

O efeito São Bernardo

ARTIGO

**RICARDO DE ALMEIDA
PRADO XAVIER**

Conforme noticiado recentemente, os famosos e grandalhões cães São Bernardo, que vivem num mosteiro encravado no estreito rochoso dos Alpes suíços que leva à Itália, deverão ser vendidos porque comem muito e não são mais utilizados para encontrar pessoas sob a neve, vítimas de avalanches. Conforme depoimento dos frades que cuidam dos São Bernardo, no total são 18 animais e cada um deles pesa cerca de 60 quilos e come, em média, 2 quilos de carne por dia. O custo da alimentação não seria proibitivo se os cães continuassem a salvar vidas. Ocorre, porém, que a atividade deles está superada há vários anos. Hoje, quando algum turista eventualmente se perde na região, poderosos helicópteros, equipados com aparelhos capazes de captar calor sob a neve, rapidamente localizam e dão socorro à vítima. Faz 50 anos que ninguém é salvo por um São Bernardo, embora conste no histórico dos cães que desde o século XI, quando a linhagem foi instituída, 2.500 viajantes foram resgatados.

Os quatro monges que cuidam dos animais tomaram a decisão de vendê-los porque precisam cuidar mais das pessoas, seus paroquianos. Mas os cães não serão vendidos a qualquer um. Para ser dono de um São Bernardo legítimo, além de desembolsar cerca de 10 mil euros (quantia equivalente a aproximadamente 40 mil reais), o dono deve assumir o compromisso de levar o animal ao convento todo ano, na época do verão. Eles são atração turística e fonte de renda para os monges.

Essa história, publicada nos jornais no início de outubro, é emblemática e tem muitas semelhanças com a vida empresarial e a gestão de pessoas. O tradicional convento e seus cães são conhecidos no mundo todo, porém, seu principal negócio – salvar vidas de pessoas perdidas na neve – foi totalmente superado pela tecnologia. Cabe perguntar: quantas empresas enfrentaram e enfrentam situação semelhante?

Muitas marcas famosas e tradicionais caíram em desuso com o advento da moderna aparelhagem eletrônica. Só para citar um exemplo, as famosas caixas registradoras da NCR foram rapidamente superadas pelas máquinas eletrônicas, menores e muito mais ver-

sáteis, capazes de somar, registrar, combinar receitas e despesas etc., além de serem mais baratas. Nos anos 60, uma sólida empresa de laticínios, dona de uma frota de carroças puxadas a burro, enfrentou em São Paulo sérios problemas com a chegada das camionetas. No mundo empresarial sempre há cargos e funções que desaparecem: antigamente, carroças movidas a burros entregavam carvão nas casas e empresas, e hoje isso é suprido pelo gás, canalizado ou envasado. Também carroças levavam a terra movimentada em obras, hoje substituídas pelos caminhões-caçamba. Há ainda inúmeras funções extintas ou condenadas à extinção. Entre elas estão datilógrafo, linotipista, lan-

terninha de cinema, perfurador de cartões, gerente de O&M (organização & métodos). Há, porém, outras que surgem, como operador de telemarketing, webdesigner, administrador de site, mecânico, nutricionista, personal trainer etc. Isso faz parte da dinâmica natural do mercado.

Mas, voltando ao caso da “aposentadoria dos São Bernards”, vale ressaltar que do fato podemos tirar algumas lições valiosas. A primeira delas é que o produto tem de estar adequado a seu tempo, à demanda do consumidor. Outra é que se o produto é de qualidade, sempre é possível tirar proveito. Por fim, os profissionais encarregados da gestão do negócio devem sempre estar atentos para as mudanças e novas exigências do mercado quanto às competências, habilidades e informações, fazendo reciclagem constante.

No caso dos cães, certamente haverá interessados na sua compra, no mundo todo. Eles têm linhagem e tradição de qualidade. Além disso, a moderna administração é rica em exemplos de terceirização. O que os monges estão fazendo é “terceirizar a frota”, como fez o distribuidor de leite paulista a que nos referimos. Como os cães são de estirpe, eles, os monges, podem exigir que os novos donos os levem ao convento no verão para satisfazer a curiosidade de milhares de turistas e engordar as finanças eclesásticas.●

Ricardo de Almeida Prado Xavier, administrador de empresas, é presidente da Manager Assessoria em Recursos Humanos. e-mail: ricardoxavier@manger.com.br. site: www.manager.com.br

