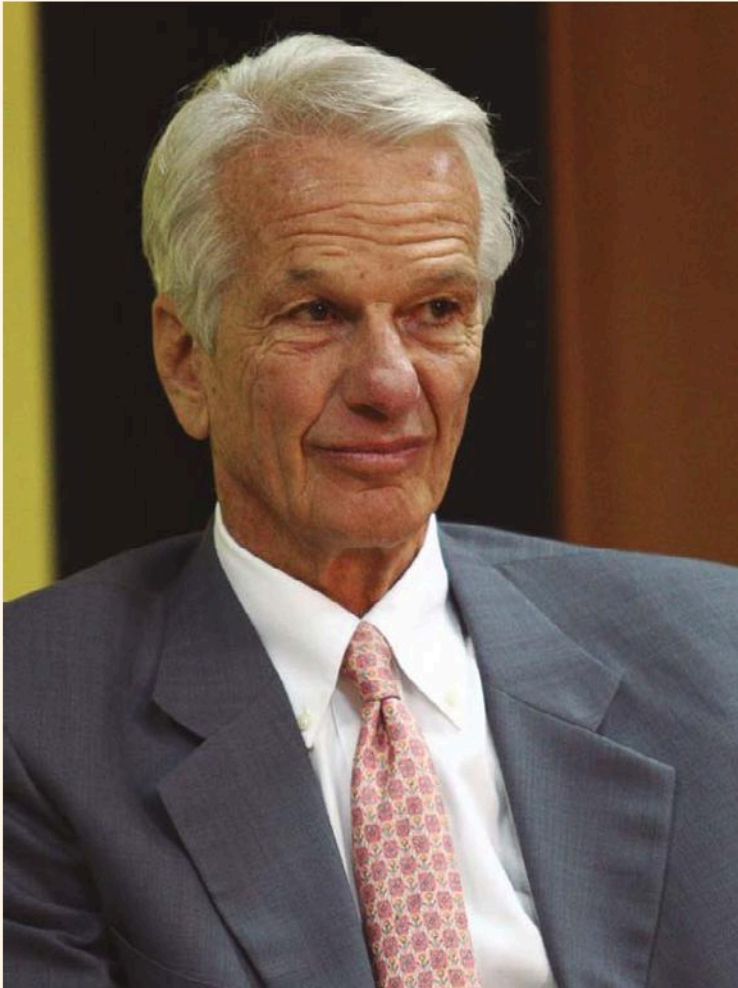


PAULO LEMANN, EL MEJOR ATLETA BRASILEÑO



Jorge Paulo Lemann

“Ser empresario en Brasil es deporte radical”, me dijo ayer un amigo empresario. En efecto, pensé, tienes razón; al final, como ya ha señalado la Revista Forbes, Brasil es uno de los países más hostiles para hacer inversiones empresariales. Además, los datos macroeconómicos, como la previsión para el PIB para 2015, no son nada estimulantes.

Pero, si emprender en Brasil es deporte radical, tenemos uno de los mejores deportistas del mundo, el más exitoso empresario brasileño, Jorge Paulo Lemann, que, escoltado por sus socios Marcel Telles y Beto Sicupira, dan lecciones de cómo se gestiona bien el arte de competir en el mundo empresarial. Su grupo, el 3G Capital, comanda un conglomerado de empresas en la rama de alimentos que ocupa el glorioso cuarto puesto del planeta, teniendo como líderes en esta modalidad deportiva a Procter & Gamble, Coca-Cola y Nestlé.

Lemann es aficionado a la pesca submarina, deporte radical y peligroso – también lo he practicado durante años–, y que exige del atleta disciplina, precisión, saber aprovechar las oportunidades, ser calculista y, por supuesto, como todas las modalidades de pesca, suerte.

El célebre Zhang Ruimin, consejero delegado del grupo chino Haier, hablando de las adquisiciones de empresas, uno de sus grandes talentos, dijo “capturad los peces aturdidos, no los muertos”. Y Lemann, con sus socios, prosiguen capturando peces, aturdidos o no, como Budweiser, Heinz, Burger King, Ambev, Lojas Americanas, y ahora –para el aturdimiento de la gran ballena Nestlé– ha capturado a Kraft, “formando un gigante del mercado de alimentos con ganancias anuales próximas a los 28 mil millones de dólares” (Fuente: Valor Económico, 17.04.2015).

Digo aturdimiento de Nestlé porque la mayor compañía de alimentos del mundo ha tenido que hacer cambios estratégicos rápidos, en función de la pujanza pesquera de Lemann, que con su



Marca Heinz

milagro de la multiplicación de los peces, obtuvo el mérito de subir al podio estadounidense con esta última fusión Heinz-Kraft, ocupando el tercer lugar en el sector de alimentos en este país, por detrás solamente de Pepsico y Nestlé, pero por delante de la toda poderosa Coca-Cola. Un honor para un Brasil que, seamos justos, no tiene como especialidad estimular sus atletas.

Con una gestión corporativa perfecta, el Grupo 3G adopta valores como la meritocracia, partnership, espíritu de equipo, reducción de costes, y, como publicó la revista brasileña Exame en 2000, con “colaboradores con cuchillo entre los dientes y sangre en los ojos”, su gran activo intangible; consiguiendo ser uno de los mas grandes barcos pesqueros del mundo, haciendo estremecerse hasta a las grandes ballenas.



Nestlé a la mira de Lemann

Lemann es un veterano y reúne mucho conocimiento científico en gestión, una intuición inherente a todo pescador, lo que le hace un maestro en la captura del pescado, configurando bien lo que dijo Philip Kotler: “La mayoría de los mercados están ocupados con demasiados pescadores atacando a muy pocos pescados.

El mejor pescador es aquel que entiende el comportamiento de la pesca mejor que cualquiera de sus competidores” (In, Los 80 Conceptos Esenciales de Marketing, p. 14, Pearson, Madrid, 2003).

Su socio y compañero de pesca, Beto Sicupira, ha dicho que “todas las personas que he visto preocupándose con los centavos nunca hicieron nada grande” (Cristiane Correa, in Sonho Grande, p.75, Primeira Pessoa, Rio de Janeiro, 2013). En efecto, así como han comprado la Budweiser, llamada por muchos la América embotellada, dejando perplejos –y por qué no decir aburridos– a los estadounidenses, Lemann y sus socios han hecho muchas cosas grandes en Brasil y en el mundo, y que así prosigan, demostrando que es posible que un pescador y atleta brasileño enseñe al mundo cómo se pesca, haciendo temblar a los demás competidores en las olimpiadas de los negocios.



Fusión entre Heinz y Kraft