sanar as necessidades materiais básicas dos pobres; para permitir que a inclusão seja efetiva e duradoura, sua autoestima e satisfação de vida devem ser asseguradas, o que, por sua vez, será a via para a sua inclusão social, política e econômica, dimensões necessariamente simultâneas. Neste sentido, o mercado tem sua parcela de participação, que é essencial para uma inclusão permanente e sustentável, desenvolvida por meio de seu relacionamento com as comunidades em que os pobres vivem.

Esse relacionamento entre empresas e comunidades produz estímulos para a inovação, que, por sua vez, cria espaços para a mútua inclusão. Um aspecto diretamente influenciado por essa simbiose é a qualidade de vida. Esta, como estruturado pela OCDE, abarca critérios que interferem na satisfação dos cidadãos com seu estilo de vida, incluindo quesitos como saúde, educação, renda, mercado de trabalho, segurança, lazer, dentre outros, assim como componentes subjetivos, como a confiança depositada em outras pessoas. Portanto, não se trata apenas de alcançar níveis altos de educação ou obter acesso a sistemas de saúde que funcionam corretamente, mas, mais do que isso, a possibilidade de estabelecer laços sociais e manter essas relações de confiança com outras pessoas ou com a própria comunidade pode tornar-se fator primordial dentro dos padrões de valores dos indivíduos tanto quanto ter tempo para dedicar-se a assuntos pessoais.

A qualidade e também a satisfação de vida possuem o potencial de incitar participações mais efetivas e comprometidas nas atividades econômicas, contribuindo também para que os indivíduos vivam melhor.

Quadro 2
Caracterização da multidimensionalidade da pobreza

Multidimensionalidade		Aspectos Materiais	Aspectos Psicológicos
	Dimensão Econômica/Renda	<ul style="list-style-type: none"> • Ausência de salário fixo • Emprego • Fome 	
Outras dimensões	<ul style="list-style-type: none"> • Educação • Saúde • Acesso à infraestrutura • Qualidade de vida/moradia • Meio ambiente • Segurança 	<ul style="list-style-type: none"> • Coesão social/comunidade • Engajamento cívico/voz política • Satisfação de vida • Balanço trabalho/lazer 	

Fonte: Montagem dos autores a partir dos trabalhos de Prahalad (2010); Sen (2000); OECD Better Life Index; OPHI/OXFORD Multidimensional Poverty Index.

Tais fatores são estimulantes para o desenvolvimento e para o aprimoramento das liberdades individuais. A proposição de Sen (2000), que subsidia a compreensão da multidimensionalidade da pobreza utilizando alguns dos princípios anteriormente citados, mais uma vez discriminará aspectos psicológicos e materiais – embora o autor não o faça propositalmente. Em sua descrição das liberdades instrumentais (SEN, p.55-57, 2000), ele enumera cinco formas de contribuição para a “capacidade geral de a pessoa viver mais livremente”, destacando que elas possuem o efeito de complementar umas às outras:

- 1. Liberdades políticas:** direitos civis. Incluem os direitos políticos associados às democracias no sentido mais abrangente.
- 2. Facilidades econômicas:** oportunidades para utilizar recursos econômicos com propósitos de consumo, produção ou troca.
- 3. Oportunidades sociais:** disposições que a sociedade estabelece nas áreas de educação, saúde etc., as quais influenciam a liberdade substantiva de o indivíduo viver melhor. São importantes para a condução da vida privada, mas também para uma participação mais efetiva em atividades econômicas e políticas.
- 4. Garantias de transparência:** lidar uns com os outros sob garantias de dessegredo e clareza. Têm papel instrumental como inibidores da corrupção, da irresponsabilidade financeira e de transações ilícitas.

- 5. Segurança protetora:** rede de segurança social. Inclui disposições institucionais fixas, como benefícios aos desempregados e suplementos de renda regulamentares para os indigentes, bem como medidas *ad hoc*, como distribuição de alimentos em crises de fome coletiva etc.

DINÂMICA DA POBREZA

É importante compreendermos que não estamos tratando de um fenômeno estático: uma vez na pobreza, sempre permanecerá nela. Dentro da própria classificação de pobres, há pessoas com maiores ou menores dificuldades; privações a mais ou a menos; contextos mais perturbadores; menos ajuda política ou coesão social, e assim por diante. A percepção da existência ou do mau funcionamento dessas categorias intrínsecas à situação de pobreza é essencial para entender a fundo quais são as causas da pobreza, os motivos de sua permanência e os possíveis meios de sua superação. Dessa forma, fica claro dizer que a pobreza apresenta seu dinamismo porque ela se desdobra de diferentes formas quando considerada em espaços distintos – regiões, países, localidades – e em contextos sociais distintos – a existência de diferentes grupos sociais em um mesmo espaço pode representar diferentes formas de privações e necessidades distintas. Essa constatação só será possível se houver diálogo e participação no relacionamento entre comunidades e empresas, momento em que será possível conhecer as realidades em interação.

Uma maneira de clarificar as distintas denotações é esclarecer a diferenciação entre *pobre* e *pobreza*. Enquanto o primeiro conceito é estático e apresenta o estado de um indivíduo ou grupo social, o segundo termo significa a dinâmica do processo que conduz pessoas às privações psicológicas e materiais capazes de promover uma condição socialmente aceitável. Ainda, a pobreza pode ser um fenômeno “temporário” quando provocado pela idade avançada, por uma doença, por desastres naturais, por guerras ou conflitos civis; mas pode também ser “permanente” devido a fatores estruturais, e ser transmitida de geração a geração. (SEPLAN; IPECE, 2004; OIT, p.67, 2005a).

Se a pobreza é algo dinâmico e multidimensional, pode-se dizer que o processo inverso, ou seja, a saída da pobreza, invariavelmente, passa pelo processo de inclusão, e, por esse motivo, mais uma vez, não pode ser avaliado somente pela insuficiência de renda (OIT, 2005a; SEN, 2000a). A expansão da educação básica, dos serviços de saúde e participação equitativa no mercado, dentre outros, são determinantes na superação da extrema pobreza.

Assim, a luta contra a pobreza envolve ações que buscam resgatar a inserção dos mais pobres à sociedade e às formas de produção, consumo e investimento. Como demonstra Osório:

Embora comumente a pobreza seja definida, para fins de construção de indicadores, como insuficiência de renda, os pobres sofrem privações em várias outras dimensões do bem-estar que não a renda. A renda é por certo um excelente indicador de bem-estar, e uma das razões disso é o fato de que está correlacionada com as privações nas demais dimensões ou, muitas vezes, é sua causa. Contudo, não é possível conhecer a composição e a intensidade das outras privações somente a partir da renda, apenas presume-se sua existência. (OSÓRIO *et al.*, 2011, p.8)

Por essa razão, é possível dizer que, apesar de haver indivíduos que não sofrem com a insuficiência de renda, eles podem apresentar insuficiências em outras dimensões. No entanto, ainda que uma privação afete a todos, como, por exemplo, o não abastecimento de água, é certo que essa privação afetará com maior intensidade os mais pobres.

A pobreza, quando crônica, é capaz de imergir o indivíduo em um sentimento de acomodação e resignação. No Brasil, esse fator é chamado de o “núcleo duro da pobreza”, onde há pessoas que não mais reagem a ela

e são beneficiados apenas por transferências de renda. (NÉRI; IPEA *apud* LIMA; ZETTERSTRÖM 2002, p.9).

A superação da pobreza tem sido um desafio constante, e a caracterização de seus fatores multidimensionais permite-nos traçar alguns caminhos possíveis para a viabilidade da inclusão:

- Coesão social
- Liberdades políticas
- Oportunidades econômicas
- Condições habilitadoras como saúde, educação, infraestrutura

Essas condições tornam-se possíveis devido às disposições institucionais que, segundo Sen (2000, p.19), “proporcionam essas oportunidades” que são “influenciadas pelo exercício das liberdades das pessoas, mediante a liberdade para participar da escolha social e da tomada de decisões públicas que impelem o progresso dessas oportunidades”. Porém, juntamente com a garantia das liberdades, deve ser assegurada a igualdade, parte indissociável do processo de inclusão.

Para a OIT (p.65-69, 2005a), a desigualdade também é parte constituinte do fenômeno da pobreza. Assim como esta, a desigualdade está relacionada com aspectos que vão além da distribuição da renda, estando ligada ao acesso diferenciado a outros recursos econômicos e a direitos sociais, culturais e políticos. Ainda, está relacionada com o poder para promover mudanças. É possível reduzir o nível geral de pobreza e, ao mesmo tempo, não reduzir ou, inclusive, aumentar o nível de desigualdade, como mostra, por exemplo, a crescente polarização da renda em alguns países da América Latina.

POBREZA ABSOLUTA E POBREZA RELATIVA

Outro modo de se definir pobreza sob os aspectos materiais é distingui-la entre pobreza absoluta e relativa, duas abordagens macroeconômicas do conceito. A primeira abordagem refere-se à fixação de padrões para se obter o nível mínimo de necessidades vitais relacionadas às condições físicas, ou seja, a pobreza absoluta se refere à linha da pobreza, a qual é traçada para se determinar a porcentagem da população abaixo desse nível.

Usar a linha de pobreza como mensurador desse estado de privação é o método mais difundido atualmente no Brasil. Ele é capaz de estimar os níveis de pobreza

comparando a renda *per capita* das famílias com o custo de satisfação das necessidades básicas. A renda *per capita*, por sua vez, é o resultado da divisão do rendimento total de cada família pelo número de pessoas que a constitui. Esse número inclui a pessoa de referência da família, o cônjuge, filhos, outros parentes e agregados e exclui pensionistas, empregados domésticos e parentes dos empregados domésticos.

A pobreza relativa, por sua vez, recai sobre a relação da desigualdade na distribuição de renda quando comparado a outros indivíduos em determinado país ou região. (CRESPO; GUROVITZ, 2002; OIT, p.65-67, 2005a). Trata-se de satisfazer as necessidades de uma parcela da sociedade em que o mínimo vital já é garantido a todos. O objetivo torna-se, portanto, a identificação dos “relativamente pobres” e a redução das desigualdades sociais. (ROCHA, 2003 *apud* SILVA; SOUZA, p.31, 2010).

VULNERABILIDADE DA POBREZA

Há uma condição indissociável à vida do pobre que alarga ou estreita a interferência de fatores externos à precariedade de suas condições de vida: a sua vulnerabilidade. Para compreender determinados processos que levam as pessoas a entrar ou permanecer em condição de pobreza, é necessário refletir brevemente sobre o conceito de vulnerabilidade. Definida como condição de maior risco e insegurança, frequentemente acompanha a situação de pobreza. A vulnerabilidade pode ser consequência da ausência de recursos econômicos para proteger os indivíduos ou famílias das consequências de ações inesperadas (catástrofes naturais, doenças etc.), mas também “o que tornam vulneráveis tanto homens quanto mulheres são os processos de desvalorização social”. (OIT, p.70, 2005a).

A desvalorização ou exclusão social nesse contexto, compreendida como privação relacional capaz de originar outros tipos de privações que vão excluindo ou limitando as oportunidades, ou de aprofundar situações já precárias, eleva o nível de vulnerabilidade do indivíduo ou até mesmo de um grupo de indivíduos. O mérito do uso da linguagem da exclusão é, segundo Sen (p.10, 2000b), poder chamar atenção para as características relacionais da privação e tentar compreender se essa privação específica foi responsável pelas situações de fome ou de outras privações.

De qualquer modo, esse é um estado que torna o ciclo da pobreza tão perverso, pois, ao sair de um tipo de privação, o indivíduo pode se ver preso a outra, muitas vezes mais decisiva em sua vida. Portanto, a

exclusão aprofunda o ciclo da pobreza alargando suas vulnerabilidades, pois liga os aspectos psicológicos à constante flutuação das privações, ao mesmo tempo jogando com a moral e autoestima dos pobres como também com a imagem construída externamente sobre eles, criando, assim, estigmas psicológicos e sociais.

Ademais, a vulnerabilidade é capaz de mostrar a forma como determinados processos conduzem a eventos potencialmente adversos, incapacidades de respostas e a uma adaptação inadequada dos indivíduos a uma nova situação. Diante dessas condições, acreditamos que a inclusão pelas forças de mercado carrega em si o potencial de alavancagem do desenvolvimento humano e melhoria da qualidade de vida dos menos favorecidos, ao mesmo tempo em que estimula a inovação dos modelos de negócios atuais, sua competitividade e capacidade de geração de lucros.

VULNERABILIDADE AMBIENTAL

Muitas das interações entre a sociedade e o meio ambiente podem resultar na vulnerabilidade de indivíduos a eventos climáticos extremos, ressaltando as vulnerabilidades dos serviços do ecossistema³. O perigo é maior quando, na tentativa de reduzir os riscos e os perigos, a exposição de indivíduos se eleva.

A dimensão ambiental da vulnerabilidade também está ligada ao papel de regulação dos serviços de ecossistemas e funções de ecossistemas, os quais implicam impactos diretos aos grupos sociais, principalmente aqueles que dependem desses ecossistemas para sua sobrevivência. A degradação dessas áreas contribui para a exacerbação das vulnerabilidades humanas. De acordo com o relatório do IPCC (2012), a erosão dos serviços e funções dos ecossistemas pode reduzir as alternativas de subsistência e atividades de geração de renda devido à degradação ambiental. Além disso, os custos de acesso a esses serviços de ecossistemas também se tornam mais elevados, como, por exemplo, o tempo e a distância necessários para uma comunidade obter acesso à água potável pode aumentar significativamente durante eventos extremos como as secas.

³Serviços de ecossistemas referem-se às condições e processos pelos quais os ecossistemas naturais e as espécies que os compõem suportam e preenchem a vida da humanidade. Eles mantêm a biodiversidade e a produção de bens do ecossistema, como, por exemplo, madeira, pastagens, biomassa, fibras naturais, compostos farmacêuticos, alimentos variados, produtos industriais variados etc. Além da produção de bens, os serviços dos ecossistemas representam funções de suporte da vida, como limpeza, reciclagem e renovação, além de apresentar inúmeros valores e benefícios estéticos e culturais.

Muitas das causas antropogênicas de desastres ambientais poderiam ser evitadas ou mitigadas, contribuindo, assim, para o aumento da resistência da vulnerabilidade de indivíduos mais pobres ou grupos sociais menos favorecidos em relação à dimensão ambiental. Por outro lado, a relação entre comunidade e empresa pode surtir em adaptação e conhecimentos para se evitar perdas maiores de espaços ambientais vulneráveis, os quais representam perdas não só para o meio ambiente, mas também para a produtividade do solo, delimitando cada vez mais o acesso a recursos.

a pergunta a ser feita é como integrar essas potencialidades de modo a estabelecer uma conexão entre ambas as partes conjugando uma relação ganha-ganha-ganha? Como a empresa pode incluir, é uma colocação relevante, mas como ela pode ser incluída eleva as possibilidades de se estabelecerem trocas benéficas e duradouras e que gerem autonomia aos negócios e às pessoas, ao mesmo tempo preservando o meio ambiente.

INTERAÇÃO ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADES

A inclusão pelas forças de mercado deve atender a alguns princípios norteadores que constituem o contexto de interação entre empresa e comunidade:

- **A inclusão deve ser feita por meio do *core business* da empresa.** Significa que a abordagem de mercados inclusivos está além do estágio de filantropia e do investimento social privado, atingindo um modelo de como se fazer negócios mantendo-se o *core business* e, ao mesmo tempo, inovando em suas estratégias e recursos para englobar um novo mercado em sua carteira, sem causar dependência. Do mesmo modo, é o *core business* da empresa que deve influenciar e ativar meios de inclusão na comunidade, contribuindo assim para a diversidade e dinâmica de atuação de forças variadas de mercado em um único contexto.
- **As engrenagens do mercado não podem parar.** Incluir pelo mercado não significa que se deva interromper o fluxo da atuação e interação das forças de mercado. Esse é um processo básico para que a inclusão possa vislumbrar possibilidades de permanência, já que, para que um mercado se mantenha, as trocas entre duas ou mais partes deve ser assegurada.
- **Se há trocas, ambas as partes são aptas a incluir.** Uma remodelagem de pensamento é primordial para o sucesso no desenvolvimento de modelos de negócios inclusivos. Tanto as empresas quanto as comunidades possuem o potencial de inclusão da outra parte, o qual é incipiente e habilitado a partir da interação:

1. Contexto de interação entre empresas e comunidades

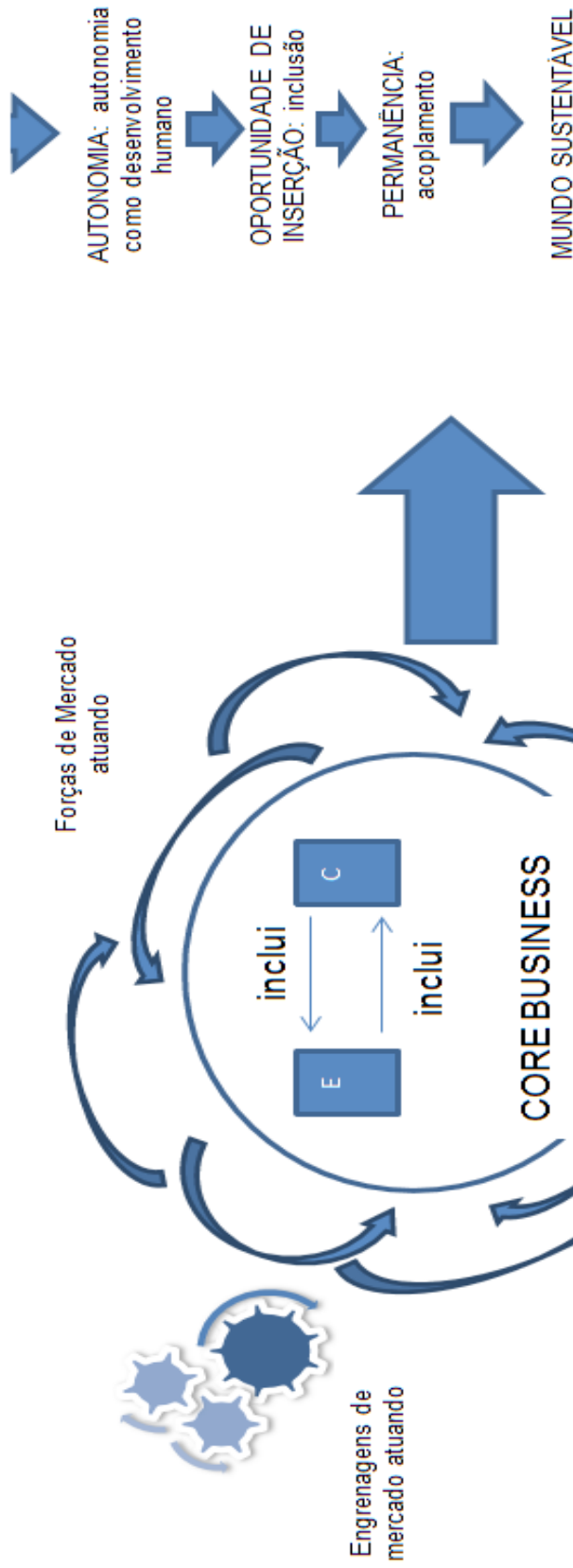


Figura 1: As empresas incluem dentro do universo seu core business. A interação dentro desse universo permite à comunidade lançar suas próprias formas de inclusão. A garantia de inclusão a partir do core business da empresa permite estabelecer modelos de inovações nos negócios de variados setores, frutos de processos oriundos da comunidade e da empresa, em uma relação ganha-ganha. Ao mesmo tempo, isto permite que as engrenagens de mercado continuem funcionando, o que, por sua vez, permite a livre atuação das forças de mercado. Os resultados benéficos são mútuos: lucros e contínuo aprimoramento dos negócios da empresa e ampliação das possibilidades da comunidade em incluir e ser incluída, a partir da dinâmica cada vez mais constante das forças de mercado. As condições ordenadoras do lado da comunidade são seu desenvolvimento humano e pegada ecológica.

Figura 1: Processo de Interação entre empresas e comunidades e suas resultantes
Fonte: Montagem própria

2. Processos resultantes da interação

O mundo sustentável e inclusivo leva em conta as preposições da Visão 2050, do WBCSD. No cenário da Visão 2050, estima-se que 9 bilhões de pessoas viverão bem, respeitando os limites do planeta. Nesse cenário futuro, deve ser considerada a inclusão de ricos e pobres na interação com o mercado, mantendo seus estilos de vida e de consumo dentro do novo paradigma da sustentabilidade. A inclusão deverá respeitar o nível de vida “em que as pessoas tenham acesso e capacidade para financiar educação, saúde, mobilidade, condições essenciais de alimentação, água, energia, habitação e bens de consumo”. Tudo isto de forma que “o nível de vida possa ser sustentado através dos recursos naturais disponíveis e sem prejudicar a biodiversidade, o clima e os outros ecossistemas”.

A seguir, são descritos os três processos resultantes deste contexto de interação entre empresas e comunidades, os quais possuem o poder de gerar, integrar e garantir autonomia, oportunidades de inclusão e permanência. Tais processos estão vinculados à concepção de inclusão pelo mercado por terem o potencial de habilitar ambas as partes em interação a construir conexões entre si próprias e com as forças de mercado, formando um campo de dinamismo capaz de levar a sucessivos modelos de inovações e formas de cooperação.

AUTONOMIA

De acordo com o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa⁴, autonomia significa:

- Liberdade para usar leis próprias, independência; liberdade moral ou intelectual.



De maneira simples, dizer que uma pessoa é autônoma é o mesmo que dizer que ela é capaz de governar a si mesma usando de sua faculdade racional. Para Piaget⁵ teórico amplamente utilizado na formulação pedagógica brasileira, a autonomia constitui a última fase do desenvolvimento da moral. Nesse estágio, concretiza-se a legitimação das regras, em que o indivíduo adquire a consciência

moral e formula seus próprios princípios éticos. Julga-se ainda que, a partir da conquista da autonomia, o sujeito cumpre seus deveres com consciência de sua necessidade e significação, mesmo na ausência de autoridade. A responsabilidade pelos atos é fortalecida pela intenção, ultrapassando a responsabilidade assumida apenas pelas suas consequências. As características predominantes em um contexto de autonomia são cooperação, amor, respeito, democracia, livre-arbítrio e reciprocidade.

Contudo, para a concepção de mercados inclusivos, a ideia de autonomia apenas fará sentido se ela estiver relacionada ao desenvolvimento humano. Essa concepção, na definição lançada pelo PNUD⁶, significa

O processo de ampliação das escolhas das pessoas para que elas tenham capacidades e oportunidades para ser aquilo que desejam ser.

Diferentemente da perspectiva do crescimento econômico, que vê o bem-estar de uma sociedade apenas pelos recursos ou pela renda que ela pode gerar, a abordagem de desenvolvimento humano procura olhar diretamente para as pessoas, suas oportunidades e capacidades. A renda é importante, mas como um dos meios do desenvolvimento e não como seu fim. É uma mudança de perspectiva: com o desenvolvimento humano, o foco é transferido do crescimento econômico, ou da renda, para o ser humano.

O conceito de Desenvolvimento Humano também parte do pressuposto de que, para aferir o avanço na qualidade de vida de uma população, é preciso ir além do viés puramente econômico e considerar outras características sociais, culturais e políticas que influenciam a qualidade da vida humana.

Sachs retrata essa ideia com clareza, ao relacionar a superação da pobreza ao desenvolvimento, quando diz que “Desenvolvimento se define em termos de menos gente faminta, menos gente pobre, menos gente dormindo nas ruas”. Essa realidade envolve o mercado ao pressupor que “a fome no mundo não decorre da escassez de alimentos e sim do poder de compra insuficiente dos consumidores potenciais [...]”. Em seu livro, ao citar os relatórios da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento), Sachs destaca uma preposição importante acerca do desenvolvimento, cuja ideia é aliada ao conceito desenvolvido pelo PNUD⁷. Ele apresenta o seguinte:

O desenvolvimento é um conceito multidimensional: os seus objetivos são sempre sociais e éticos (solidariedade sincrônica). Ele contém uma condicionalidade ambiental explícita (solidariedade diacrônica com as gerações futuras); o crescimento econômico, embora necessário, tem um valor apenas instrumental; o desenvolvimento não pode ocorrer sem crescimento, no entanto, o crescimento não garante por si só o desenvolvimento; o crescimento pode, da mesma forma, estimular o mau desenvolvimento, processo no qual o crescimento do PIB é acompanhado de desigualdades sociais, desemprego e pobreza crescentes [...]. (SACHS, 2008, p.69-72).

⁴Disponível em: <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=autonomia>

⁵Biólogo e psicólogo suíço (1896-1980)

⁶Esta definição pode ser encontrada no site do PNUD, disponível em: http://www.pnud.org.br/IDH/DesenvolvimentoHumano.aspx?indiceAccordion=0&li=li_DH

⁷Entrevista publicada originalmente no suplemento Carta Verde, editado em parceria pela Envolverde e revista Carta Capital. Disponível em: http://www.nossofuturoroubado.com.br/arquivos/dezembro_09/paradigma.html

O desenvolvimento como habilitador do ser humano

O desenvolvimento pretende habilitar cada ser humano a manifestar potencialidades, talentos e imaginação, na procura da autorrealização e da felicidade, mediante empreendimentos individuais e coletivos, numa combinação de trabalho autônomo e heterônomo e de tempo dedicado a atividades não produtivas.

A boa sociedade é aquela que maximiza essas oportunidades, enquanto cria, simultaneamente, um ambiente de convivência e, em última instância, condições para a produção de meios de existência (livelihoods) viáveis, suprindo as necessidades materiais básicas da vida – comida, abrigo, roupas – numa variedade de formas e de cenários – famílias, parentela, redes, comunidades.

Fonte: SACHS, 2008, p.35.

Investir na remoção de restrições de mercados dos mais pobres e no fortalecimento do potencial dos mesmos também representa autonomia para o desempenho das empresas, ao aumentar sua qualidade e produtividade e estimular a demanda de mercado, melhorando, assim, a competitividade ao desenvolver novas capacidades e incrementar a reputação corporativa. Por outro lado, quando investem na educação e treinamento de seus empregados, as empresas colaboram na formação da autonomia da comunidade, através da criação de uma força de trabalho mais capacitada que beneficiará também outros mercados e negócios.

Ao tornarem-se autônomos, as oportunidades de inclusão para os indivíduos mais pobres alargam-se, desenvolvendo simultaneamente o potencial humano das comunidades e o potencial de inclusão pelas empresas, e vice-versa.

OPORTUNIDADE DE INCLUSÃO

Criar oportunidades justas de inclusão significa defender a inclusão justa e sustentável, partindo dos princípios já relatados da ideia de liberdades individuais proposta por Amartya Sen. Essas liberdades asseguradas pelo desenvolvimento includente propagam-se plenamente em um ambiente que valorize a democracia, que é o instrumento capaz de garantir a transparência e a responsabilização necessárias aos processos de desenvolvimento. (SEN, 2000). Assim, o crescimento

excludente das forças de mercado e concentrador de renda e de riqueza torna-se perverso, anormal e desigual dos processos de inclusão social.

A noção de desenvolvimento includente, proposta por Sachs (2008, p.38), se converte em requisito central para a inclusão justa. Esse economista lista dois aspectos do crescimento excludente:

- Mercados de trabalho fortemente segmentados que mantêm grande parcela da maioria trabalhadora confinada a atividades informais, sem nenhum acesso à proteção social.
- Fraca participação política, ou completa exclusão dela, de parcelas da população pouco instruídas, suborganizada e absorvida na luta diária pela sobrevivência.

Alinhar os mercados com a noção de inclusão, como já visto, resulta na criação de valores para todos: para as empresas, para os pobres e para o meio ambiente. Esse novo paradigma em nada se distancia da abordagem atual do desenvolvimento sustentável, que reivindica as mesmas mudanças profundas e permanentes nas formas existentes até então de se fazer negócios. Tanto as empresas quanto as comunidades precisam colidir seus interesses e necessidades e, para isso, o diálogo – mais uma vez – apresenta-se como primordial na formulação de novos paradigmas de relacionamento.

A inclusão também passa pela informação, que é crucial para a criação de mercados com os pobres. Muitos não são incluídos por não possuírem conhecimento de produtos e serviços direcionados a eles, ou não entendem a proposta de valor relacionada a certos tipos de consumo. Por exemplo, o estímulo para instalações sanitárias em comunidades de baixa renda poderia ser feito a partir da conscientização sobre saneamento e higiene. Do mesmo modo, uma prestadora de serviços financeiros poderia fornecer programas de educação financeira para seus consumidores de crédito ou até mesmo conhecimentos básicos de contabilidade e administração para clientes donos de micros e pequenos negócios.

É essencial dar acesso às pessoas para que elas se tornem microempreendedoras. Para isso, é fundamental que essas pessoas aprendam a ser “autoconfiantes, seguras de si e capazes de entender o significado de investimento e retorno, crédito e lucro”. (PRAHALAD, 2010). Além disso, a essas pessoas é preciso dar a oportunidade de economizar para se tornarem microinvestidores:

O acesso à conta poupança e às finanças modernas é crucial para preencher esse papel. Muitas delas também são inovadoras. [...]. Se pararmos de pensar nos pobres como vítimas ou como um fardo e começarmos a reconhecê-los como empreendedores incansáveis e criativos e consumidores conscientes de valor, um mundo totalmente novo de oportunidades se abrirá. (PRAHALAD, p.47, 2010).

Os indivíduos mais pobres, vistos como mercado consumidor, constituem nova carteira de mercado para setores de bens e serviços. A BP como força empreendedora torna-se uma forma inteligente e sustentável de responsabilidade social corporativa, pois acaba revertendo-se em efeito multiplicador de desenvolvimento pessoal, empregabilidade e novas dinâmicas de mercado. As possibilidades que podem surgir diante de indivíduos poupadores poderiam resultar em atributos positivos às rendas dos indivíduos e das famílias. Tudo isso, por sua vez, garante-lhes perspectivas e meios de permanência nesse ciclo gerador de oportunidades de inclusão pelas forças de mercado. Com oportunidades adequadas, os indivíduos têm a capacidade de moldar seu próprio destino.

PERMANÊNCIA

Muito além da filantropia, o desafio das empresas será o de elaborar novas estratégias que envolvam os mais pobres em parceria e os posicionem como participantes ativamente engajados nos mercados. Portanto, não se trata de abrir mão do lucro, mas de concebê-lo de forma diferenciada de que tem sido feito até então.

A importância de se desenvolverem consumidores, investidores, trabalhadores e empreendedores entre os mais pobres não é somente estimular a inclusão de indivíduos conscientes, mas, além disso, torná-los também ativos, autônomos, com opções e liberdades de escolha e autoconfiantes:

Os mercados na BP devem se tornar parte integrante do trabalho do setor privado. Precisam ser uma parcela dos negócios principais das empresas; não podem ser simplesmente relegados à esfera de iniciativas de responsabilidade social corporativa. Criar mercados na BP com sucesso envolve mudança operacional das corporações multinacionais tanto quanto altera o funcionamento dos países em desenvolvimento. Os mercados da BP precisam passar a ser parte integrante do sucesso da empresa para atrair a atenção da

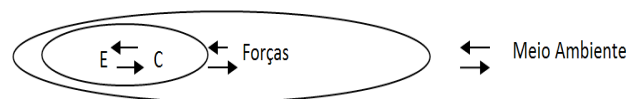
cúpula diretiva e também a alocação sustentada de recursos. (PRAHALAD, p.52, 2010).

O aumento da participação econômica de grupos desfavorecidos – como os mais pobres – é capaz de gerar valores recíprocos para a comunidade e para os negócios, resultando no aumento da rentabilidade do investimento para a remoção de restrições do mercado e para a elevação das potencialidades dos mercados mais pobres. Assim, será possível não apenas aumentar a eficácia de empregados e fornecedores, mas também desenvolver capital humano responsável por gerar outras oportunidades econômicas para as empresas.

É necessário compreender e reconhecer que esse ciclo perpetuador de oportunidades encontra espaço para reprodução apenas quando há o *acoplamento* da interação entre comunidades e empresas, dentro da noção de mercados inclusivos.

Acoplamento é um termo derivado da teoria da Autopoiesis, de Humberto Maturana e Francisco Varela, neurobiólogos de formação. Falar em acoplamento significa analisar a dinâmica interna do ser vivo e sua interação com o mundo em que vive. É o acoplamento estrutural o que dá funcionalidade aos organismos, pois é a interação com o meio que lhes provoca uma mudança estrutural contínua e a conservação dessa relação recíproca contínua de transformação. Assim, com a teoria analisada sob os auspícios da cognição, é possível dizer que o homem vive em constante processo de construção e autoconstrução, e sua interação com o meio ocorre a partir de uma regulação circular, na qual o meio age sobre o indivíduo e este sobre o meio. Não há sobreposição e determinação de um sobre o outro.

No modelo de mercados inclusivos, essa abordagem – adaptada à gestão – significa analisar a dinâmica interna da empresa e a da comunidade, assim como a interação entre si e com o mercado, através do diálogo.



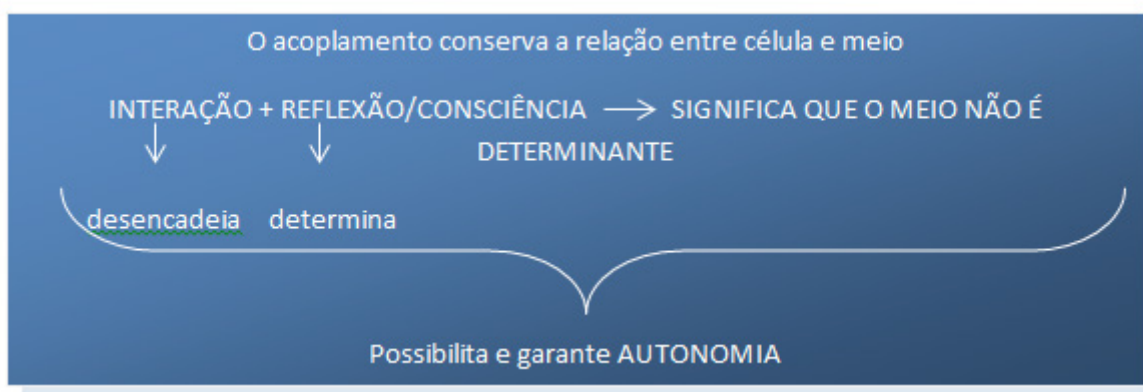
A interação entre comunidade e empresa através do acoplamento provoca em ambos mudança estrutural contínua, enquadrando-os nos parâmetros de atuação de mercados inclusivos e mantendo-os em uma trajetória compartilhada, em relação contínua de transformação. Dessa forma, o mercado passa a ser visto como o lócus de interação, em que comunidade e empresa agem um sobre o outro em processo de mútua inclusão.

Para que a trajetória do mercado permita a evolução rumo ao futuro sustentável, faz-se necessário que a construção e autoconstrução recíprocas sejam regidas pela intencionalidade consciente das partes.

Para os negócios, isto implica reflexão consciente que, como aborda Andrade (2012), é diferente e até oposta à concepção de um “adquirir informação”. A Autopoiesis ressalta a necessidade de reflexão por entender que:

A reflexão é um processo de conhecer como conhecemos, um ato de nos voltarmos sobre nós mesmos, a única oportunidade que temos de descobrir nossas cegueiras e de reconhecer que as certezas e os conhecimentos dos outros são, respectivamente, tão nebulosos e tênues quanto os nossos. (MATURANA; VARELA, 1995, p.67 *apud* ANDRADE, 2012, p.108).

O diálogo entre empresas e comunidades, embora primordial, não é suficiente para manter o ciclo de transformações rumo à sustentabilidade. A reflexão sobre as formas de interações passadas podem e devem fornecer aprendizados para o aperfeiçoamento dos negócios e consequente ampliação da inclusão. Essa reflexão consciente impede que a interação ocorra mecanicamente, abrindo, portanto, espaço para o desenvolvimento da autonomia:



Visto que o acoplamento surge da interação e passa a provocar-lhe mudança estrutural contínua, ele é também o fator responsável pela conservação das relações existentes, isto é, de sua permanência. Assim, a interação madura entre empresas e comunidades por meio das forças do mercado é capaz de gerar autonomia e criar possibilidades de inclusão mútua com a garantia de permanência desse ciclo, tornando-o multiplicador de processos de inclusão pelas forças de mercado. Como coloca Sachs (2008, p.27), as economias não se desenvolvem simplesmente porque existem. Para ele, o “desenvolvimento econômico tem sido uma exceção histórica e não a regra. Não acontece espontaneamente como consequência do jogo livre das forças de mercado”. Dito de outra forma, a atuação pura e simples do mercado é incapaz de formar agentes autônomos, sendo somente através da interação e reflexão consciente de empresas e comunidades que o processo de inclusão pelo mercado se torna efetivo e duradouro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A superação da pobreza por meio do modelo de mercados inclusivos, como demonstrado, atinge seu grau de efetividade ao se garantir a autonomia consciente das comunidades e das empresas, assim como dos indivíduos. A ideia de desenvolvimento humano não se desagrega da ideia de desenvolvimento econômico, e autonomia, neste caso, está relacionada a ambos. Um ser autônomo possui a independência e a consciência para escolher aquilo que o capacite e amplie suas oportunidades para ser o que deseja ser. Por outro lado, a garantia da autonomia se dá pelo processo do acoplamento consciente e intencional entre empresa e comunidade, o que significa que o diálogo refletido resultante da interação proporciona a conservação madura entre um e outro e a preservação da autonomia adquirida pela inclusão através do mercado.

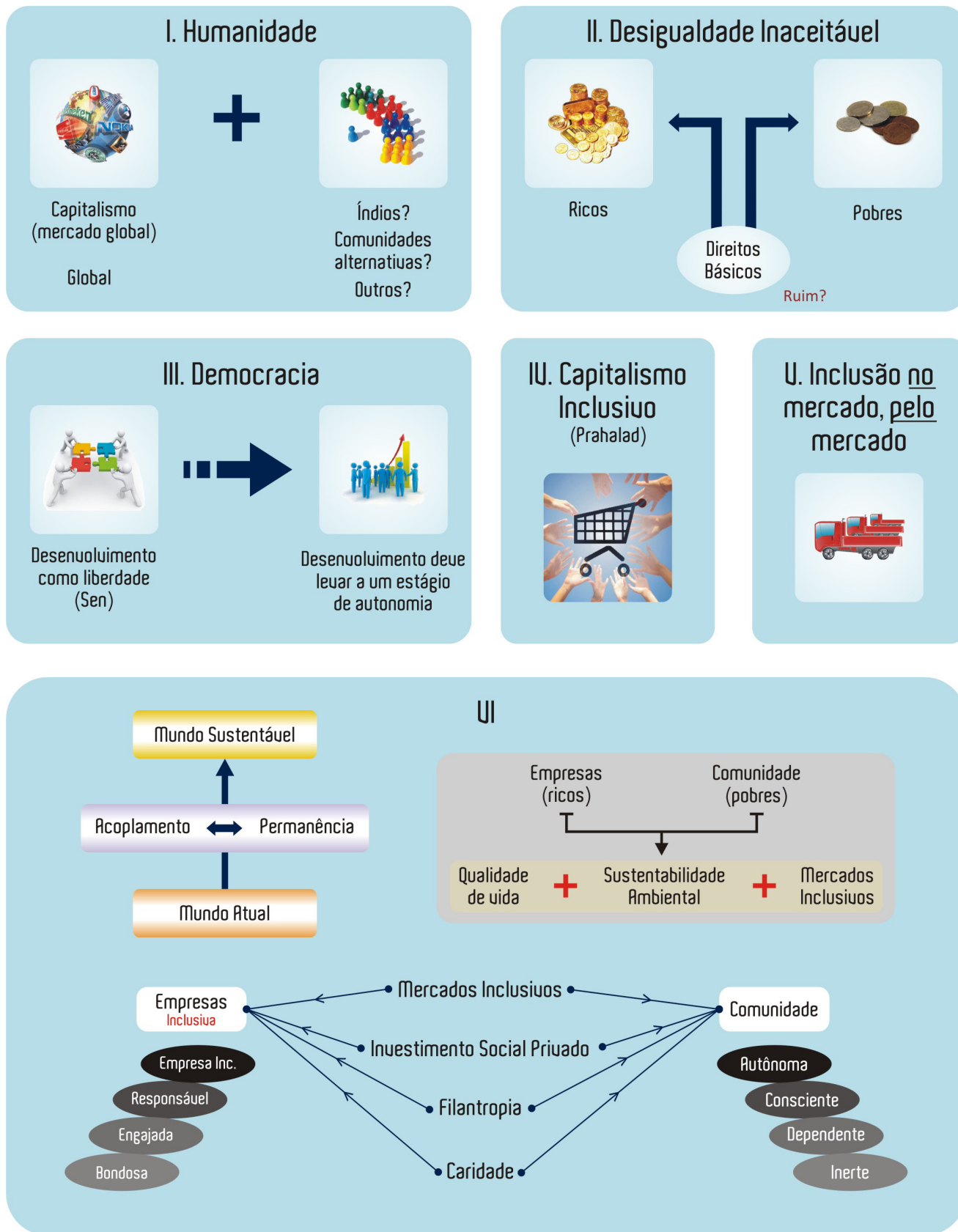
Dessa forma, as delimitações do desenvolvimento econômico tornam-se mais claras e consistentes na medida em que se reconhece o valor da inclusão. Se, de um lado, as empresas podem expandir o potencial para o crescimento em longo prazo e desenvolver novos mercados, de outro é possível vislumbrar a integração dos mais pobres nas redes de valor em seus diversos estágios. A inclusão abre espaço para a criação de novas tecnologias, produtos, serviços e processos; cria oportunidades para expansão de mão de obra e prospecção de lucros. Para os mais pobres, essas vantagens representam facilidade de acesso aos bens e serviços inovadores de empresas inclusivas, que sejam capazes de atender às necessidades mais básicas daqueles e aumentar a produtividade destes. A partir da melhoria de sua renda, do aumento de sua qualidade de vida e de sua autonomia, os menos favorecidos alargam suas possibilidades de escaparem da pobreza por conta própria e permanecerem longe dela.

Essas proposições corroboram a tese de Sem (2000) sobre a liberdade humana, condição essencial da

participação na vida em sociedade e da garantia dos direitos essenciais à vida. Um indivíduo livre torna-se agente canalizador de mudanças - pessoais e profissionais -, o que lhe permite estabelecer-se com segurança no ambiente caracterizado pela atuação dos mercados.

Convém esclarecer que o contexto propício para o desenvolvimento de mercados inclusivos é caracterizado pela democracia e pelo capitalismo. A democracia é o ambiente em que há espaço para o florescimento das liberdades. Já o capitalismo, embora tenha sofrido fortes crises recentemente e em alguns outros recantos de sua história, é crucial para o entrelaçamento das forças de mercado como fatores de inclusão. Contudo, a reformulação de pensamento atual acerca do desenvolvimento sustentável requer a busca de novos paradigmas também para a estrutura econômica dominante no mundo, e é a partir dessa consciência que a proposição do modelo de mercados inclusivos pode ser considerada aplicável em um ambiente fomentador de um capitalismo inclusivo.

A remodelagem do contexto atual para os mercados inclusivos - em direção ao mundo sustentável



Fonte: Montagem própria

A importância de fazer negócios com os mais pobres envolve a quebra de paradigmas, significando um avanço em termos da sustentabilidade. A questão, ainda incipiente, não alcançou a amplitude que tem o potencial de atingir, não pelo fato de muitas empresas não o desejarem, mas pelo fato de muitos não saberem como fazer. O caminho para o mundo sustentável exige questionamentos sobre como fazer diferente, pois é esse o combustível para transformar a maneira que atualmente as empresas fazem negócios.

A Iniciativa em Mercados Inclusivos do Núcleo Petrobras de Sustentabilidade, com o seu Grau de Inclusividade, delimita formas de como amadurecer a interação empresa-comunidade, levando em conta as implicações da inclusão para o meio ambiente. A autoavaliação permite às comunidades e às empresas estabelecerem o seu grau de inclusão e situarem-se dentro do modelo que escala seus estágios em direção ao aumento da qualidade de vida e da sustentabilidade ambiental em um contexto de mercados inclusivos, em que as forças de mercado trabalham constantemente em processos de inclusão e permanência, almejando a autonomia dos mais pobres.

Assim, ficam latentes alguns desafios para os mercados:

- Como reduzir os impostos, que são mais altos para os pobres devido ao deficiente acesso à distribuição e devido ao papel dos intermediários/atravessadores locais. A solução pode ser fácil para o setor privado organizado, pois possui escala, eficiência operacional e o *know-how* gerencial gerador de eficiência para os consumidores potenciais.
- Os pobres querem alta qualidade a preços que possam pagar. Desse modo, as empresas precisarão lidar com a pressão sobre os custos de desenvolvimento, fabricação e distribuição.
- A criação de diálogos é fundamental para o acoplamento de interesses entre os negócios e as potencialidades presentes nas comunidades. Mas, para que ele ocorra de fato, a maturidade empresarial deverá galgar novos degraus em direção à prática de seus negócios e às formas e aos destinos de seus investimentos.
- Visto que a interação entre o mercado e os indivíduos mais pobres carrega em si o potencial para inovações, também é preciso questionar de que modo ela pode ser uma fonte de inovações ecologicamente sustentáveis. O suprimento de um acréscimo de quatro bilhões

de microprodutores e consumidores deve ocorrer concomitantemente à proteção do meio ambiente. É preciso inovar e incluir com vistas ao desenvolvimento ambiental, possibilitando a redução e eliminação dos impactos negativos aos recursos naturais mais essenciais à produtividade.

A inclusão já representa um desafio para os negócios, mas ela não pode ocorrer desvinculada da preocupação com os aspectos ambientais, pois, quanto mais agregados esses fatores estiverem, maiores condições de permanência e evolução em ciclos geradores de prosperidade. Afinal, como coloca Prahalad (2010), não se deve prometer qualidade com classe mundial, mas satisfazer, por meio de cuidadosa análise de inovação de processos, os requisitos de inovações bem-sucedidas na interação com a pobreza: preço/desempenho, ajuste de escala, inovações híbridas de alta tecnologia, e desenvolvimento sustentável e ecologicamente correto.

REFERÊNCIAS

ALKIRE, Sabina; CONCONI, Adriana; ROCHE, José Manuel. *Multidimensional Poverty Index 2013: Brief Methodological Note and Results*. Oxford Poverty & Human Development (OPHI), University of Oxford. February, 2013.

ANDRADE, Claudia Castro de. A fenomenologia da percepção a partir da Autopoiesis de Humberto Maturana e Francisco Varela. *Griot – Revista de Filosofia*, v.6, n.2, dezembro/2012. Disponível em: <http://www.ufrb.edu.br/griot/index.php/edicao-atual>. Acesso em: 18 fev. 2013.

BOECHAT, Cláudio; FARIA, Júnia. Trazendo a “inclusividade” para o centro dos negócios e dos mercados. *DOM: a revista da Fundação Dom Cabral*, Nova Lima, n.15, p.44-49, jul./out. 2011.

_____. Grau de inclusividade: uma ferramenta para o desenvolvimento de mercados inclusivos. *DOM: a revista da Fundação Dom Cabral*, Nova Lima, v. 6, n. 17, p. 58-65, mar./jun. 2012.

CRESPO, Antônio Pedro Albernaz; GUROVITZ, Elaine. A pobreza como um fenômeno multidimensional. *RAE-eletrônica*, vol. 1, n. 2, jul-dez/2002. p.1-12.

IPCC, 2012: *Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate Change Adaptation*. A Special Report of Working Groups I and II of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Field, C.B., V. Barros, T.F. Stocker, D. Qin, D.J. Dokken, K.L. Ebi, M.D. Mastrandrea, K.J. Mach, G.-K. Plattner, S.K. Allen, M. Tignor, and P.M. Midgley (eds.)]. Cambridge University Press, Cambridge, UK, and New York, NY, USA, 582 pp.

LIMA, Marcos Costa. Raízes da miséria no Brasil: da senzala à favela. In: LIMA JR., Jayme Benvenuto; ZETTERSTRÖM, Lena (orgs.). *Extrema pobreza no Brasil: a situação do direito à alimentação e moradia adequada*. São Paulo: Loyola, 2002.

NARAYAN, Deepa (org.). *Can anyone hear us?: voices of the poor*. World Bank, 2000.

OECD Better Life Index. Disponível em: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/>.

OIT. *Manual de capacitação e informação sobre gênero, raça, pobreza e emprego: guia para o leitor*. Organização Internacional do Trabalho - Brasília: OIT, 2005a. Módulo 1.

_____. *Manual de capacitação e informação sobre gênero, raça, pobreza e emprego: acesso ao trabalho decente*. Organização Internacional do Trabalho - Brasília: OIT, 2005b. Módulo 3.

OSORIO, Rafael Guerreiro et al. *Perfil da pobreza no Brasil e sua evolução no período 2004-2009*. Brasília: Ipea, 2011. (Texto para Discussão n. 1647).

PNUD. *Criando valores para todos: estratégias para fazer negócios com os pobres*. New York: UNDP, 2008.

PRAHALAD, C. K. *A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

RODRIGUES, Eduardo Vítor [et al.]. A pobreza e a exclusão social: teorias, conceitos e políticas sociais em Portugal. *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1999. p. 63-101.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento: incluído, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SEN, Amartya. *Social Exclusion: concept, application, and scrutiny*. Office of Environment and Social Development; Asian Development Bank. June, 2000.

_____. The possibility of social choice. *American Economic Review*, 89. July, 1999.

SEPLAN; IPECE. *Fundo de Combate à Pobreza*. Governo do Estado do Ceará; Secretaria do Planejamento e Coordenação (SEPLAN); Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE). Fortaleza, 2004. p.1-15.

SILVA, Renata Danielle Moreira; SOUZA, Lídio de. A produção acadêmica brasileira acerca da pobreza na perspectiva da teoria das representações sociais. Barbacena. *Revista Mental*, ano VIII, n.14, jan./jun. 2010, p.29-48.

TERRA, Márcia Regina. *O desenvolvimento humano na teoria de Piaget*. Doutoranda em Linguística Aplicada/ IEL, Unicamp. Publicações de Alunos de Graduação e Pós-Graduação do Instituto de Estudos da Linguagem – Unicamp. Disponível em: <http://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/>. Acesso em: 26 fev. 2013.