



## Exímio operador de projetos

Luiz Gabriel Cepeda Rico, 39 anos, vice-presidente comercial da Partcon Ltda., que controla a Seagram no Brasil, é, segundo head hunters, um líder carismático e um exímio operador de projetos.

Reanimar produtos nobres com problemas é a especialidade deste paulista formado em Administração de Empresas pela FGV. "Estou sempre no fogo", admite Rico, cuja carreira confirma a afirmativa. Sua passagem pela Kibon, na qual entrou como gerente de produto da linha de congelados em 1973, significou o lançamento de doces brasileiros sob a forma de sorvetes, dos quais Pé-de-Moleque e Brigadeiro ainda frequentam o mundo infantil. O segmento de congelados responde por mais de 70% do lucro da Kibon.

Quando, em 1980, trocou o cargo de gerente de congelados da Kibon pela posição de diretor de marketing e vendas da Kellogg's, Rico tinha de reestruturar em profundidade a área de vendas. Ele conseguiu, em um ano, reduzir os custos em 30% e aumentar as vendas em 10%, o que significou manter motivada a equipe de vendas. Dois anos depois, surgiu o maior desafio: transformar a curva descendente de

vendas dos produtos da Seagram em uma linha ascendente.

Do alto do cargo de diretor de marketing, em 18 meses recuperou o nível de faturamento das principais linhas, profundamente depauperadas pela recessão da década de 80. Assim, numa curva ascendente cadenciada, em 1986 o rum Montilla volta a ser consumido pelo público jovem de classe média e recupera a liderança. O uísque Natu Nobilis destila recordes de venda e ameaça arrebatar o primeiro lugar do Old Eight. A vodca Orloff já divide a liderança com sua principal concorrente, a Smirnoff.

Promovido a vice-presidente comercial desta multinacional canadense em maio deste ano, Rico terá de resolver um crucial problema a partir de agora: como minimizar a natural tendência de queda do consumo de bebidas, provocada pelo aumento de preço, em média de 100%, imposto pelo governo para arrecadar mais impostos e induzir a população a poupar. "Vamos ajustar nossos planos de venda e de marketing à nova realidade", promete Rico. A Seagram vendeu em torno de Cz\$ 139 milhões, em 1985, somente na divisão Continental.