

GILLETTE CORPORATE MANAGEMENT

Ferdinando Frega — Nando the Scribe

Gillettenarrative.com

DIRECCIÓN CORPORATIVA GILLETTE

Quien emprende este camino profesional suele tener una sola cosa en mente: carrera, poder y dinero.

Para alcanzar esos objetivos, mucha gente se sacrifica a sí misma, a su familia y a sus valores en nombre de un único dios: la AMBICIÓN.

En este entorno profesional, los hombres siguen estando por lo general en ventaja, mientras que las mujeres a menudo necesitan invertir mucha más energía para alcanzar puestos que rara vez están en la cúspide.

Basta con mirar a las corporaciones, a la política y a tantas otras instituciones donde la representación femenina en verdaderos puestos de poder suele quedarse en torno al 10 %.

Sin entrar siquiera en la espiritualidad y la religión, las mujeres ocupan con frecuencia funciones esenciales e importantes, aunque rara vez las más influyentes cuando se trata de decidir y de ejercer el poder en la práctica.

La progresión profesional consiste, en el fondo, en subir la escalera del poder, y hay tres reglas fundamentales que todo el mundo conoce:

• decir que hay que reducir los costes;

• decir que estás de acuerdo;

• decir lo que la gente quiere oír.

El trabajo de verdad llega después, una vez asegurados el nuevo cargo y el nuevo título.

En las empresas comerciales donde trabajamos mi padre y yo, quienes hacían carrera venían casi siempre de la gestión de marca o del marketing. Los de ventas, logística, recursos humanos o administración solían quedarse en la sombra. Para conseguir puestos de mando más visibles, a menudo tenían que pasarse a empresas más pequeñas donde pudieran emerger y dejar su huella.

Quienes llegaban a lo más alto rara vez se rodeaban de segundos de a bordo excepcionalmente capaces.

La regla era siempre la misma: mantener a un adjunto limitado y a un colaborador sólido, pero nunca a alguien que algún día pudiera amenazar el sillón.

Y una vez que alguien se convertía en número uno, la estrategia solía ser previsible.

• Primero presentaba a los accionistas una agenda de recorte de costes. El ahorro inmediato significaba más beneficios y una cotización más fuerte.

• Después venía la revisión de los planes de publicidad y marketing, seguida de peticiones de nuevas inversiones destinadas a aumentar los ingresos y los beneficios.

• Por último, con el juego ya bien controlado, pasaba al modo adquisición, comprando empresas y entrando en nuevos mercados donde podía repetirse la misma fórmula.

Este es el mecanismo que suelen emplear quienes son nombrados para dirigir un Consejo y empiezan su relación con los verdaderos dueños del negocio: los accionistas.

La vida profesional de estas personas es larga. Cuando su carrera ejecutiva llega a su fin natural, muchos pasan a sentarse en otros consejos de administración, ofreciendo su experiencia mientras siguen cobrando millones de dólares en retribuciones financiadas por los accionistas.

Muy pocos se han rebajado nunca voluntariamente el sueldo o los beneficios. Por lo general, esos gestos solo aparecen cuando existe un riesgo real de quedar fuera del juego.

Entonces se juega la última carta:

«Puedo costarles menos —solo déjenme quedarme»—.

De nada.

Ferdinando