

Reciclando "población sobrante"

MANUEL FREYTAS :: 13/11/2009

El nuevo mercado: El capitalismo intenta convertir en "rentable" la pobreza

El sistema capitalista no sólo arroja al hambre, la marginalidad, la desprotección social, las privaciones y las enfermedades, a miles de millones de seres humanos en el planeta, sino que ahora, además, sus expertos andan estudiando la manera de reciclar esa masa mayoritaria de desecho humano y social que deja la explotación del hombre por el hombre, en nuevos mercados con "potencialidad de desarrollo" y vetas de rentabilidad asegurada.

Dentro de los parámetros funcionales del sistema capitalista (establecido como "civilización única") la "población sobrante" son las masas expulsadas del circuito del consumo como emergente de la dinámica de concentración de riqueza en pocas manos.

Estas masas, que se multiplican por las periferias de Asia, África y América Latina, no reúnen los estándares del consumo básico (supervivencia mínima) que requiere la estructura funcional del sistema para generar rentabilidad y nuevos ciclos de concentración de activos empresariales y fortunas personales.

Además, esas masas expulsadas del circuito del consumo, requieren (para darle una pantalla "compasiva" al sistema) de una estructura "asistencialista" compuesta por la ONU y las organizaciones internacionales que representan una carga y un "pasivo indeseable" en los balances de gobiernos y empresas transnacionales a escala global.

Hasta ahora los pobres solamente revisten rentabilidad electoral para los políticos del sistema.

Mediante las políticas asistencialistas "clientelistas" los políticos consiguen un mercado electoral cautivo con la pobreza. De hecho, el modelo capitalista vigente ha industrializado el "mercado de la pobreza" como estrategia para conseguir votos y contener los estallidos sociales.

Paralelamente (Líbano, Irak, Gaza, Afganistán, Pakistán, Sudán, Somalía, y Sry Lanka, entre otros) se han convertido en teatros experimentales de exterminio militar en masa de "población sobrante" que funcionan bajo la carátula operativa de la "guerra contra el terrorismo".

Fuera de la órbita del "asistencialismo" electoralista, o de una posible "solución final" maltusiana con el exterminio militar, la pobreza, la masa mundial de "población sobrante", no parece tener cabida en los planes del capitalismo.

Según la ONU, con "menos del 1%" de los fondos económicos que han utilizado los gobiernos capitalistas centrales para salvar al sistema financiero global (bancos y empresas que han desatado la crisis económica), se podría resolver la calamidad y el sufrimiento de miles de millones de personas (más de la mitad de la población mundial) que son víctimas de

la hambruna a escala mundial.

¿Y porqué no se hace? Por una razón de fondo: Los pobres, los desamparados, la "población sobrante", no son un "producto rentable" para el sistema capitalista.

No obstante, no son pocos los expertos que, desde el sistema capitalista, estudian y diseñan (aunque parezca una fantasía increíble) proyectos para reciclar la pobreza (la masa de "población sobrante") en un mercado segmentado rentable con baja inversión.

Reciclando "población sobrante"

En un artículo titulado " La mejor forma de vender a la base de la pirámide", *The Wall Street Journal* en español señala este viernes que " Alrededor del mundo, cuatro mil millones de personas viven en la pobreza. Y las compañías occidentales están batallando por convertirlas en clientes".

Los visionarios de los negocios -continúa- llevan una década argumentando que estas personas, conocidas como la base de la pirámide, conforman un mercado inmenso e infrautilizado. Algunas de las mayores y más astutas empresas han querido responder a sus necesidades básicas vendiéndoles desde agua limpia a electricidad.

Sin embargo, una y otra vez, las iniciativas han desaparecido sin dejar huella. ¿Por qué? Porque estas compañías tenían una visión completamente equivocada, afirma el diario en su artículo.

Para decirlo de modo sencillo, añade: la base de la pirámide no es, en realidad, un mercado. Es cierto que esos miles de millones de personas de bajos recursos tienen mucho en común. Y no han adaptado sus comportamientos y presupuestos para dar cabida a los productos en sus vidas. Un mercado de consumo es nada más y nada menos que un estilo de vida construido en torno a un producto.

Usemos como ejemplo un caso conocido, señala el artículo del Journal: En los años 70, el agua embotellada era una idea extraña para la mayoría de los estadounidenses. No era parte del estilo de vida del consumidor de ese país. Tomó décadas para que un gran número de consumidores aceptara la idea de comprar algo que puede obtenerse gratuitamente del grifo, y convertir el agua embotellada en un gran negocio.

¿La respuesta?, se pregunta. Las compañías deben crear mercados -nuevos estilos de vida- para los consumidores pobres. Deben hacer que la idea de pagar por los productos parezca natural, deben inducir a los consumidores a que incorporen esos bienes a sus hábitos. Eso significa trabajar de cerca con comunidades locales en el desarrollo de productos y negocios, para lograr que la compra de esos productos sea interesante para los consumidores. Las compañías, además, deben adoptar una perspectiva de marketing amplia, para darles a los compradores el mayor número de motivos posible para probar los productos.

¿Cómo salvar la inercia en la base de la pirámide (léase pobreza mayoritaria) ?, se pregunta el autor del artículo. La estrategia típica de tratar de convencer a la gente con una campaña

informativa con frecuencia es una lucha larga y ardua.

En cambio -señala-, las compañías deberían empezar involucrando a la comunidad (de "población sobrante") en el proceso de crear, implementar y dar forma al negocio. La sensación de propiedad que esto comporta ayuda a asegurar que el interés en el producto de la compañía será amplio y sostenido.

La tesis (increíble y pesadillesca), publicada en el más influyente vocero periodístico del sionismo financiero de Wall Street, lanza una consideración final: al tratar de venderle a la base de la pirámide, las compañías deberían enviar mensajes positivos. En vez de decir que el producto aliviará sus penas, la empresa debe enfatizar cómo el producto hará que sus vidas sean más agradables.

Pero los proyectos para reciclar la pobreza en mercancía rentable no son privativos de las corporaciones privadas y de sus "tanques de pensamiento".

Una "oportunidad de negocios"

En un informe publicado en el 2007, titulado "Los próximos cuatro mil millones: mercado y estrategia de negocios en la base de la pirámide", el Instituto de Recursos Mundiales y la Corporación Internacional de Finanzas, la rama del Grupo Banco Mundial dedicada al sector privado, advierte que el segmento de la población del planeta ubicada en la base de la pirámide económica (BOP por sus siglas en inglés), representa un mercado potencial de unos cinco billones de dólares.

De acuerdo con los expertos del Banco Mundial el sector privado está descuidando la gran oportunidad de negocios que representan los 4.000 millones de pobres que hay en el mundo.

Se trata del primer estudio de este tipo en base a datos obtenidos a través de encuestas realizadas en hogares de unos 110 países.

El objetivo -según sus autores- es ayudar a las empresas a pensar más creativamente sobre la posibilidad de nuevos modelos de negocios que cubran las necesidades de mercados desatendidos (léase, la masa de pobreza generada por el propio capitalismo) y al mismo tiempo contribuyan con el desarrollo de los que menos tienen (¿¿??).

El informe del Banco Mundial, se ocupa de la masa de hombres y mujeres de Asia, África, Europa del Este, América Latina y el Caribe cuyos ingresos están por debajo de la línea de pobreza de las sociedades occidentales, pero que sumados representan un excelente potencial de negocios.

La mayoría de estas personas -según el documento- viven con menos de cuatro dólares diarios, no tienen acceso a servicios básicos, propiedad, cuentas bancarias o servicios financieros.

"Lograr que la población BOP ingrese a la economía formal debe constituir un elemento crítico para cualquier estrategia tendiente a generar riqueza y crecimiento inclusivo", dice

el informe sin ruborizarse.

En tal sentido, sugiere atender las necesidades no satisfechas de este mercado como paso esencial para aumentar el bienestar, la productividad y el ingreso, ayudando así a las familias a encontrar un camino de salida de la pobreza. (¿¿??).

"Considerar a los pobres, que también son productores y distribuidores de una inmensa gama de bienes, no es un acto de caridad, sino una oportunidad de negocios", señala Luis Alberto Moreno, presidente del Banco Interamericano de Desarrollo, aportando su granito de arena las tesis del reciclamiento rentable de la pobreza.

Casi la mitad de la población del planeta -según la ONU- sobrevive en estado de pobreza o por debajo de la escala de supervivencia, sin satisfacer sus necesidades básicas de alimentación.

Según el organismo, en el mundo ya hay más de 1.000 millones de personas que padecen hambre, la cifra más alta de la historia, y en todo el planeta hay 3.000 millones de desnutridos.

Todo indica que el "gran desafío" para los tanques de pensamiento del capitalismo europeo y estadounidense, consiste en reciclar esa masa mayoritaria de desecho humano y social que deja la explotación del hombre por el hombre, en nuevos mercados con "potencialidad de desarrollo" y vetas de rentabilidad asegurada.

La pobreza también es rentable, parece ser el nuevo eslogan implícito en las propuestas y proyectos que los expertos del sistema capitalista (generador de pobreza y "población sobrante") comienzan a desarrollar mediante tesis y teorías que parecen sacadas de un libro de psiquiatría.

¿Demencia decadente o realidad? El capitalismo sionista sigue su ruta.

IAR Noticias

<https://www.lahaine.org/mundo.php/cientos-de-antifascistas-recuerdan-a-car>