

Quebrando as Regras da Gestão

por Cesar Souza em exame.abril.com.br



Os velhos pilares que sustentam a Administração estão sendo abalados. No passado acreditávamos que *“o segredo é a alma do negócio”*; depois que *“a propaganda é a alma do negócio”*. No NeoManagement, *“a alma é a propaganda do negócio”*.

É tempo de buscar outra forma de pensar o Management capaz de oferecer respostas inovadoras para os velhos problemas que nos atormentam, os novos que nos pegam de surpresa e os problemas que nem conhecemos ainda. O futuro autossustentável de sua carreira e de sua empresa depende disso.

Insistir no modelo antigo é ignorar que o eixo do mundo corporativo está mudando. É aplicar soluções obsoletas aos desafios atuais. A maioria das empresas e escolas de negócios comete esse equívoco: forma líderes e gestores para uma realidade que já não existe mais. Estamos dirigindo nossas empresas de olho no espelho retrovisor: somos guiados pelo pensamento de gurus nascidos no século XIX, transformados em práticas gerenciais no XX, mas que não se ajustam ao contexto do século XXI.

Os sintomas são perceptíveis: Estratégias que não saem do papel, Infelicidade da maioria das pessoas, Insatisfação clientes, Desconfiança sócios, Receios acionistas, Comunidades desconfiadas, Empresas engessadas, Geração Y não quer mais fazer carreira nas empresas tradicionais

Proliferam ferramentas, o *“como fazer”*. É necessário um esforço imenso para identificar conceitos realmente inovadores que tenham surgido no Management nas duas últimas décadas. Práticas gerenciais pioneiras têm sido raras e isoladas.

Precisamos dar um passo além. Evoluir significa praticar mais, de fato e não apenas na retórica, o que existe de novo a fim de expandir as fronteiras do Management e formular seus novos paradigmas.

É dentro desse contexto que tive o prazer de conduzir um painel com o Jorge Hoelzel e o Breno Stussman, responsáveis pela MERCUR, uma empresa surpreendente nas suas práticas de gestão.

- A MERCUR S.A. é uma empresa com 89 anos, localizada em Santa Cruz do Sul/RS, que iniciou sua trajetória com produtos derivados da borracha natural.
- É hoje, uma das marcas mais tradicionais do Brasil neste segmento. Considera que cada atividade realizada para atingir seus objetivos têm implicações em pessoas e no mundo em que vivemos.
- Por isso, evoluiu na sua área estratégica de atuação para o BEM ESTAR, entendendo que o bem estar parte do individual para o coletivo, das partes para o todo, da competição centralizada

para a cooperação distribuída e com as pessoas. A MERCUR define esta maneira de ser como:
“Um mundo de um jeito bom para todo o mundo”.

A MERCUR representa um fio de esperança sobre como uma empresa pode se reinventar! Vejam só, na MERCUR:

- Sustentabilidade faz parte do modelo de negócio
- Linhas de produtos tem significado: Educação / Revestimentos / Saúde
- Não atende a certas indústrias: Fumo, Armas
- Matéria Prima com Certificado de Origem
- Inovação não é um projeto, mas sim um meio de vida!
- Exemplo vivo: “A alma é o segredo do negócio!”

E na sua empresa, leitor? Já existem sinais dessa Reinvenção? Que outras empresas você citaria como exemplo?