

# MUSEU DA PESSOA

## História

### O sonho de trabalhar na Ambev

História de: [Marcelo Camargo](#)

Autor: **Museu da Pessoa**

Publicado em: 24/11/2006

[Ver detalhes do vídeo](#)





**astra**

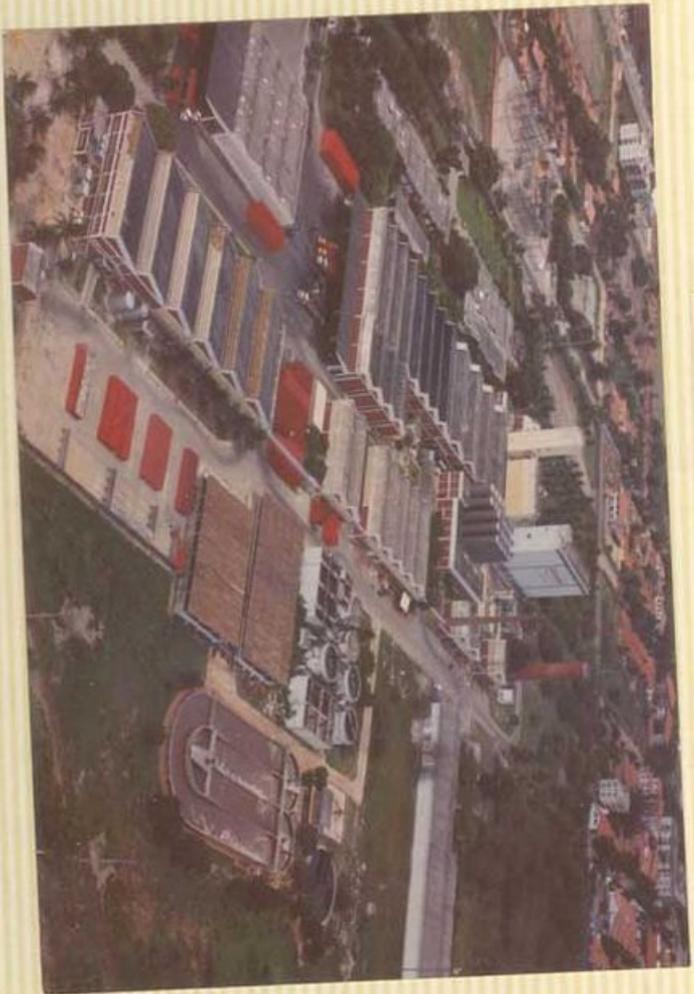
Companhia Saneamento de Curitiba Ltda.  
 Indústria e Comércio S.A. - Indústria e Comércio S.A.  
 A-1, Contorno, 850 m, 199  
 no L.C. C. D.M.A. nº 19.010

Marca depositada - Indústria Brasileira

**astra**

Indústria e Comércio S.A. - Indústria e Comércio S.A.  
 Indústria e Comércio S.A. - Indústria e Comércio S.A.  
 A-1, Contorno, 850 m, 199  
 no L.C. C. D.M.A. nº 19.010

Marca depositada - Indústria Brasileira



**NOSSA FÁBRICA**



Confianza en Lara

## 50 millones de dólares inversión de Brahma Chopp

□ Rafael Castillo

### Lanzamiento corporativo

Una demostración de la confianza que en el exterior existe en cuanto a la pronta recuperación financiera y económica del país, lo constituye, sin lugar a dudas, la cuantiosa inversión que empresarios cerveceros de Brasil han hecho en Barquisimeto a través de la nueva cerveza Brahma Chopp, que estará en el mercado nacional a partir del próximo lunes.

Esta inversión que supera los 50 millones de dólares, está constituida por la instalación, en la capital larense, de otra industria cervecera y que la convierte en la "Ciudad Cervecera de Venezuela" en virtud de que las dos únicas plantas productoras de esta bebida están instaladas, precisamente en Barquisimeto.

La nueva planta cervecera está constituida por un capital brasilerovenezolano, de acuerdo a informaciones proporcionadas por el director general de esta empresa, Geraldo S. Camargo y Gabriel Rakower, director general de Crea-Corn, la empresa que tendrá a su cargo todos los aspectos publicitarios de Brahma Chopp, adscrita a la Cerveza Nacional.

El lanzamiento al mercado nacional de este nuevo producto, desde Barquisimeto, será a través de un acto previsto para hoy viernes con la asistencia del ministro de Fomento, Roberto Politto, y el presidente del Fondo de Inversiones de Venezuela, Carlos Bernárdes Loesada; para continuar el sábado próximo con una caravana por los diferentes sectores de la ciudad, denominada "La Caravana del Sabor", culminando en horas de la noche en el Demo Bolivariano con la ubicación allí de un sistema para la distribución directa del producto a los asistentes, quienes disfrutarán igualmente de un sensacional show musical en el que intervendrán Carota, Nema y Txiá, el Grupo Aditus y Gusco.

Es de destacar, especialmente, la presencia del destacado futbolista brasilero Romário, una de las estrellas del reciente Finalizado Mundial USA-94, conquistado por la Selección de Brasil, quien visita por primera vez a Venezuela, viajando directamente en vuelo privado hacia Barquisimeto, desde Río de Janeiro.

□ Al explicar los alcances de esta nueva industria para Barquisimeto, Geraldo Camargo, un empresario de gran experiencia en materia cervecera, con muchos años de operatividad en esta rama industrial, expuso que se trata del lanzamiento corporativo de la nueva Cerveza Nacional bajo la dirección de Brahma de Brasil que ha decidido desarrollar importantes inversiones en Venezuela, y que es la cervecera número uno de América del Sur y la quinta del mundo en proyección y categoría.

Es por ello que a partir del lunes 15 estará en el mercado venezolano en sus unidades de 222 cc. (botella) y 250 cc. (lata) al precio establecido en el mercado nacional, siendo un producto venezolano, pero con tecnología brasiler y materia prima importada, en un 100 por ciento de cebada traída directamente desde Europa.

Se trata —acotó Camargo— de un producto con la misma calidad de la Brahma de Brasil, sometida a 800 degustaciones mínimas hasta lograr el gusto del consumidor venezolano.

### Expectativas

□ Para el Director General de Brahma Chopp, de Lara, la empresa se ha adentrado hacia las expectativas del consumidor venezolano, estimando que éste requiere de un nuevo sabor de cerveza, esperando elaborarla con el mismo sabor de Brasil, igual que la Brahma de Brasil, pero convertida, en el marco de las investigaciones tecnológicas, en una cerveza de sabor venezolano, hecha en Venezuela para venezolanos y por venezolanos.

Para ello se vienen haciendo inversiones por más de 50 millones de dólares entre montaje de estructura, distribución, lanzamiento del producto y capacitación tecnológica y administrativa de su personal.

Ello lo hacemos —dijo— por confiar en el potencial económico de Venezuela, entendiendo que venimos de un país como Brasil, que también pasó por dificultades económicas, pero que a la larga superamos, por lo que creemos que lo que está ocurriendo en Venezuela es una situación pasajera, temporal y superable.

En cuanto a los procesos de importación de la materia prima para la elaboración de la Cerveza Brahma desde Barquisimeto, Camargo destacó que la empresa no tiene problemas en tal sentido por cuanto en estos momentos cuenta con un buen stock de cebada que fue traída al país mucho antes de la medida de congelamiento o control de cambio, lo que significa que Brahma tiene todo definido sobre el sistema en que va a operar desde Venezuela.



Geraldo Camargo y Gabriel Rakower, expusieron aspectos de las inversiones realizadas por Brahma Brasil en Barquisimeto. (Foto Julio Colmenárez).



Los depósitos de la "distinguida" brasiler Brahma Chopp, haciendo al fondo, a El Obelisco, símbolo de Barquisimeto. (Foto Julio Colmenárez).

### Sinopse

Apesar de seu pouco tempo na Ambev, conta como já se interessava em trabalhar na companhia, desde que cursava direito na graduação. Conta o início de sua trajetória na companhia como vendedor e, hoje, como Supervisor de Vendas, atende clientes de chopp em shoppings centers no Rio de Janeiro.

### Tags

- [cidades](#)
- [Ambev](#)
- [vendedor](#)
- [comércio](#)
- [Direito](#)
- [supervisor de vendas](#)

### História completa

IDENTIFICAÇÃO Nome, data e local de nascimento Meu nome é Marcelo Barbosa Camargo. Nasci em oito de Dezembro de 1980, no Rio de Janeiro. TRABALHO Ingresso na empresa/Trajatória profissional Estou na Companhia há um ano e meio. Eu vim duma faculdade de Direito, não tem nada a ver com o cargo que eu exerço hoje nessa área comercial que eu atuo, mas desde pequeno eu conheço pessoas que já trabalhavam aqui na Companhia e sempre admirei a forma de trabalhar dessas pessoas, a motivação que elas iam pro trabalho, que elas vinham pra Companhia, mesmo sob forte pressão, sob forte estresse diário aqui, essas pessoas sempre motivadas, com tesão mesmo e vim pra cá trabalhar, atingir resultados, superar

desafios. Eu sempre admirei isso e de meados da minha faculdade final eu vi que o Direito não era uma área que eu ia querer trabalhar, não tinha muito a ver comigo, então eu queria entrar aqui na Companhia. E como eu vim numa área que não tinha nada a ver com essa área que eu atuo, eu fiz um processo de seleção pra vendedor, entrei como vendedor, fiquei cerca de dez meses, um ano como vendedor e agora, no início desse ano eu fui promovido a Supervisor de Vendas, que é a função que eu exerço hoje, um projeto novo aí da Companhia que é dentro da área do chope, que é atendendo clientes dentro de todos os shoppings do Rio de Janeiro. Terminei a faculdade. Estou fazendo MBA em Gestão Empresarial. Ser Vendedor era uma porta de entrada, que aqui pra mim eu quero ir longe, criar carreira na Companhia, mas como eu não tinha nenhuma experiência profissional nesta área comercial, nessa área de vendas, não tinha como eu almejar um cargo maior, então eu achei que tinha que entrar por baixo mesmo, aprender e ir dando os passos conforme o atingimento dos meus resultados, enfim. Foi uma experiência única mesmo, foi bem legal. Foi um aprendizado que sem dúvida eu vou levar pro resto da minha vida. Não só um aprendizado na área, em relação à Companhia, mas o aprendizado do conhecimento de gente, de pessoas, a gente tem que lidar com todo tipo de gente, desde o cara que representa o Canecão, o morro da Urca, um ponto turístico do Rio de Janeiro até com o dono do botequim no meio da favela. E você tá ali representando a Companhia, às vezes o cara tá p. da vida com alguma coisa, chateado com alguma coisa, aí vai descontar no vendedor que tá ali, coitado, então você tem que contar até trinta pra não responder da mesma forma que ele pra não criar uma antipatia com seu cliente. Foi muito legal, uma experiência única mesmo e que, sem dúvida nenhuma, agregou muito a essa base que eu venho construindo pra, se deus quiser, encarrear na Companhia. Eu comecei como qualquer outro Vendedor. Fiquei meu primeiro mês numa rota reserva, segundo mês também numa rota reserva até eu ganhar uma vaga de titular de rota, então eu peguei a minha rota, fiquei dez meses na minha rota na área da zona Sul, durante esses dez meses teve umas pequenas mudanças, mas no geral foi a mesma rota. Eu fiz um ano de Companhia e já tirei férias, eu tinha marcado as férias pra um ano, até porque, o meu objetivo aqui eu não posso perder o time, se ficar mais do que um, dois anos em cada função, sai do meu objetivo. Então eu tirei férias, fiz uma viagem pro exterior, pra fazer um curso de inglês e quando eu voltei eu conversei com meu gerente na época, aí pintou essa oportunidade que era pra estar tocando esse novo projeto da Companhia dentro da sala do chope, que já era um sonho meu, de vir a trabalhar com chope. Então pintou esse projeto de segmentar uma área pra atender os clientes de chope dentro dos shoppings do Rio, me chamaram, eu topei na hora, um puta desafio, estou gostando pra caramba. Sei que é muito trabalho, tem muita coisa pra fazer ainda, estou há dois anos e meio, mas os resultados a gente já tá vendo acontecer, isso é bastante gratificante. Eu tive uma série de desafios, mas o meu maior desafio... Eu acredito que o nosso maior desafio é o que a gente está vivendo no momento, no meu caso não deixa de ser diferente: é tocar essa mesa aí, porque as pessoas depositaram uma confiança muito grande em mim, é uma responsabilidade muito grande, é um projeto novo, eu tenho que dar resultados, eu tenho que mostrar que é viável, que é rentável pra Companhia. Porque, caso contrário a Companhia achar que não é rentável, que não valeu a pena contratar um supervisor novo mais alguns vendedores pra sala do chope, pra tocar esse projeto, “bau bau”, não valeu de nada, o projeto foi por água abaixo. Então, hoje é o meu maior desafio fazer isso dar certo. FAMÍLIA Pai No início, ele foi até contra, ele achou que não tinha nada a ver, mas no início da minha faculdade, no primeiro ano eu tive contato com os vendedores aqui da Companhia negociando esse lance de chopada, num sei o quê, então eu falei: “Pô, pai, eu queria entrar na Companhia” ele: “Tá maluco, vai estudar, num sei o quê, pô, esquece isso, primeiro que não pode parente, segundo que vai estudar”. Aí eu tirei um pouco disso da cabeça, então o final da minha faculdade coincidiu mais ou menos com a época que ele se aposentou, então já não tinha mais esse problema, de não poder trabalhar parente, ainda mais filho. Então, como eu sempre gostei da Companhia eu falei: “Ah, eu vou lá, vou tentar”, aí fui lá, do meu jeito, botei o meu currículo, fui chamado pra seleção, participei de todo o processo normal como todos os outros. MUNDO DO TRABALHO Cotidiano de trabalho Os dois primeiros meses eu tive rota de morro, de favela. É diferente, é difícil o ambiente. Você fica com medo às vezes de olhar para o lado, você não sabe quem é o tipo de pessoa que você tá lidando, mas em relação aos clientes essas pessoas são muito mais carentes de relacionamento, de atenção, então exigem até menos em relação aos pontos de venda que ficam na rua, os pontos de venda tradicionais. Esses que você diz, de favela? Às vezes trabalham com portfólio muito melhor do que outros pontos de venda, você tem até uma facilidade maior, é o que eu estou te falando, essas pessoas geralmente tem uma carência de relacionamento, de atendimento, às vezes por ser um local na favela, de difícil acesso, as pessoas não visitam com tanta frequência. Então, como eu tinha um contato bem legal com eles, eu procurava visitar, dar atenção legal, tava começando, queria mostrar meu trabalho. Então, o relacionamento que a gente tinha construído te dava uma facilidade maior pra colocar determinado produto lá. Às vezes, mesmo que o cara não trabalhasse, você oferecia, pedia pra ele colocar, pra te dar força. Ele colocava, aí depois virava rotina, ele mesmo já tava pedindo o produto e assim começava a vender. Tem que estar no mercado direto. É um trabalho de supervisão mesmo, você tem que estar no mercado, se você ficar interno você fica alienado em relação às coisas que estão acontecendo na rua, então tem que estar bem antenado. Essa mesa é uma área segmentada dentro de uma sala segmentada, que o chope já é uma sala segmentada. Então, a gente enxergou, a Companhia enxergou que existia uma oportunidade muito grande dentro dos shoppings do Rio, que é uma área que a Companhia nunca olhou muito. Agora foi criada uma mesa que todos os clientes dentro de shopping do Rio de Janeiro são atendidos pela minha mesa, é essa a supervisão que eu faço, não necessariamente só os clientes que trabalham com chope. Então, o cliente com um quiosquesinho que vende uma empadinha e trabalha com algum refrigerante, a gente vai atender esse cara, não necessariamente clientes que só trabalham com chope. Nunca um dia após o outro é igual, nunca, nada. Sempre novidade, sempre pepino novo aparecendo pra você resolver. Isso que motiva, que faz a gente se superar cada dia mais. EMPRESA AmBev Quando eu via de fora eu só via as coisas boas da Companhia. Antes de eu entrar eu fui sinalizado que a Companhia não era um lugar perfeito, não era o melhor do lugar do mundo pra se trabalhar, mas está longe de ser o pior, muito pelo contrário. Então, com todos os defeitos, como toda macro-operação é lógico que tem uma série de defeitos e já vem melhorando em bastante coisa e a tendência é vir a melhorar cada vez mais, mas mesmo com tudo isso, com nosso estresse diário, compensa a paixão, o amor com que a gente exerce a nossa função aqui. É um diferencial, sem dúvida nenhuma. Eu digo pela minha família, na minha casa, na casa dos meus avós, de parentes mais próximos, não entra produto que não seja nosso. Mexe com todo mundo. Às vezes a gente vai jantar, sai com uma namorada, uma pessoa e a pessoa não está acostumada, não sabe como as coisas funcionam, pede um produto da concorrência pra empresa, a gente não deixa ela pedir. A pessoa não entende, sai briga, a gente perde a namorada, mas não deixa beber outra coisa com a gente. É por aí. Desculpa, eu sou meio até doente em relação a isso, meus amigos falam que eu sou meio maluco com esse negócio, mas é

por aí mesmo. Se a gente vai numa mesa, se estiver num aniversário e tem produto da concorrência e falam: “vai lá, vamos tirar uma foto”, eu vou lá, tiro os produtos que não são nossos e tiro pra não aparecer na foto. Entendo, visto a camisa e adoro isso aqui. Fico mais aqui do que na minha casa, mas é com prazer, sem aquele negócio de ficar olhando no relógio, querendo ir embora. Às vezes deu a hora de ir embora, não tem mais nada pra fazer, eu falo: “Pô, vou embora”, às vezes quero até ficar aí, arrumar alguma coisa pra fazer. PRODUTOS Chope claro /chope escuro /Cerveja Sem dúvida nenhuma, o chopp claro é o que vende mais. Nessa época até de inverno o chope escuro tem uma saída bem legal, mas sem dúvida nenhuma o volume é muito maior de chope claro, não dá nem pra comparar. Isso varia muito do perfil de cliente, acho que ambos têm uma saída muito forte, mas isso depende. No botequim, predomina a cerveja garrafa, o pessoal encosta no balcão. E tem uns pontos de venda mais sofisticados que trabalham com chope, que é um produto mais caro e tal, mas isso varia de perfil de cliente pra cliente. PROGRAMAS DE QUALIDADE Programas de Excelência A Companhia incentiva bastante. Eu acho que o primeiro ponto de partida tem que ser do próprio funcionário em relação à Companhia, ele tem que vir trabalhar com tesão, tem que ser um negócio que ele goste de fazer. Se ele tem amor a isso, se ele tem paixão, eu acho que as coisas caminham muito mais fáceis, porque a Companhia dá todo suporte, a Companhia faz uma série de incentivos, não só financeiros, de premiação material, mas como incentivos de reconhecimento. A gente tem um programa, o Feras, onde mensalmente é reconhecido o melhor supervisor, o melhor vendedor, o melhor gerente do mês anterior. E também tem os Feras AmBev do ano, que é aquele cara que ficou três vezes como o melhor dentro de um trimestre, ele é reconhecido no ano seguinte numa convenção na frente de todas as pessoas da sua regional, é bem legal. Um é da Stella Artois e outro é do PEV (sic) que a gente ganhou o ano passado. A gente ganhou esse ano também, mas eu não coloquei se não ia ficar muito papagaiado aqui. TRABALHO Momentos marcantes O que me emociona bastante, o que vai me marcar bastante não é apenas um acontecimento, mas são vários. É quando a gente vira uma casa da concorrência, isso é o que mais me emociona. Hoje a gente vai lá, negocia com uma casa que trabalha com o chope da concorrência, a gente coloca o nosso chope lá. Dá vontade de sair gritando, liga pra todo mundo e fala: “Pô, viramos aquela casa”, arrepia o caramba, é muito legal. Agora eu lembrei, uma emoção muito forte foi quando eu fiquei a primeira vez em primeiro lugar como vendedor ano passado. Eu tinha sete, oito meses de rota e tinha vendedores com dez, doze anos de rota, então eu lá até o último dia de venda, ralando, caiu num sábado, chovendo pra caramba, tinha que vender refrigerante pra caramba, que era um indicador que eu tinha que bater pra ficar em primeiro. Então, quando eu soube que tinha realmente ficado em primeiro foi muito legal, foi muito gratificante porque a gente sua sangue, então foi bem legal. Isso aí marcou bastante, vai ficar marcado pra sempre. CULTURA DA EMPRESA Valores A cultura da Companhia eu acho que é algo único. Aquele lance que eu falei, de doar sangue, não tem na nossa cultura, ninguém fala, mas que é verdade. É gastar sola de sapato, é usar o tanque reserva, é bater no peito, ir em frente mesmo, pensar que nós somos diferentes, que a gente faz a diferença, que a gente atua como dono desse negócio aqui e a gente sonha grande e impossível entre aspas, porque a gente pensa que sonhar grande dá o mesmo trabalho que sonhar pequeno, então a gente sonha impossível e geralmente a gente chega lá nesse impossível. CAUSOS “Água que passarinho não bebe” Eu lembro de um amigo nosso que é o Márcio, ele está como supervisor também agora da área Vip. Ele entrou mais ou menos nesse mesmo esquema que eu, como vendedor, mas com o objetivo de estar logo assumindo um cargo de supervisão. Então, nessa época que ele estava reserva, ele estava cobrindo as férias da minha parceira de rota e tinha um ponto de venda que era dentro de uma galeria meio escondido, ele não sabia onde que era. Ele falou: “Pô, Marcelo, onde é que fica esse ponto de venda aqui? Quero ir lá visitar o cara”. E aí, como ficava dentro de uma galeria, eu apontei pra ele um Pet Shop e falei que era lá. Aí ele entrou, se apresentou: “Prazer, meu nome é Márcio, eu trabalho na AmBev”, e o cara: “Não, beleza.”, “Eu queria saber se você está precisando de algum produto”, “Que produto?”, “De Guaraná, algum refrigerante”, “Cara, eu nunca vi passarinho beber Guaraná, mas se você tiver razão, alguma coisa assim eu até compro, mas Guaraná, refrigerante não.” Aí ele não entendeu nada e o cara falou: “Pô, isso aqui é um Pet Shop”, “Não, beleza, de repente você podia ter uma geladeira”. Aí ele saiu na rua, eu estava chorando de rir, passando mal, ele não entendendo nada, ele me xingou pra caramba e fala isso até hoje. Isso eu lembro, foi bem legal. PROJETO MEMÓRIA VIVA AmBev Importância da história Eu acho que isso foi uma idéia super legal, acho que já poderia até ter vindo antes porque o que fica é exatamente isso, é a história. Quando os nossos filhos e os nossos netos forem ver amanhã ou depois a onda que a gente trabalhou, da onde que surgiu, como começou. E a gente está muito ligado à própria história do país porque a gente trabalha com um produto que transmite alegria, que é um produto fundamental em qualquer data festiva. Então, todo esse crescimento faz parte do crescimento da história do país, então isso tinha que ter realmente um local, um negócio pra ficar registrada a imagem não só dos produtos, mas dos funcionários para as pessoas que vem de fora, as parcerias que a gente faz e vai vir a fazer, pra eles conhecerem um pouco mais da nossa cultura, da nossa história. ENTREVISTA Recado Eu só queria deixar registrado o orgulho mesmo de trabalhar aqui na AmBev, de fazer parte deste time. Quando a gente vai em algum lugar e a pessoa pergunta onde é que você trabalha, a gente bate no peito pra falar que é na AmBev e parece que as pessoas até te olham como alguém superior, porque a AmBev é algo assim surreal, só quem vive aqui, quem trabalha aqui é que pode dizer o quanto é bom fazer parte deste time vencedor, campeão.