

GILLETTE CORPORATE MANAGEMENT

Ferdinando Frega — Nando the Scribe

Gillettenarrative.com

A GESTÃO CORPORATIVA GILLETTE

Quem começa essa jornada profissional costuma ter uma coisa só em mente: carreira, poder e dinheiro.

Para atingir esses objetivos, as pessoas muitas vezes sacrificam a si mesmas, a família e os valores em nome de um único deus: a AMBIÇÃO.

Nesse ambiente profissional, os homens em geral ainda levam vantagem, enquanto as mulheres muitas vezes precisam investir muito mais energia para chegar a posições que raramente estão no topo de verdade.

Basta olhar para as corporações, a política e muitas outras instituições em que a representação feminina em posições reais de poder muitas vezes fica em torno de 10%.

Sem nem tocar em espiritualidade e religião, as mulheres frequentemente ocupam papéis essenciais e importantes, mas raramente os mais influentes quando se trata de decisão prática e de poder.

A progressão na carreira é, no fim das contas, subir a escada do poder, e há três regras fundamentais que todo mundo conhece:

• dizer que é preciso reduzir custos;

• dizer que concorda;

• dizer o que as pessoas querem ouvir.

O trabalho de verdade vem depois, uma vez garantidos o novo cargo e o novo título.

Nas empresas comerciais em que meu pai e eu trabalhamos, quem avançava na carreira quase sempre vinha da gestão de marca ou do marketing. O pessoal de vendas, logística, recursos humanos ou administração costumava ficar na sombra. Para conquistar papéis de liderança mais visíveis, muitas vezes precisava ir para empresas menores, onde pudesse se destacar e deixar sua marca.

Quem chegava ao topo raramente se cercava de números dois excepcionalmente capazes.

A regra era sempre a mesma: manter um vice limitado e um colaborador forte, mas nunca alguém que um dia pudesse ameaçar a cadeira.

E, quando alguém virava o número um, a estratégia costumava ser previsível.

• Primeiro, apresentava aos acionistas uma agenda de corte de custos. Economia imediata significava lucros maiores e ação mais valorizada.

• Em seguida vinha a revisão dos planos de publicidade e marketing, seguida de pedidos de novos investimentos destinados a aumentar faturamento e lucros.

• Por fim, com o jogo bem sob controle, entrava no modo aquisição, comprando empresas e entrando em novos mercados onde a mesma fórmula pudesse ser repetida.

É esse o mecanismo muitas vezes empregado por quem é nomeado para comandar um conselho de administração e inicia sua relação com os verdadeiros donos do negócio: os acionistas.

A vida profissional desses indivíduos é longa. Depois que a carreira executiva chega ao fim natural, muitos passam a ocupar assentos em outros conselhos de administração, oferecendo sua experiência enquanto continuam recebendo milhões de dólares em remuneração bancada pelos acionistas.

Pouquíssimos já reduziram voluntariamente seus salários ou benefícios. Em geral, gestos assim só aparecem quando há um risco real de ser empurrado para fora do jogo.

Joga-se então a última carta:

“Posso custar menos para vocês — só me deixem ficar.”

De nada.

Ferdinando