

CURTO-PAZISMO VERSUS FUTURO

Um dos maiores obstáculos para um capitalismo sustentável é a cultura do curto-prazismo, que compromete os planos de médio e longo prazos e a visão de futuro das organizações.

A revista inglesa **The Economist** definiu, em 2012, **Paul Polman** como "o executivo-chefe de uma empresa multinacional, mas que às vezes soa mais como um porta-voz do movimento *Occupy Wall Street*."

Isso porque o presidente da **Unilever**, multinacional anglo-holandesa de bens de consumo, tem ocupado espaços na imprensa para manifestar sua preocupação com as questões do desemprego, do aquecimento global e da ganância da geração *baby-boomer* (os nascidos pós-segunda guerra). Ele atribui parte das crises contemporâneas à visão econômica de privilegiar a entrega dos resultados empresariais aos acionistas e não à sociedade. O curto-prazismo sobressaiu-se particularmente em *Wall Street*, no período em que a crise de 2008 eclodiu no mundo. Para se ter uma ideia, a posse de uma ação na bolsa de valores de Nova York, que era de oito anos em 1960, caiu para quatro meses em 2010.

Mesmo após a crise financeira e os escândalos envolvendo bônus a executivos, vinculados a resultados de curto prazo, o mercado insiste nesta prática no Brasil e no mundo. Já a inclusão de metas socioambientais no cálculo da remuneração ainda é método incipiente na maioria das corporações.

Na contramão dessas tendências, quando Polman assumiu a presidência da Unilever, em 2009, uma de suas decisões foi interromper a publicação de resultados financeiros da companhia a cada trimestre, quebrando a espinha dorsal do curto-prazismo. A Unilever tornou-se, então, uma referência para gestores que valorizam investimentos de longo prazo em prol do desenvolvimento de áreas como pesquisa e inovação — mais representativos da gestão responsável do que o atendimento aos interesses do mercado financeiro e do lucro acima de tudo.

Ricardo Guimarães, presidente da Thymus Branding e membro do Conselho Curador da FNQ, reconhece Polman como um dos líderes desse movimento empresarial que reage ao modelo atual. “Curto-prazismo é a pressão que o mercado financeiro exerce para obter os resultados sobre o trimestre, o que acaba desvirtuando a gestão de médio e longo prazos. Preocupado em dar resultados acelerados, o gestor não investe em condições que promovam melhorias ao longo do tempo. A proposta, agora, é olhar os resultados imediatos sem desconsiderar os planos de longo prazo”, explica o publicitário.

Essa reação acontece, na visão de Guimarães, porque a sociedade está, de várias maneiras e origens, buscando novas soluções para responder aos desafios que está identificando. O cenário hoje, afirma, é muito mais complexo do que sempre foi, com limites cada dia mais evidentes, impondo soluções negociadas entre os diversos atores, as diversas regiões e mercados, e com diferentes interações.

“A interdependência é o grande fator de competitividade atual, e é essa realidade que está provocando as mudanças de comportamento — desde o consumo em tempos de escassez de água, quando não basta mais ter dinheiro para pagar pelo recurso, até a necessidade de negociações entre acionistas, gestores e investidores de curto e longo prazos. O novo capitalismo e as novas formas de produção, de fazer negócios e de consumo surgem exatamente do reconhecimento da complexidade do cenário. Só é possível abordar essas manifestações por meio da visão sistêmica e interdependente da realidade”, recomenda o publicitário.

