

## **Meio cálice de otimismo**

*J. Roberto Whitaker Penteado*

Circula pela Web e um amigo mandou-me um artigo interessante assinado pelo consultor Luiz Marins, A Parte Cheia do Cálice chamado Brasil.

Pelo que sei, o artigo é baseado numa apresentação que faz em programas de treinamento, mostrando o que representa o Brasil na economia mundial.

O título é alusão à conhecida anedota sobre o pessimista e o otimista, diante de meio copo de bebida: um vê o copo meio-vazio; o outro o vê meio-cheio.

O autor propõe que esqueçamos, por um instante, as desgraças, os seqüestros, as alentadas estatísticas sobre miséria e carências, que fazem o dia-a-dia dos meios de comunicação, para refletir sobre "a parte cheia": os fatos e as estatísticas que levam, por exemplo, os participantes do Fórum Mundial de Davos a considerar nosso país como objetivo preferencial de seus investimentos (juntamente com a Índia e a China).

Mas não é uma proposta vazia. Marins explica, com detalhes, que há, no mundo atual, mercados "maduros" e mercados emergentes. Nos mercados maduros do primeiro mundo, como EUA, Japão e CEE, os índices de crescimento são baixos. O consumo de cerveja aumentou apenas 2%, nos EUA, nos últimos 5 anos e não aumentará mais que isso no próximo quinquênio. O mercado de biscoitos da Inglaterra não cresce há 10 anos e, no Japão, para comprar um carro novo o governo exige um atestado comprovando que o cidadão possui lugar para guardá-lo.

Enquanto isso, no Brasil, nos últimos 5 anos (de acordo com a Nielsen), em alguns segmentos de consumo, as cifras são estonteantes: 859% de aumento em fraldas descartáveis, 369% em mistura para bolos, 310% em alimentos para gatos, 273% para cães, 219% em leite longa vida, 176% em cereais matinais, 81% em água mineral...

Mais: o Brasil é o 4º mercado do mundo para lavadoras de roupa, 3º maior em refrigerantes, 5º em CDs, 2º em biscoitos, 4º em geladeiras. Consome-se, aqui, 6 vezes mais creme dental do que na Itália, os usuários da Internet já passam de 10 milhões e 95% das declarações do IR 2001 foram enviadas por e-mail. Os brasileiros representam 40% de todos os internautas da América Latina (incluindo México) - o que fica próximo aos 42% que representamos no PIB da área.

Mas essa preciosa metade do cálice ainda vale mais: 35 milhões de unidades familiares, que o IBGE classifica como classe média, seriam: 8% a mais do que a população da Alemanha; mais do que França e Canadá juntos e 72% da população do Japão. Todo o PIB da Argentina equivale ao interior do Estado de S. Paulo; o do Chile à da Grande Campinas e do Uruguai, ao bairro de Santo Amaro, em S. Paulo.

As cifras impressionam e o autor pondera: se temos 33 milhões de pobres, há também 120 milhões de não-pobres, que significa muita coisa num mundo de mercados "maduros". As empresas multinacionais estão investindo aqui porque o Brasil é o 5º país do mundo em poder de compra. E imagine, continua, como a empresa brasileira é a mais "líquida" do mundo, em face dos juros elevados, o que poderá acontecer quando (e se) os juros baixarem a níveis internacionais? O crescimento será exponencial.

Agradeço ao Luiz Marins por ter-me dado toda essa munição otimista. Espero que suas estatísticas estejam corretas - como me parece, a maioria.

De fato, na avaliação do potencial de riqueza de um país, é preciso considerá-lo sob os pontos de vista econômico, financeiro e administrativo.

Os números alinhavados pelo consultor são, praticamente todos, de natureza econômica. Financeiramente, parece que nos conseguimos libertar da inflação, que gerava o caos e dele se

alimentava, embora uma substancial dívida externa (que, contudo, como percentual do PIB é uma das menores entre as nações "emergentes") ainda atrele as macro-decisões ao que é conveniente para os grandes bancos internacionais. No aspecto administrativo é que "a coisa pega": embora tenhamos feito bons progressos na competência administrativa do setor privado, nossa Administração Pública ainda deixa muito a desejar. Muito mesmo. É a parte vazia do cálice.

**Disponível em:** <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=465&ID=59>>.  
**Acesso em:** 6 ago. 2009

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais