

# MUSEU DA PESSOA



Museu da Pessoa

*Uma história pode mudar seu jeito de ver o mundo.*

Memória Viva AmBev (AMBEV)

**Tenha calma, que a gente chega lá!**

História de [Fábio Leocádio dos Santos](#)

Autor: [Museu da Pessoa](#)

Publicado em 02/01/2007

---

P/1 - É... Boa noite.

R/1 - Boa.

P/1 - Você poderia falar seu nome completo, data e local de nascimento?

R/1 - Meu nome completo é Fábio Leocadio dos Santos. Data de nascimento é 13/12/1977, e eu nasci em Recife.

P/1 - Em Recife?

R/1 - É.

P/1 - E Fábio, como você veio trabalhar na Companhia?

R/1 - Eu vim trabalhar na Companhia através do seguinte: nós trabalhávamos na distribuidora. Não existia AmBev. Distribuidora era diferente. Existia distribuidora para Skol, Antarctica, que distribuía aqui em Recife e em Olinda. Então, aconteceu na época, é... que as empresas iam acabar – a distribuidora – e ia existir fábrica. Ia ser tudo distribuído direto de fábrica. Então, foi quando surgiu, que a empresa estava prestes a acabar, e a empresa estava contratando. Aí eu vim através, já da experiência de venda de bebidas na distribuidora, partir para a fábrica.

P/1 - E você conhecia alguém que já trabalhava na fábrica?

R/1 - Não, não conhecia. Não conhecia. A área de vendas não existia na fábrica. A área de vendas não existia. Existia só a parte logística... E... a parte de... que eu conheci, na época... é a... como que eu posso dizer? Parte de... produção.

P/1 - E isso foi em que ano?

R/1 - Foi em 2001.

P/1 - 2001?

R/1 - Foi quando eu entrei na Companhia.

P/1 - E, assim, e como foi essa mudança, né? Você veio de uma distribuidora...

R/1 - Uma distribuidora, não conhecia todo o processo. E para mim tudo era novo. Que eu conheci o processo... eu via na época, o caminhão carregava o pedido e saía de manhã cedo, para poder estar naquele contato direto com o cara, e eu não tinha... tudo era novo. Então, fui pela aprendizagem. Tudo aprendizagem, e isso acho que me amadureceu muito, porque aí eu aprendi mais.

P/1 - É, assim, ser vendedor não é uma coisa tranqüila, né: você tem metas, está na rua o tempo todo...

R/1 - Isso.

P/1 - Como que é o seu dia, assim, o seu dia a dia?

R/1 - Ó, meu dia é o seguinte. É... Como eu posso dizer? Como você falou: o vendedor existe seu trabalho. O trabalho é duro. Vendedor é duro, muito duro. Não é uma coisa que você possa dizer: “não, vou sentar aqui e as coisas vão vir”. Não, tem que correr atrás, rala muito... É, as coisas são complicadas – não são bem fáceis, como a pessoa acha que é. E eu acho que, no caso, no trabalho da AmBev, existe muito foco. Muito foco para se trabalhar. Você não consegue direcionar tanto para uma coisa só. Existe às vezes dez focos no dia que eu acho que não é mais foco. Muda todo o sentido da coisa (Fala como se gesticulasse ou mostrasse alguma coisa que representa a mudança de focos): Foco – foco. Foco – não é mais foco. Então, eu acho que é isso. O trabalho é duro.

P/1 - E assim, nesse tempo que você está trabalhando, tem alguma história que você acha que te marcou... alguma coisa... Porque deve acontecer muita coisa, né?

R/1 - É, muita coisa. E para dizer assim, história marcada, né, mas foi assim mais no meu lado pessoal, que eu não esperava, mas, é... assim... que tudo foi experiência, né, e foi o quê: foi o nascimento do meu filho, há quatro anos atrás. Eu tinha uma namorada, e acabou, é... eu preocupado demais, na perda de tempo, e muito novo eu me achava, e de repente “eu estou grávida”, e agora? E eu enlouqueci ao ponto de não querer ir mais trabalhar, e querer sair e procurar outra coisa, porque não tinha experiência de vida. Aí pronto, foi acho uma das histórias que marcaram aqui, que eu vou lembrar muito, entre outras, mas que a gente não lembra, né?

P/1 - Assim, engraçadas, porque na verdade, assim, vocês que trabalham são todos homens. Deve acontecer umas coisas engraçadas, que não tenham acontecido com você, mas que aconteceu com outro...

R/1 - É verdade, acontece, mas assim, de mente, eu normalmente não tenho bem lembrado. Porque, querendo ou não, a gente assim, uma cena é engraçada, mas às vezes o que marca mais é aquelas assim, ou rapta, mas não tem muita relevância, e... Não tenho, não tenho.

P/1 - Assim, eu sempre imagino – aí você me corrige – que para ser um bom vendedor, você tem que acreditar no produto.

R/1 - Correto.

P/1 - Se não você não convence o outro.

R/1 - Isso.

P/1 - Né? Você vende... Qual é o produto que você vende?

R/1 - Hoje, é, o vendedor aqui, ele segmenta, né – como já entrou outros amigos... E, seguinte: existe um vendedor que trabalha hoje com a marca Antarctica e a marca Bohemia, existe outro que trabalha com a Skol e a Brahma, e existe outro que trabalha podendo vender as quatro marcas. Eu, no caso, só vendo Antarctica e Bohemia, hoje. E outras cervejas que não são Pilsen. Mais direcionadas só Antarctica e Bohemia. E acredito muito. A Bohemia, por ser uma das melhores cervejas, mais antiga, o pessoal dá muito valor a ela, certo? E a Antarctica, por ser uma marca Nordeste, ela é muito forte, entendeu? Não só Nordeste. Eu digo Nordeste porque eu moro aqui e vivo aqui. Mas o pessoal ainda acredita muito. É uma marca antiga, marca de força, de poder – tem preço para se trabalhar, certo, em comparação às outras... Quando você fala “Antarctica”, o pessoal: “opa, Antarctica!”. “Pronto, chegou o vendedor da Antarctica”. Também, o pessoal tem isso na mente, porque tem muita gente antiga, que já trabalha há muitos anos no bar e tem aquela mente, entendeu, ainda considera. E acredito muito na marca – por isso que ela vende o que vende, e eu faço ela vender.

P/1 - E acompanha, nesse tempo que você está aqui, ela incentiva o funcionário? Ela dá um incentivo? Ela...

R/1 - Olha, incentivar, ela incentiva muito, mas eu acho que falta mais incentivo. Você lendo, hoje, você vê algumas entrevistas – até eu estava vendo, é, lendo alguma coisa de algumas revistas, e eu vi que empresas até menores, elas proporcionam viagens... coisa que eu acho que não... Existe, mas não em grande proporção, certo? Poucas. Não vou dizer que é uma coisa que você vê, de incentivo. Mas tem, como ele passa nível nacional, que, é, tem incentivos de... por temporada: eles marcam para fazer, é, assim, hoje é um incentivo se você, no primeiro trimestre, ou no primeiro semestre, se você alcançar a meta “x”, aí você concorre a cupons que vai ganhar carro, casa... Já teve algumas pessoas que ganharam feira, alguma coisa.... É bom. É bom. Mas eu acho que se fosse uma coisa mais regional mesmo, fosse mais aqui, direcionada para o CDD Nordeste, acho que seria melhor, o incentivo seria bem melhor. Você está correndo só entre si, não entre tanta gente.

P/1 - E como que você... Qual a importância que tem o CDD? O que ele contribui para a AmBev?

R/1 - Vê... Eu não tenho, assim... Eu não posso nem te dizer assim: CDD contribui para a AmBev. Porque tu tem... Eu particularmente não tenho esse conhecimento todo, certo? Eu sei que de grande importância é, porque é uma distribuição direta, junto aqui, proporcionando... E eu sei que, nesse ponto, é muito bom. Agora dizer mais alguma coisa, assim, o que faria para melhorar...

P/1 - E você tem alguma propaganda que te marca, assim, que você lembra assim, que você acha...

R/1 - Da Companhia? (pausa) A propaganda que eu mais me lembro é a seguinte – é, eu achava muito engraçada, logo, faz um tempo atrás: era

aquela da tartaruga, da Brahma. Eu achava muito engraçada aquelas dali. E aquelas chamadas da Brahma sempre foi interessante. Eu achava muito engraçado.

P/1 - Você queria deixar um recado para seus colegas, para a AmBev?

R/1 - (pausa). Queria sim. É... (pausa). Quero dizer o seguinte: é... Que pode acontecer... É... Tenha calma, que a gente chega lá! Somente! E lutar um pouco mais, que a gente consegue mais alguma coisa.

P/1 - Você quer falar mais alguma coisa que eu não te perguntei?

R/1 - Não, não.

P/1 - Que você acha importante?

R/1 - Não, não.

P/1 - Não?

R/1 - Não.

P/1 - Então eu te agradeço. Obrigada!

R/1 - OK.