

MUSEU DA PESSOA

História

Cresci muito, mas ainda tenho muito a crescer

História de: [Sandra Aparecida Ribeiro](#)

Autor: [Érika](#)

Publicado em: 14/06/2021

Sinopse

Sandra viveu no interior de São Paulo até seus 15 anos. Mas sempre com vontade de ter independência, crescer na vida. A faculdade de administração não deu certo uma amiga a chamou para ser vendedora na Herbalife. No começo ela achou que não conseguiria mas persistiu e teve muitas conquistas, cresceu na vida.

História completa

Projeto Fundação Banco do Brasil Realização Instituto Museu da Pessoa Entrevista de Sandra Aparecida Ribeiro Entrevistada por Luiz Egypto de Cerqueira e Claudemir Novaes São Paulo, 09 de março de 2006 Código: AMBEV-HV010 Transcrito por Rodrigo Cesar Marques Revisado por Caroline Aparecida de Lima P: Boa tarde Dona Sandra. Peço por favor para a senhora, para iniciarmos nossa conversa que dissesse seu nome completo, o local e a data de seu nascimento. R: Meu nome é Sandra Aparecida Ribeiro, eu nasci em Presidente Epitácio, Estado de São Paulo no dia 26 de setembro de 1969. P: É muito longe né, fica no extremo oeste do estado? R: É verdade. Lá é muito quente. Apesar que eu vivi pouco tempo nessa cidade, depois eu fui para uma cidade do interior também, Itatinga muito pequenininha. P: Itatinga? R: Itatinga. É, fui para lá com um ano na verdade, então praticamente nasci em Presidente Epitácio e fui para Itatinga com um ano de idade, então minha vivência mesmo foi nessa cidadezinha. P: E a senhora ficou lá até quando? R: Até os quinze anos. Aos quinze anos eu vim para São Paulo, e aí comecei a vida mais urbana mesmo, aos quinze anos de idade. P: Como foi essa mudança de uma cidade tão pequena para uma megalópole como essa? O que passava na cabeça da menina que estava mudando? R: Eu acho que é mais aquela busca, né, uma busca de quem sempre quer mais, aprender mais, vivenciar outras histórias, porque no interior é sempre aquela vidinha, e a gente não tem muita perspectiva, é estudar, conhecer alguém, casar e ter filhos. Essa é a vida de uma mulher do interior. Agora, quando se quer mais, você tem que buscar uma cidade maior, viver aventuras para se conquistar alguma coisa, então eu acho que foi isso que me levou a vir para São Paulo, a busca mesmo de aprender coisas novas. Buscar um melhor emprego, querer crescer como mulher em um mundo de trabalho, de conquistas, porque essa história de que mulher tem que crescer, casar, ter filhos, ser dona de casa, acho que isso é uma coisa que ficou lá no passado, né, e eu sempre tive comigo que eu morava no interior, mas não iria crescer no interior. Que eu iria para São Paulo, para uma cidade maior, que um dia eu seria alguém, não é? E foi isso que eu fiz. Aos quinze anos eu praticamente deixei os meus pais, e vim morar com a minha família, que já morava aqui em São Paulo, minha irmã, e comecei a buscar. P: Como é que foi sua trajetória educacional na escola? Você fez o primário lá em Itatinga? Foi em seguida, como é que foi? R: Sim, o primário eu fiz em Itatinga. O segundo grau eu terminei aqui em São Paulo, sempre em escola do estado, e foi muito bom na época, eu acho que isso foi muito válido, que a escola apesar de ser estadual, nessa época era ainda uma escola muito boa, principalmente no interior, então eu tive uma base muito boa. Aí o segundo grau foi em São Paulo, daí em colégio do estado, mas já foi um nível, um pouquinho mais difícil, em São Paulo já é metrópole é tudo mais, um pouco mais difícil. Mas mesmo assim eu acho que teve uma base boa. P: Chegou a universidade? R: Cheguei muito tempo depois, porque eu comecei na batalha de trabalhar e estudar. Logo depois que eu terminei o colegial, segundo grau, fiquei onze anos fora da escola, e depois entrei para a Herbalife. Na verdade, eu fui retomar a minha vida escolar, ir para a universidade para fazer administração, e isto sempre entre o trabalho e a escola, mas não deu, tive que parar. Depois disso comecei na vida de venda direta e aí começa minha história, né? P: Eu queria saber qual foi o seu primeiro trabalho. Seu primeiro trabalho qual foi? R: Meu primeiro trabalho foi em um consultório médico como recepcionista, em São Paulo. Esse foi meu primeiro emprego aos 18 anos. P: E qual foi a primeira vez que a senhora ouviu falar em venda direta? R: A primeira vez que eu ouvi falar em venda direta foi quando eu conheci a Herbalife na verdade. Até então, o que eu conhecia de venda direta era a venda das compras de revistinha, né? Mas não tinha noção nenhuma sobre o que era venda direta, porque quando a gente compra isso, você não tem idéia do que está comprando nas revistinhas, o que você está comprando não é bem aquela história de venda direta. Eu conheci venda direta mesmo quando entrei no mercado de venda com a Herbalife. P: E como a senhora foi parar lá na Herbalife? R: Bom, em 1995 trabalhava com venda em turismo e lá eu conheci uma pessoa, uma amiga, que saiu dessa empresa para a venda direta. E quando ela estava lá me chamou para trabalhar com ela, que a empresa estava abrindo e que era uma grande oportunidade, era uma empresa nova no Brasil, e que ela via ali chances para a gente estar crescendo juntas com a empresa e eu aceitei o desafio. É uma multinacional e atraí, me atraí, e eu aceitei o desafio, e através dessa amiga eu fui para a venda direta. P: E como é que foi sua primeira venda? R: Bom, foi um susto, porque era muita gente, era muita, e uma coisa nova, né, e eu fiquei na verdade um pouco assustada com tanta gente, com uma empresa imensa daquele jeito, com tanta gente vindo comprar e na verdade foi uma surpresa para mim. Eu desisti na primeira semana. A gente trabalhava 12 a 14 horas por dia, isso na

primeira semana de emprego, e eu simplesmente desisti. Chegou no final da semana e eu falei: “não, não vou mais. Eu acho que isso daí é empresa para louco. Eu não, estou bem onde eu estou, não vou, não vou” E minha amiga disse: “não Sandra, a empresa é boa, é porque está no começo, e a gente precisa pegar isso com garra. E vai ver que a gente vai conseguir” E eu: “não, não, vocês são malucos de trabalhar tantas horas e tudo mais” E ela na insistência. Aí eu respirei fundo e falei: “está bom. Se você está dizendo que é tão bom assim, vamos tentar”. Aí voltei nessa empresa e comecei novamente e a encarar de uma outra maneira, né. E eu comecei realmente a ver que era um desafio grande, e eu pensava assim: “como uma empresa americana, uma empresa” olhei para ela assim, nós tínhamos ali umas pessoas da Argentina, dos Estados Unidos, da Europa, e eu falava: “gente como que é, até pensava nisso, como uma pessoa que vinha lá daquela cidadezinha pequenininha, eu nunca vou conseguir ficar nessa empresa aqui, porque todo mundo fala inglês”, apesar que nessa época eu já tinha me especializado um pouquinho, já falava um pouquinho de inglês, mas eu pensava assim: “o que eu não vou conseguir nunca fazer é falar com esse pessoal aqui, né”. E ao mesmo tempo aquele sistema todo de processamento de pedidos e tudo mais: “eu não vou conseguir operar isto aqui”. Era um mundo muito diferente do meu, mas eu falei: “não, agora é a hora, acho que aqui está a oportunidade para que eu possa conseguir atingir meus objetivos”! Que era sair daquela cidadezinha e ser alguém na vida: “então acho que aqui está a minha oportunidade”. E foi ali quando eu fiz a minha primeira venda, que eu sentei lá naquele monitor e comecei a processar o pedido da pessoa, e aprendi um, dois, três pedidos e no décimo já falei: “não, realmente acho que é aqui mesmo que eu tenho que ficar e aí começou minha trajetória. P: Essa primeira venda foi difícil ou fácil? R: Porque na verdade a minha venda ela não é uma venda ativa, é uma venda passiva, então ela é mais fácil, porque o cliente já chega sabendo o que ele quer comprar, então ela é mais fácil para a gente. Foi aí que eu entendi melhor sobre, porque se eu tivesse que vender diretamente talvez eu teria uma dificuldade maior, e como era uma venda passiva, ela fica mais fácil, porque o cliente já está ali sabendo tudo o que ele tem para comprar, realmente eu atendia e captava os pedidos dele, mas foi tranquilo. É claro que apesar de ser venda passiva, nós temos um ativo a fazer também. Nós tínhamos na época um ativo para estar oferecendo, um produto a mais, mas não tive dificuldades com isso não, acho que tinha que ser mesmo, acho que ali era o momento, então não tive dificuldade, eu acabei me identificando com o trabalho. P: Nós estamos falando de que ano? R: De 1995 P: 95. O que a senhora atribui como a característica mais importante para um vendedor qualquer, seja ele passivo ou ativo. O que que é mais importante que essa pessoa tenha. O que é fundamental? R: Acho que o que é fundamental é primeiro a consciência, o que mais acho que é fundamental é você ter paciência, saber atender o cliente, entender a posição do cliente, saber ouvir, interpretar o que ele está falando, o que ele está tentando comprar, o que ele quer, isso é fundamental. Não é simplesmente você achar que por ser uma venda passiva o que é no meu caso, não é simplesmente você pegar o papel e digitar o que ele está pedindo, acho que a atenção que você tem ao cliente é fundamental, porque o ser humano hoje é muito carente de atenção, isso em qualquer situação. Você lidou com uma pessoa, você tem que saber o que a pessoa está buscando, não é só a compra daquele produto, mas ele de repente está buscando principalmente uma atenção, então eu senti que isso é fundamental, você saber ouvir e dar a atenção que a pessoa está ali de repente buscando. P: Sei. Estamos falando de relacionamento dona Sandra? R: Sim, com certeza. Relacionamento... P: E como é na sua avaliação o que é capaz de construir um bom relacionamento, com o intuito de manter este bom relacionamento? O que é o, o que que não pode faltar? R: Bom, o primeiro que não pode faltar é o bom atendimento, é para você poder cativar os clientes. Não pode faltar o principal que é o produto que você está vendendo, não é? E não pode faltar bom preço, tem que ter qualidade no produto. Eu acho que é um conjunto de fatores que vai conseguir cativar esses clientes e manter esse cliente inicial. P: E hoje o seu trabalho, como é que ele se estrutura? Como é seu dia-a-dia hoje? R: Bom, hoje eu gerencio 23 pessoas, em três departamentos, que é totalmente voltado ao relacionamento com o cliente, é uma central de atendimento. A venda é feita por telefone, e eu tenho a venda na loja, não é que o cliente vai até a empresa e compra, e tem a venda através de e-mail e fax. Então são três setores integrados que é basicamente o meu relacionamento com o cliente interno, com o externo ele é full time, ele é total, então eu sempre tive nessa frente. Hoje basicamente eu não vendo mais, porém estou na retaguarda, qualquer problema, situação que eu tenho com a equipe, com distribuidor, enfim. P: É um cenário mais multifuncional, é isso que eu estou entendendo? Este tipo de trabalho que a senhora está desenvolvendo agora é multifunção um pouco de venda direta? Como funciona a venda por telefone, venda ao varejo, é isso? R: Varejo não. Não é sempre que a gente tem venda ao varejo. Basicamente nós não vendemos para ao varejo, porém é venda a distribuidores, pessoas que já são cadastradas com a empresa. P: Sim. E como que é o caso da Herbalife em especial trata-se de produtos que tem a ver mais com saúde pessoal, quer dizer, isso tende a impactar mais ao consumidor, entendeu? Não estou comprando um batom, estou comprando um suplemento alimentar. Isso muda alguma coisa na relação do vendedor com o consumidor? R: Olha, com o consumidor talvez, porque hoje o que acontece o nosso objetivo é vender qualidade de vida, é vender bem-estar, então na verdade ela se mistura um pouquinho, porque quando fala-se de um complemento alimentar, de um produto do bem-estar, de repente a pessoa confunde simplesmente com um produto para emagrecer. Só que esse produto para emagrecer tem um conjunto, então nosso objetivo maior hoje é essa relação produto-cliente, produto-distribuidor, é mais uma venda de bem-estar. É isso que nós temos buscado hoje. É mais de trabalhar nessa linha de dar as pessoas uma melhor qualidade de vida, então ela é muito bacana, porque é realmente isso que falta, porque o mercado tá cheio de produtos para emagrecer, só que direcionado simplesmente ao fato de emagrecer, não tem um conjunto direcionado ao bem-estar, e é um pouquinho ao contrário do que a gente está buscando hoje, do nosso objetivo. Então ele é bem bacana porque as pessoas hoje elas não buscam somente produtos para emagrecer. Nós temos a abordagem de: “ah, eu quero me sentir melhor, eu quero ser um pouquinho mais, eu quero fazer um exercício, ter mais energia, participar de um evento, enfim eu quero ter uma qualidade de vida melhor”, é diferente do que buscar somente: “eu quero perder peso”. P: E essa postura da sua companhia tem obtido respostas boas do público? Como é isso? R: Eu tenho. A gente consegue avaliar como o resultado das pessoas tem um nível de participação muito grande do distribuidor, dos clientes, né? Nós temos pesquisas que são feitas através de uma central, enfim, nós recebemos sempre um retorno, a cada evento, cada evento que nós temos um número de distribuidores cada vez maiores. Esse contato, esse canal de abertura que nós temos hoje tem aumentado cada dia mais, então eu vejo se está aumentando o número de clientes, o número de distribuidores, quer dizer que o resultado realmente está sendo bom, o que eles estão buscando de repente eles estão conseguindo com os nossos produtos, não é? P: Alguma coisa está dando certo, não é? R: É. Algo está dando certo. P: Perfeito. O que a senhora diria para uma pessoa que chegasse agora e dissesse que iria começar na venda direta amanhã? Que conselho a senhora daria? R: Olha, acho que é uma oportunidade muito grande, porque você consegue conciliar inclusive um grande problema que a gente vê hoje, o maior número de reclamações, principalmente de mulheres, né, eu vejo por esse campo de que a mulher gostaria de ter uma independência financeira, e ela não consegue, ou porque tem um filho, ou porque o marido não quer que ela trabalhe, ou porque ela não tem uma instrução para estar entrando no mercado. Então a venda direta, ela dá oportunidade para essa mulher que está buscando essa independência financeira. Se ela optar por um trabalho parcial ela pode, se ela optar por um trabalho integral ela pode. Ela pode fazer o horário de trabalho, ela não está presa a horário, à empresa, ou alguma, ela não tem que ser especializada em alguma coisa, basta ser uma pessoa simpática, ter um pouquinho de tino de venda, conhecer pessoas, que ela já está apta a ir para venda direta. Isso porque é uma oportunidade muito boa, e eu recomendo. Recomendo para quem não tem essa total disponibilidade de

tempo e tudo mais, porque a venda direta é uma oportunidade para conquistar essa independência financeira. Ou um complemento financeiro, talvez nas horas vagas. P: Esse tempo todo que a senhora está envolvida nesse mercado, quais os resultados mais palpáveis, as conquistas que a senhora teve, que acha importante relatar? R: Olha, as conquistas que eu tive, foram várias. A primeira conquista minha foi a conquista profissional que me deu a oportunidade de buscar o que eu sempre busquei, uma independência financeira, isso eu consegui. E também ter atingido a satisfação profissional, eu acho que hoje com meus 36 anos eu posso dizer que sou uma pessoa realizada, tenho minha independência financeira, posso fazer algumas viagens que jamais imaginaria fazer se eu tivesse ficado lá no interior. Já viajei muito através da empresa, conheci muitas pessoas. Acho que nesses dez anos de empresa que eu tenho foram várias conquistas, não é? Então... P: Foi bem superado aquele sonho daquela menininha lá atrás em Itatinga? R: Foi. Foi bem superado, mas eu tenho muito para conquistar, não parei não. Tenho muita coisa para estar explorando, para estar conquistando. Acho que isso foi só o começo, agora está começando a alavancar na verdade, né? P: E como a senhora avalia esse sistema dentro de um país como o Brasil, tendo uma economia como a nossa? O que que significa venda direta na economia brasileira hoje? R: Olha, eu acho que para o Brasil que é um país tão problemático, com o desemprego, acho que a venda direta é uma grande porta principalmente para sanar esse problema. Eu acho que não é simplesmente você ficar parado e falar: "ah eu não consigo emprego", acho que se a pessoa tem interesse, e ela quer realmente ter um emprego, ter uma renda, ela não tem que ficar parada. A venda direta está aí, e tem várias oportunidades que você pode estar abraçando uma delas. Então de repente você não consegue vender esse produto, mas tem uma outra empresa ali de venda direta que você pode se adequar a ela. Então eu acho que dentro da nossa visão de mercado brasileiro, está aí uma grande oportunidade de algumas pessoas pararem e analisarem, não é só dizer: "não tem emprego". Vamos lá, não tem emprego, mas tem uma outra oportunidade ali. A venda direta é uma oportunidade para essas pessoas. Eu vejo dessa forma. P: E tem espaço para crescer ainda? R: Tem. Tem muito espaço para crescer. P: Da onde a senhora tira esta certeza? R: Eu posso tirar esta certeza pelos números que a gente vê, por exemplo da empresa onde eu trabalho. Cada local, cada estado, cada cidade, cada bairro que nós vamos, a gente percebe que, quando se fala em venda direta, as pessoas perguntam: "o que é isso", não é? Então tem muito a explorar ainda. Eu acho que a gente precisa ir muito mais a campo e fazer um trabalho muito bom aí com as pessoas. A cada, mais uma vez, a cada bairro, cidade, estado, porque tem muita coisa para ser explorada, as pessoas ainda estão muito desconhecidas sobre o que é a venda direta. Eu acho que é um mundo em que as pessoas que conhecem são muito poucas e o Brasil é imenso. O Brasil é imenso, tem muito a explorar ainda. P: A senhora acha que essa percepção da sociedade com relação a venda direta mudou de um tempo para cá? Há uma percepção de melhor qualidade? Como é que avalia isso? R: Sim, mudou muito. Porque hoje a gente até vê um pouquinho mais na mídia. Eu posso avaliar os dez anos em que trabalho, acho que o último ano de 2005, final de 2004, 2005 foi onde pelo menos a nossa empresa foi mais conhecida, hoje a gente ouve falar muito mais. Nós estamos aí vendendo muito mais em revistas, jornais, televisão, e outras empresas de venda direta que mudaram também a qualidade de seus produtos. Acho que foi mais importante. Porque o visual do produto é muito importante, de repente algumas vendas diretas, algumas empresas de venda direta vendiam para a classe E e F, hoje ela já está fundindo um pouquinho mais a C, E. Então por que? Porque mudaram a qualidade do produto, mudaram talvez uma embalagem, fizeram um catálogo mais bonito, então isso atraiu um pouco mais o público, o cliente na verdade, isso é importante. P: Perfeito. O que a senhora diria sobre essa mudança de percepção? A senhora percebe que há um papel relevante de uma associação como a Abevd [Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta], nessa mudança de percepção? R: Eu acho que sim, porque se existe hoje uma associação, isso é muito importante, porque aí você tem uma associação que vai apoiar a venda direta. Porque a venda direta, acredito eu, a algum tempo atrás ela não tinha muito respaldo em algumas situações. Apesar que fico sempre lá na retaguarda, não sei exatamente, sei o papel da Abevd, mas a gente sabe que depois que houve esta associação teve, é claro, uma importância para as empresas, quer dizer, eu já participei de algumas reuniões e eu vejo que as empresas conseguem atingir um objetivo comum. A gente vê que cada empresa, de repente, trabalhava de uma maneira, não é? E hoje, quando há reuniões em que todos, ou pelo menos um integrante de cada empresa está presente, conseguem dividir as idéias, saber quais as necessidades de cada uma e atingir um objetivo comum para todas. Porque acho que isso faltava, não é? Porque de repente há uma venda direta, mas cada um tem um segmento diferente, apesar dos produtos serem diferentes, mas não tinha muito apoio de algumas, vamos dizer assim, problemas de impostos e tudo mais, e hoje tem este respaldo que consegue estar trabalhando um pouco, vamos dizer assim, em conjunto para algumas situações, né. P: E o que dizer sobre a aplicação dos códigos de conduta? Ou é importante esses códigos de relacionamento? R: Pois é, acho que isso é mais uma situação importante, porque os códigos de conduta são importantes para as empresas. Este respaldo acho que as empresas precisavam e não tinha, né? Hoje ele já está podendo, esses códigos existindo e tendo um apoio, tendo uma associação para apoiar, eu acho que a gente fica muito mais seguro para estar trabalhando com os clientes e tudo mais. P: Perfeito. E o futuro dona Sandra? R: O futuro, acho que vai ser muito promissor, eu acho que tem como a gente dizer que tem muito a crescer ainda, muito a explorar, e acho que a venda direta é um segmento que veio para ficar mesmo e a tendência é crescer cada vez mais, a gente vê isso ano a ano, e acredito que vai ser muito, precisamos nos preparar para o futuro, que vai ser muito bom. P: Estou satisfeito. Há alguma coisa que a senhora gostaria de ter dito e não disse? R: Não, acho que falamos sobre tudo, né? P: Ótimo, agradeço muito sua atenção R: Eu que agradeço a oportunidade de estar aqui com vocês. --

-----FIM DA ENTREVISTA-----