

Cresce a procura por palestras sobre a crise para os funcionários

Jacilio Saraiva

Depois do susto, a reação. Empresas de consultoria afirmam que, quase refeitas da paralisia financeira que amarrou os mercados, as companhias brasileiras começam a levantar a poeira. Uma das estratégias usadas internamente para enfrentar os novos tempos é decifrar o enigma da crise para funcionários e clientes especialistas garantem que o número de pedidos de palestras sobre o cenário econômico mundial aumentou 30% nas últimas semanas.

A maioria dos encontros dura de 1h a 3h, pode custar de R\$ 7 mil a R\$ 20 mil se for conduzida por especialistas, e serve para tirar dúvidas sobre a origem da turbulência, desenhar projeções e até para ajudar a direcionar decisões administrativas a curto e médio prazo.

No mês passado, na agência de publicidade Africa, em São Paulo, 40 funcionários, entre diretores e vice-presidentes, assistiram a uma palestra de 3h sobre o cenário financeiro. A idéia era abordar temas ligados à economia, mas de olho no momento atual. A apresentação que também foi enviada a todos os clientes da empresa cobriu desde o início do turbilhão nos mercados até os setores mais afetados.

"O profissional de propaganda não deve entender só de anúncios. Precisa estar atualizado para ajudar os clientes nos seus negócios", afirma Márcio Santoro, sócio e vice-presidente da agência. A palestra na Africa, conduzida por um economista contratado, ainda discutiu questões como a blindagem da economia brasileira, condições de crédito e taxas de juros.

A pedido da agência, o palestrante também apresentou um estudo sobre como os mercados dos clientes irão se comportar nos próximos meses. A Africa atende dez contas nos segmentos automotivos, de telefonia e bebidas, como Mitsubishi, Vivo e AmBev. "A função principal da propaganda é vender. Não importa se o momento é de crise ou não."

Segundo Fernando Sampaio, sócio e diretor da consultoria LCA, o número de treinamentos e palestras informativas sobre a situação econômica aumentou 30% nas últimas semanas. "As empresas querem saber como e em que proporção o cenário mundial poderá afetá-las", diz.

A LCA oferece apresentações com perspectivas da economia brasileira e de setores de interesse dos clientes. "Em geral, falamos de projeções para o final de 2008 e 2009". O bate-papo costuma durar de 1h30 a 2h, mas nos últimos dias as perguntas da platéia alongam os eventos para até 3h30 de duração.

Os principais clientes de Sampaio são organizações de grande e médio porte das áreas de serviços, indústria, agropecuária e instituições financeiras. Além de buscar mais dados sobre os desdobramentos da crise, as organizações contratam o especialista para ajudar no redesenho de decisões financeiras e definir novas metas de atuação.

Uma das clientes de carteirinha da LCA é uma empresa do setor elétrico que, todos os anos, estuda demandas de projetos e monta o planejamento orçamentário com a ajuda de cenários macroeconômicos apresentados pela consultoria. Com o desarranjo dos mercados, a companhia solicitou uma reavaliação da paisagem financeira, apresentada a diretores e acionistas interessados em fundamentar ações de médio e longo prazos.

"A crise fez com que as empresas repensassem procedimentos como a política de metas, que deve ficar menos agressiva, estratégias e modelos de gestão", analisa Paulo Vaz, coordenador do curso de Ciências Contábeis da Universidade Ibirapuera e professor de fusões e aquisições da Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), em São Paulo.

Para Mário Cunha, diretor de negócios da Academia de Marketing, especializada em treinamentos corporativos, todo mundo quer saber o que precisa ser feito para atravessar a crise sem sofrer danos. "Não há uma fórmula, mas é preciso enfrentar os tempos adversos com mais capacidade de entender os mercados."

Uma das alternativas da consultoria de Cunha é um treinamento de 8h a 16h batizado de "Pensamento Estratégico em Tempos de Crise". "A idéia é capacitar os profissionais a tomar decisões e ajudar as empresas a entregar resultados". O valor do curso varia de R\$ 7 mil a R\$ 20 mil, de acordo com o número de participantes, carga horária e programa. Em outubro, a Academia de Marketing fechou 25 treinamentos para 12 corporações, a maioria de grande porte e multinacionais, e espera disparar 30 cursos em novembro.

"Com a crise, os empresários têm dúvidas sobre como fazer novos investimentos e financiamentos de contratos", avalia Guilherme Aguiar, diretor da Company Projetos Financeiros, que elabora estudos de viabilidade econômica. Na XP Investimentos, corretora com 25 mil clientes e mais de R\$ 1 bilhão sob custódia, a estratégia foi colocar o bloco de treinamento na rua.

"Percebemos que os investidores estavam aflitos desde o início de setembro", lembra Rossano Oltramari, sócio e analista chefe da empresa. Não era para menos: no dia 15 daquele mês, as bolsas americanas fecharam com os resultados mais baixos desde as perdas registradas após os ataques terroristas a Nova York, em 2001. A quebra do Lehman Brothers Holdings, o quarto maior banco de investimento americano, e as pedras nos sapatos do Merrill Lynch e da seguradora AIG pintaram um setembro ainda mais negro.

Hoje, a meta da XP é levar conferências de 1h de duração até 50 cidades. Até agora, foram realizados 400 encontros com o tema "Aprenda a Transformar Crise em Oportunidade". "Cerca de 3 mil investidores já participaram."

A corretora, que já ministrava cursos sobre o mercado financeiro, usa os gerentes das 26 filiais para falar nas reuniões gratuitas. O primeiro debate sobre o tema aconteceu há dois meses, na sede da empresa, em Porto Alegre, para 100 clientes. Nas próximas semanas, a mesma bateria será realizada em São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Florianópolis, Curitiba e Vitória.

"Falamos sobre a origem da tensão mundial, possíveis conseqüências e expectativas", diz Oltramari, que garante que os negócios na corretora seguem estáveis. Segundo ele, a pergunta mais freqüente nas reuniões é "O que fazer?". "O mercado financeiro perdeu referências e estamos ajudando os investidores a encontrá-las."

Para Hélio Terra, presidente da Ricardo Xavier, consultoria em recursos humanos, os gestores estão investindo em treinamento porque acreditam que, com um time de funcionários mais estimulado, poderão passar fortalecidos por obstáculos no futuro. "Mesmo antes do estopim da crise, percebemos uma maior procura por cursos voltados à área comercial e temas comportamentais, como liderança e administração do tempo. Manter a equipe motivada pode levar as organizações a alcançar a rentabilidade esperada."

No escritório Trench, Rossi e Watanabe Advogados, especializado em direito empresarial, 45 funcionários tiveram um dia de exposições sobre o cenário mundial. "Nossa banca atende clientes internacionais e cada um deles pode ser afetado por um aspecto da crise", justifica a gerente geral Cláudia Metzger. A apresentação pilotada por um economista abordou as medidas governamentais em vários continentes e perspectivas de cenários alternativos até 2012.

Na Cyberlynxx, da área de tecnologia, o próprio CEO da empresa, Marcelo Astrachan, reuniu 20% do efetivo- entre gerentes e diretores para falar durante 2h sobre a recessão global. "O grupo de líderes vai ser usado para propagar informações e esclarecer o quadro de funcionários sobre os impactos nos negócios e novas oportunidades de crescimento."

Se depender das expectativas brasileiras, as palestras sobre os desvarios dos pregões não deve sair de moda tão cedo. Segundo um estudo realizado pela empresa de pesquisa QuórumBrasil, as companhias nacionais e multinacionais instaladas no país acreditam que a crise no sistema financeiro ainda pode durar dois anos. Foram ouvidos 80 presidentes e diretores de organizações sediadas em São Paulo e no Rio de Janeiro. 61% deles responderam

que a crise terá mais dois anos de vida e 36% acredita que o período de vacas magras pode se manter por até cinco anos.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 14, 15 e 16 nov. 2008, Eu & Investimentos, p. D12.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais