

# GERENTES DA P&G NUNCA SE DESAFIAM

Depois daquela prova em Catânia, ficamos bons amigos. Ele até batizou um dos meus filhos — Vincenzo, que levava o nome do meu pai — e a nossa relação continuou boa, saudável, verdadeira.

Mas ele continuou sendo um homem P&G dos pés à cabeça e, sempre que visitava um cliente, bancava o mandão como se ainda comandasse a linha de frente. Uma vez quase o puseram para fora dos escritórios de um centro de distribuição, porque ele tinha levantado a voz até chegar aos gritos, e foi só a minha intervenção que pôs as coisas de novo sob controle.

Ele nunca perdia uma chance de me criticar, mas eu entendi logo por quê: estava puxando a alavanca emocional — o tipo certo de provocação criativa — para ver como eu reagiria. Mas eu era filho do meu pai, e a presença dele ficava sempre comigo, observando.

Nunca houve uma rivalidade de verdade entre nós — quem era melhor, quem era mais capaz — até porque nós dois trabalhávamos para o mesmo objetivo final, não para duas empresas diferentes.

Um dia ele teve uma ideia brilhante: ir ao mosteiro cartuxo de Serra San Bruno, na província de Vibo Valentia, e vender aparelhos de barbear aos frades de barbas longas. Era o jeito dele de mostrar quem era.

Eu o levei de carro até lá, mas fiquei do lado de fora dos portões do mosteiro. Ele saiu duas horas depois com um pedido de lâminas e aparelhos de barbear no valor de 300 euros. Razão social: Igreja Católica Romana. País estrangeiro: Cidade do Vaticano. Endereço de entrega diferente: Convento dos Frades Capuchinhos.

Ele estava eufórico, profundamente satisfeito, e teve de ligar para Milão para lançar o pedido manualmente, porque o nosso sistema não tinha como processar um pedido de venda para um Estado estrangeiro. Para completar, tinha deixado a empresa inteira de queixo caído.

Mas ele nunca se gabou — não era do seu feitio profissional. Tinha conseguido o impossível, e aquilo fez barulho: a sede em Milão anunciou o feito a toda a força de vendas italiana. Eu não disse nada. Tomei nota do fato e fiquei em silêncio.

Oito dias depois, a logística emitiu um aviso de devolução de mercadoria: o convento tinha recusado o pedido, e ele ficou furioso.

Quando voltou lá para descobrir por quê, disseram-lhe que o secretário tinha sido, na juventude, vendedor de uma empresa italiana — sempre convencido de “comprar a 100 e vender a 300”. Ele disse que tinha aplicado uma margem de 3%, e isso lhes disse tudo: ele não era o homem certo para o trabalho. Pediram desculpas.

Ninguém voltou a falar do assunto, nenhum comentário oficial. O que ficou pelos corredores do escritório foi uma frase: a piada da margem de 3%.

---

*Ferdinando*