

Aprendendo por E-mail

J. Roberto Whitaker Penteadó

Publicado no Jornal do Commercio (Rio) de 13.9.2002 - Caderno Gerencia

Faz algum tempo que venho acompanhando um grupo de discussão por e-mails chamado ToTheTop. Ele é constituído por quase mil jovens executivos de todas as partes do país, que discutem temas atuais sobre negócios e management. É instrutivo conhecer as cabeças dessa geração que começou a trabalhar num tempo em que ninguém perguntava mais o que é marketing ou se fazer propaganda vale a pena.

Dia desses, o mote era a compra da Hershey - maior empresa de chocolates dos EUA - pela Nestlé e eu provoquei-os, escrevendo: Esse é problema "deles" que são grandes e ricos, não nosso. No Brasil, estamos do outro lado: nossas empresas são compradas, fusionadas a força e desaparecem no processo. Há multidão de exemplos de empresas adquiridas cujas equipes se sentiram desestimuladas e os negócios caíram. Talvez deveríamos perguntar por que uma empresa adquire outra? Certo, há uma influencia de Wall Street, em termos de valorização no mercado financeiro - mas, do ponto de vista do mercado, não é um movimento na direção do monopólio, que desestimula a competição e acaba prejudicando a todos - economica, social e profissionalmente?

Walter.A.Camargo retrucou: a finalidade de uma aquisição é diminuir concorrência. Nos estudos econômicos, uma das premissas do cálculo do valor da empresa sempre é o "delta preço" pós aquisição. Vide quanto subiu o preço da cerveja de um ano para cá.

Fabio Licastro mostrou outro lado do monopólio: no curto e médio prazo representa apossar-se de fatia substancial do mercado, da receita e do lucro do setor. Significa ganhar volume de produção e, se feito da maneira correta (ou utópica) ganhar com a sinergia de processos (reduzir custos e otimizar recursos e outros conhecidos argumentos dos "fusionistas"). Fora a absorção de tecnologias... Benefícios? Para os CEOs, executivos e empregados, melhores planos de remuneração, PPLs, benefícios e coisas do gênero. Se bem administrado, um monopólio/oligopólio pode gerar lucros contábeis fabulosos (Seria o caso da Microsoft?). Quanto ao lucro econômico, depende da manutenção das barreiras à entrada de novos concorrentes.

Ana Paula Cossermelli pondera que existe uma tendência mundial de diminuição de marcas por parte de grandes empresas, maximizando os investimentos em mkt/comunicação, propiciando extensões de linha sob marcas fortalecidas, possibilitando alavancagem comercial e market share. Vide o caso da Lever que, nos últimos anos, passou de cerca de 2000 marcas para 600, em dois anos (dados aproximados). Nós, consumidores passaremos a ter menos escolhas...

Wladimir Gramigna: A AMBEV não é brasileira e visa internacionalização e competitividade? E o Banco Itaú, não tem operações fora do Brasil? E o Grupo Gerdau? E a nossa gloriosa EMBRAER? Dizer que é assunto "deles" é equivocado. Não podemos herdar o espírito da ditadura militar dos anos 70 e defender igualmente todas as empresas brasileiras, não diferenciando os negócios estrategicamente bem e mal posicionados. As fusões geram ganhos de escopo e produtividade que podem tornar produtos e serviços produzidos no Brasil competitivos em um mercado global.

Natalia Szpak: Pergunto-me, qual é a finalidade do trabalho? Lucro das empresas. E do lucro? Domínio de mercado com crescimento (uma corrente sem fim). E para nós seres humanos, qual é a finalidade do trabalho? Salário, bônus, planos de saúde, planos de carreira que tragam mais poder e desenvolvimento profissional através de cursos e mais cursos, com aumento do... lucro? Ou alguém trabalha por hobby?

Ninguém me convence de que a globalização foi - e agora não está mais sendo - boa para os norte americanos, loucos por inventar novidades gerenciais como reengenharia, downsizing, etc., ótimas para quem detem o poder econômico. Quando não interessa mais, a coisa muda, invertem-se papéis e a luta pela proteção de mercado torna-se questão de vida ou morte.

O debate continua - e os temas já mudaram. O escopo dos assuntos abordados e a variedade das opiniões valem, quase, por um curso de MBA. Confesso que não tenho tempo para acompanhar tudo e, às vezes, acho que a moçada insiste em falar muito sobre automóveis. Mas é um grupo jovem, dinâmico e inteligente e - se V. quiser conhecê-lo, está em www.tothetop.com.br

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Aprendendo por E-mail. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, abr. 2003. Disponível em <http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=420&ID=109>. Acesso em: 9 mar. 2010.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais