

UM CEO DE BAR EM BAR

DINHEIRO acompanhou o presidente da Ambev em visita a alguns bares e constatou como é difícil conciliar o consumo responsável com a venda de bebidas alcóolicas

Paulo BRITO

O bairro da Mooca está localizado na fronteira entre a região central e a periferia da cidade de São Paulo. Meio século atrás, era uma área tipicamente operária, com muitos bares onde se podia encontrar cerveja, cachaça e o mais típico cardápio de botequim - do prato feito ao ovo colorido. Muitos deles continuam lá, vendendo exatamente a mesma coisa e recebendo os mesmos fregueses, como o jardineiro Márcio Guerra. Encostado no balcão do Toninho Lanches, na rua



BAR TAQUARI:

Castro Neves (à esq.), da Ambev, foi recebido por Dionísio, o dono do bar. Ele achava que o CEO da companhia era somente o chefe dos vendedores

Taquari, Guerra veste uma calça e uma camisa de manga curta que foram bege e há muito tempo perderam a cor.

Agora, são apenas manchadas e encardidas. Mal olhou o expositor de salgados cheio de lingüiças fritas, coxinhas e esfihas. Olhou mesmo em direção à balconista Luciana Silva, e vagarosamente ergueu o indicador direito. Ela já sabia o que significava: por apenas R\$ 1, Guerra iria tomar a segunda das oito doses de cachaça que bebe ali no boteco todos os dias. E ainda eram 8h45 da manhã. Bem atrás dele, o CEO da Ambev, o carioca João Castro Neves, 43 anos, num jeans marrom, camisa listrada azul e branca e mocassim marrom, acabava de colar

sobre os azulejos amarelados da entrada um cartaz estampando uma sorridente foto do jogador Cafu. O título do cartaz dizia "A regra é clara: menor de idade não pode beber." Foi o segundo bar que Castro Neves visitava na quarta-feira 15, com mais oito pessoas de sua equipe, numa cruzada corporativa pelo consumo responsável de bebidas alcoólicas. DINHEIRO acompanhou com exclusividade o percurso do CEO da Ambev, de bar em bar pelas ruas do bairro, e presenciou o esforço de Castro Neves em difundir o consumo responsável de bebidas alcoólicas justamente em um ambiente no qual ocorre a maior parte da venda de seus produtos.

No primeiro bar, o Fica Esperto, o dono Lúcio Alcântara, contava os trocados no caixa sem se preocupar com o único cliente que cochilava, esparramado na cadeira de plástico. A

O RISCO ESCONDIDO NOS COPOS

Vício:

12,3% da população brasileira tem dependência de álcool

Abuso:

18,9% da população adulta do Brasil abusa do consumo de bebidas alcoólicas

Acidentes:

47% das mortes no trânsito estão associadas à ingestão de álcool

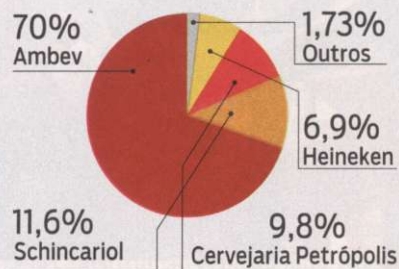
Fontes: SNPD, CISA e Ministério da Saúde

chegada da equipe da Ambev interrompeu a calmaria que pairava no local. Assustado, Alcântara se surpreendeu com o séquito que acompanhava Castro Neves. Com ele, o diretor de vendas Eduardo França, o vice-presidente, Milton Seligman, mais o vendedor responsável pela área, assessores, um cinegrafista e dois fotógrafos. Alcântara, atordoado, saiu do balcão para receber o aperto de mão do homem que se apresentava como o presidente da empresa. "E aí, Lúcio? Vendendo bem? A gente tá te atendendo direitinho?", perguntou Castro Neves. As respostas foram afirmativas. O presidente da Ambev explicou, então, a campanha que a empresa está fazendo pelo consumo responsável de bebidas alcoólicas. Pediu para colar os cartazes e não chegou a ser incomodado por "Alemão", um rapaz magro de 1m80, com as calças quase caindo e que, de bêbado, mal conseguia parar de pé. Insistia apenas em permanecer perto do grupo, mas acabou sendo discretamente empurrado para fora pelo dono do bar.

Não é a primeira vez que Castro Neves visita botecos. Já esteve em outros, inclusive de favelas brasileiras, e também de outros países onde trabalhou, como Argentina e Venezuela. "Nessas visitas, podemos sentir de perto as necessidades dos clientes e ver como a concorrência trabalha", diz. Depois de mais uma pequena caminhada pela rua Taquari, o CEO da Ambev desviou de uma grande mancha de óleo de cozinha na calçada e entrou no bar Taquari, do pernambucano Dionísio Silva. Cumprimentou Silva sorrindo e novamente explicou a campanha. "Dionísio, agora a gente vai pregar alguns cartazes da campanha aqui. Pode ser?" O dono do bar concordou e foi para o fundo do estabelecimento. Castro Neves subiu em uma cadeira e pregou outro cartaz de Cafu com fita adesiva. "Ajudamos esse pessoal pintando o bar e até pagando a tevê", contou o presidente da Ambev. Dionísio, na verdade, não sabia quem era aquele

QUEM VENDE MAIS

O ranking dos fabricantes brasileiros de cerveja em 2009



ONDE A AMBEV VENDE CERVEJA
Principais canais de comercialização



500.000
bares e restaurantes



300.000
mercearias e padarias



200.000
supermercados e
atacadistas de bebidas

Fontes: Mercado/Ambev

homem. "Esse aí é o chefe dos vendedores. Ele faz campanha contra a bebida", disse com aparente timidez. **Ao descobrir que se tratava do presidente da Ambev, indagou: "É o presidente da Brahma?", lembrando apenas da marca mais famosa da empresa.** Ao receber a confirmação, esboçou mas, um ar de espanto. Mas sim, de certa forma, era o presidente da Brahma.

O tema básico da campanha tem três pontos, explica Castro Neves: só tomar bebidas alcoólicas após os 18 anos, não beber em excesso e não dirigir depois de beber. A campanha é paradoxal para uma empresa que precisa sobreviver vendendo muita cerve-



TONINHO LANCHES: com um de seus funcionários, o presidente da Ambev aplica fita adesiva para colar um cartaz na entrada do bar



BAR FICA ESPERTO: Alcântara, atrás do balcão, ficou espantado com a chegada de Castro Neves e de sua equipe

Guerra, o freguês, que bebia cachaça no Toninho Lanches, não faz parte do público-alvo da campanha, explica Castro Neves: "E para proteger os menores de idade", diz. A indústria de cigarros, por exemplo, não tomou iniciativas desse tipo e foi muito pressionada no mundo inteiro, explica Júlio Moreira, da consultoria de marcas Top Brands. "Como a do cigarro, a categoria das bebidas está ficando malvista, e todos sabemos que existem grupos de pressão que podem prejudicar o comércio. O que a Ambev está fazendo é tomar uma atitude antes que alguém se levante contra ela e contra a indústria." E prossegue: "O que aconteceu com os cigarros pode acontecer com a indústria de bebidas alcoólicas", diz ele.

CEOS QUE VÃO ÀS RUAS

ja (responsável por 82% do faturamento da Ambev em 2009, que foi de R\$ 14,6 bilhões). Milton Seligman, vice-presidente da companhia, explica que, segundo a Organização Mundial de Saúde, é possível, sim, fazer consumo responsável de bebidas alcoólicas. Mas a professora Andrea Galassi, da Universidade de Brasília, doutora na área do consumo de álcool, afirma que infelizmente não é possível consumi-lo sem risco, "porque é uma substância psicoativa. O efeito varia de acordo com a quantidade ingerida e os prejuízos também", afirma.



MARCELO RABACH:

o presidente da Arcos Dourados, que representa o McDonald's, vai aos restaurantes ouvir clientes

LUIZA TRAJANO:

a presidente do Magazine Luiza faz questão de ir aos pontos de venda para saber o que o público quer

JOSÉ GALLÓ:

uma vez por ano, o presidente da Lojas Renner une-se aos funcionários e trabalha no balcão