

Quem que não tem história para contar da AmBev?

Autor:

Publicado em 16/09/2014

P: Nome completo, data e local de nascimento.

R: Guilherme Chulini de Souza, eu nasci em 6 de janeiro de 1974, em São Paulo, capital.

P: Quando e como você começou a trabalhar na companhia?

R: Comecei a trabalhar na companhia, em janeiro de 99, após o processo seletivo de trainee na Brahma, então eu estou aqui há quase cinco anos na companhia.

P: E hoje, sua função?

R: Hoje, eu trabalho na BDU Skol, que significa o Marketing Corporativo da Skol, cuidando mais do trade marketing, ou seja, sou gerente de mercado na Skol

P: Como seria seu cotidiano na Skol, o que você desenvolve?

R: Basicamente, minha função é cuidar de todas as ações mercadológicas da marca Skol, ou seja, seja uma ação que vise incremento de vendas ou mesmo de distribuição, sempre envolvendo a marca Skol, seja do ponto de venda ou mesmo pro consumidor, eu acabo tendo ciência, seja como dono do projeto, seja intermediando a área de trade marketing da companhia. Além disso, eu cuido indiretamente de Caracu e de Skol Beats, sempre também ligado à ações do mercado, ou seja, o que acontecer com a marca Skol ou com seus produtos do portfólio da marca Skol, o gerente de trade marketing acaba participando, se envolvendo e tendo mérito em relação a isso.

P: E no seu tempo de AmBev, o que você considera como sendo seu maior desafio?

R: O maior desafio foi, na verdade foram três grandes desafios, primeiro, no primeiro ano mesmo, quando eu era trainee e, depois de seis meses de treinamento, fui assumir a supervisão de vendas sem nunca ter vendido nada, ou seja, foi o primeiro contato de liderança que eu tive, de ter uma equipe e ter responsabilidade de metas, assim por diante; o segundo foi quando eu fui ser gerente de vendas, também foi um grande desafio também por eu responder por uma área geográfica e com um volume significativo na área do ABC, que eu feliz na época e, terceiro agora, quando finalmente fui descobrir que marketing era a minha área de maior interesse, estar hoje no marketing corporativo da Skol, que era uma responsabilidade enorme e um desafio muito grande e um momento feliz da minha carreira, que aquilo que eu sempre quis mesmo era cuidar de uma marca tão importante e significativa quanto a Skol, no caso em trade, pela experiência que eu tive em vendas

P: E neste teu tempo aqui dentro aconteceu algum fato engraçado que você se lembre?

R: Uma das coisas engraçadas que aconteceram, porque quando você está no mercado, você está sempre em convivência com o ponto de vendas e é uma dinâmica muito grande. Esse fato curioso foi exatamente em 99, no segundo semestre de 99, quando eu era supervisor de vendas da marca Brahma, que naquela época, a gente tinha um desafio muito grande de colocar os equipamentos de refrigeração nos clientes e não só colocar, como ter certeza que dentro do equipamento só colocar cerveja de 600 ml da Brahma e a gente estava sendo muito cobrado sobre isso, porque o ABC era uma área foco da companhia, para você ter uma idéia a gente estalou 500 equipamentos em seis meses, então, no primeiro mês, existia uma rigidez muito grande daquilo que era colocado dentro do equipamento, e qual foi minha surpresa, de um cliente que eu já tinha visto, que a negociação não tinha sido tão bem sucedida, eu estava visitando o cliente como a gente sempre faz, a gente sempre visita os maiores clientes, foi quando eu abri a geladeira, o saara, da Brahma, eu vi lá, um porco, literalmente, um porco inteiro dentro da geladeira, como se fosse desenho, com um xisinho dentro da geladeira. Aí cheguei pra dona do ponto de venda e disse: “Senhora,” eu não me recordo o nome, “a senhora poderia tirar o porco da geladeira?” Ela disse: “Não vou retirar não”, “Como não, a senhora tem um freezer aqui vertical que a senhora pode colocar o porco.”. Ela repetiu: “Não vou retirar.” Então ficou aquele negócio: “Tira”, “Não tira”. Ela falou: “Então tira você.” Eu falei: “Ah é.” Peguei o porco com a mão, abri a geladeira e coloquei o porco lá. (risos) Quer dizer, foi uma coisa muita engraçada, inóspita, foi uma coisa engraçadíssima, hoje eu conto para amigos sobre o porco na geladeira. Esta foi o cúmulo!!!

P: E o que você acha desta preocupação da AmBev de estar resgatando a sua história através de seus funcionários?

R: Acho ótimo porque o patrimônio da companhia são seus funcionários e aqui a gente tem um desafio muito grande de sempre estar buscando

resultados crescentes para a companhia, visando ganho de rentabilidade, ganho de share, então a cultura da AmBev faz com que as pessoas façam o possível e o impossível pra atingir esses resultados. Neste caso eu sabia que eu não ia sair de lá se não tirasse o porco da geladeira, por quê? Porque meu gerente poderia ver isso daí e se eu me omitisse ali, o porco está ocupando o espaço da minha garrafa de 600 ml. Então acho que esta iniciativa da companhia mostra inúmeros exemplos de pessoas que viveram um pouquinho disso em várias unidades, várias situações, mas sempre em prol do resultado da companhia, em prol de um objetivo que é fazer que a companhia cresça cada vez mais e ganhe cada vez mais mercado. Então eu acho que é uma iniciativa excelente porque tenho certeza de que esta história... vão ter outras engraçadas, interessantes e curiosas.

P: E da iniciativa da AmBev de estar organizando os acervos Brahma e Antarctica?

R: Eu acho fantástico, são duas marcas centenárias, eu acho que tem coisas que muita gente não deve saber, mas naquela época praticamente só tinha as duas marcas. Deve ser muito legal de resgatar aquilo, não só para entender como estas marcas duraram todo este tempo e para a gente até aprender de vez em quando com as coisas do passado, porque certas coisas aconteceram, sempre teve um motivo, teve uma razão. E a gente trabalha numa empresa que não é de cinco, dez anos, é uma empresa de 100 anos, então eu acho que esta iniciativa excelente também porque a gente vai aprender muito com isso.

P: Agora só para encerrar, o que você acha de ter participado deste projeto de história oral?

R: Eu acho ótimo, primeiro que as pessoas vão se conhecer cada vez mais. Vão me conhecer um pouco, mas acho que o maior legado de tudo isto daqui é a gente cada vez mais colher mais depoimentos e vivenciar... porque eu tive um contato muito de marketing e vendas agora, de repente um companheiro da fábrica também pode ter uma história curiosa, interessante que eu vou querer ver também a história dos outros. E funcionários mais antigos, então, esses devem ter histórias formidáveis para contar para a gente.

P: Quem não tem história para contar da AmBev?

R: Quem não tem história é porque não trabalhou aqui. (risos)

P: Obrigado!

R: Eu que agradeço!