

NEWSLETTER EC@NÓMICA Nº6

Junho de 2012



Os novos mercados urbanos

Assistimos nos dias de hoje a um sem precedentes ritmo de crescimento de círculos urbanos. Durante anos o crescimento das populações nas cidades dos Países como os EUA, Inglaterra e Europa significou o aumento da produtividade e consequente nível de vida das populações que aí se fixavam.

Actualmente assiste-se a este fenómeno nos países emergentes, a uma escala maior e a uma velocidade sem limites; Economicamente assiste-se ao maior deslocamento do centro de gravidade da economia mundial, dos países ocidentais para o continente Asiático, da história da humanidade.

Segundo o estudo da McKinsey realizado em Junho de 2012, para as cidades e as classes de consumo, um bilião de pessoas vai entrar no “mercado global de consumo” até 2025, com rendimentos altos o suficiente para se tornarem consumidores importantes de bens e serviços.

Até ao século XVI a Ásia era o centro da economia Mundial, responsável por 2/3 da riqueza criada no mundo. Só com o processo de industrialização dos séculos XVIII e XIX, nas economias Europeias e Norte Americanas é que estas assumiram a liderança da produtividade.

A crise financeira iniciada nos Estados Unidos e que posteriormente alastra á Europa veio acelerar este processo de mudança económico. Com uma nova mega cidade (mais de 10 milhões de habitantes) por ano na China

O estudo da McKinsey sugere que só o top 600 das maiores cidades mundiais até ao ano de 2025 irá gerar 60% do crescimento mundial.

O aumento de tamanho e poder destas cidades nos mercados emergentes tem benefícios medíveis no poder de compra das populações.

O crescimento na procura de bens de consumo irá exceder a expansão do consumo, por duas razões; O aumento de rendimentos das famílias é superior ao aumento do número de famílias

com poder de compra; Em segundo cada vez maiores porções das populações de países emergentes, incluindo a China e a Índia, estão a entrar em segmentos de rendimentos onde o consumo de muitos bens e serviços sobe exponencialmente.

Este crescimento das cidades requer por si só investimentos avultados em infraestruturas de apoio, para receber estas populações, a saber:

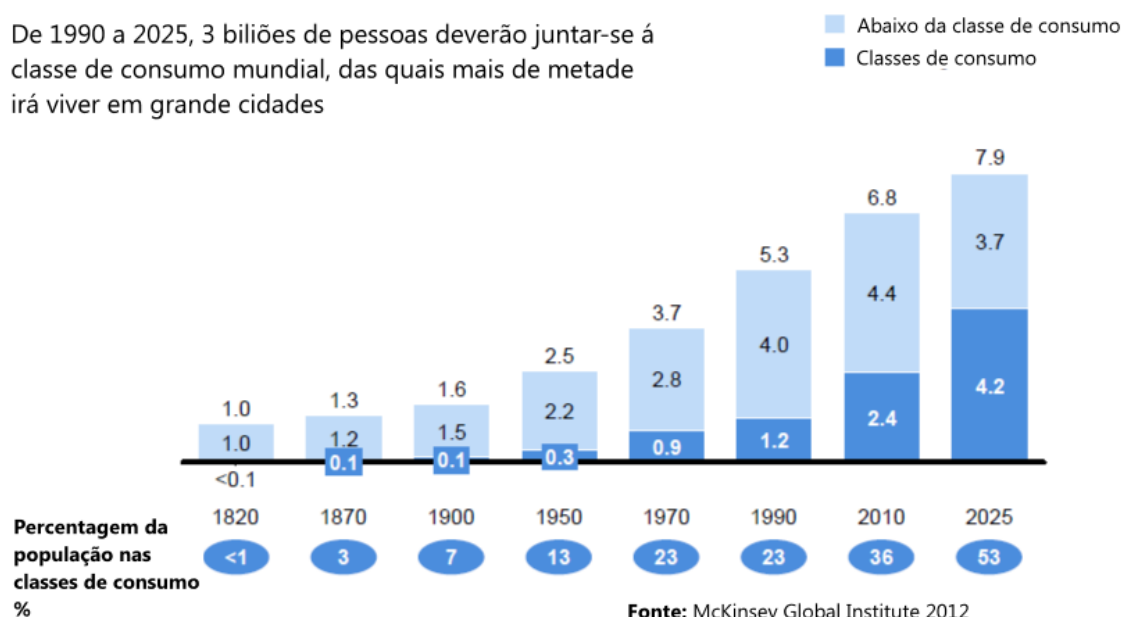
- Edifícios;
- Capacidades portuárias de circulação de contentores;
- Distribuição de águas canalizadas.

Cidades que invistam pouco em infraestruturas e que falhem em acompanhar com o aumento das suas populações e das suas necessidades (ou invistam de forma ineficiente ou nas coisas erradas) terão dificuldades em crescer.

Para aproveitar as oportunidades que a urbanização oferece, as empresas têm de definir quais os mercados mais promissores para os seus negócios.

As empresas que compreendam a mudança nos mercados urbanos relevantes para os seus negócios e construam uma presença inicial com dimensão suficiente, podem aproveitar margens de lucros maiores.

De 1990 a 2025, 3 biliões de pessoas deverão juntar-se à classe de consumo mundial, das quais mais de metade irá viver em grande cidades



A OCDE considera classe de consumo indivíduos com rendimento anual superior a 3.600,00 USD ou 10 dólares por dia.