

# Consultores apontam saídas para a crise

**FÁTIMA TURCI**

A melhor solução para a crise econômica atual pode estar num **marketing** de consumo ou populista, segundo sete consultores de empresas, para os quais as dificuldades conjunturais, tanto da política brasileira quanto aos efeitos externos, são inegáveis, embora existam inúmeras saídas nas próprias empresas. Nesse sentido, alertam para o perigo de uma "paralisia" pela surpresa diante dos fatos ou pela análise por parte dos empresários, que estão desnorreados e são comodistas, ineficientes e sem criatividade.

"Todos se preocupam com as datas de sair da crise e não tomam atitudes nem têm experiência de recessão e preparam para superá-la", destaca Winston Pegler, gerente da Arthur Young Consultores e Top Management. E a situação de crise não é curta, adverte Jack Luyten, da Kepner Trigoe, o qual acha que, diante de mais dez anos de dificuldades, o empresário deve direcionar onde quer chegar. "Os tempos de turbulência, como os próximos cinco anos, exigem que os empresários deixem a retórica política para outros e cuidem de seus negócios, sabendo administrar e fazer bons produtos", acrescenta o professor João Bosco Lodi, que vê mais perigo no relaxamento da administração, devido aos 18 anos de proteção artificial e favorecimentos, do que na estatização e força dos sindicatos.

A opinião é compartilhada por Saul Guz, da Planorbis Consultoria, que critica a falta de criatividade dos empresários para tomar providências que reduzam seus custos e a ociosidade. "Eles estão perdidos. Por um lado, vêem a taxa de juros alta e não tomam atitude para capitalizar as empresas; por outro, querem que o governo os ajude mas gritam contra a estatização", diz.

## METAS CONFLITANTES

Esse desgoverno, porém, na opinião geral, é reflexo da própria desorientação do País. "Se o governo, que dita as estratégias, não é claro, as empresas também não podem ser", destaca Luyten. As próprias metas do País, segundo Marcio Orlandi, sócio da Arthur Andersen, são conflitantes: há desejo de liberdade política e consciência de que é necessário uma austeridade econômica, que é mais fácil em regime forte; preocupação com desemprego e balança de pagamentos, que conflita com recessão. Assim, em sua opinião, os causísmos do governo se refletem nas empresas, que não têm planificação a médio e longo prazos. "As mudanças são descontínuas e há um hiato entre a necessidade e a capacidade de mudar", acrescenta Luís Gaj, da Cigal Consultoria.

Nesse quadro, nem as eleições de novembro acenam com possibilidades de alterações substanciais. Kurt Lenhard, presidente do Instituto Brasileiro dos Consultores de Organização, acha que o governo, após as eleições, deve tomar medidas mais enérgicas e antipopulares, o que significa o perigo de inquietações sociais. Portanto, segundo ele, é preciso reposicionar-se para viver numa nova realidade, num novo modelo de sistema capitalista, como afirma Pegler, o qual teme que a vitória de um partido oposicionista resulte numa divisão e descontinuidade do processo.

Lodi já anteve um endurecimento após 15 de novembro e acha que a crise brasileira criará novo processo de concentração industrial, pois, a partir de 83, terá início a "quebra-deira" de muitas empresas, endividadas pelo alto custo financeiro. Esse, para Lenhard, é o maior problema do momento, inclusive porque a indústria está agindo como se fosse banco, dando prazos de pagamento de 60 a 120 dias e, com isso, se descapitalizando.