

# Executivo com perfil empreendedor para iniciar negócio do zero

Nico Riggio trocou alto cargo na Philips por empresa iniciante da área de bebidas, que chega ao mercado ainda este ano

**Fernando Scheller**

No início deste ano, o italiano Nico Riggio, de 37 anos, trocou um escritório bem decorado e um cargo de vice-presidente da gigante multinacional Philips, em Nova York, por um desafio: montar do zero uma empresa de bebidas no Brasil, a pedido de um grupo de investidores nacionais. Instalado em São Paulo, ele começou a trabalhar no projeto há cerca de nove meses, inicialmente sem estrutura e fazendo seus primeiros contatos de casa.

Antes de montar o escritório na zona sul de São Paulo onde

hoje funciona a Amazon Waters – um “filhote” de uma experiência iniciada em março de 2009 pelos mesmos investidores nos Estados Unidos –, o presidente da operação brasileira, que hoje já envolve 50 pessoas, entre diretos e indiretos, teve de operar como um “faz tudo”: foi RH, gerente de produto, traçou estratégias de logística, negociou com fornecedores e pesquisou o mercado para, como ele mesmo diz, “tropicalizar” os produtos oferecidos em território americano.

Ao fazer as primeiras contratações, Riggio buscou pessoas de perfil parecido com o seu: gente disposta a “sujar as mãos” para colocar de pé um negócio inexistente. Sua estratégia de contratação foi baseada em dois pilares: indicações e entrevistas. “Acredito muito no ‘olho no olho’, na minha capacidade de ler as pessoas”, diz o executivo, que conse-



DANIEL TEIXEIRA/AE-22/11/11

**Aposta.** Riggio iniciou praticamente sozinho a Amazon Waters

guiu atrair profissionais de grandes grupos, como o Pão de Açúcar, para a Amazon Waters, que era – e ainda permanece – uma aposta no futuro.

O êxito de Riggio em atrair profissionais qualificados para a empresa que foi incumbido de montar no País – que, segundo o CEO global da empresa, Paulo Zotto, consumiu R\$ 10 milhões até agora – está na relativa abundância de empregos para trabalhado-

res qualificados no mercado brasileiro. “Acho que é a hora de as pessoas apostarem em algo diferente. No fim das contas, é só experimentando que o profissional poderá saber se tem ou não o perfil adequado para trabalhar em um projeto novo, que oferece um nível menor de segurança”, afirma Marcelo Santos, diretor da consultoria em recursos humanos Doers.

Santos desaconselha, porém,

## 2 RAZÕES PARA...

### Apostar em uma nova companhia

**1.** Controlar um projeto: ao contrário do que ocorre em multinacionais, um executivo tem mais facilidade de provar a “paternidade” de uma ideia.

**2.** Versatilidade: num mercado que mescla grandes grupos e novas empresas, a capacidade empreendedora ajuda na empregabilidade futura.

que um determinado tipo de executivo fique longe dessas empresas nascentes: “O tipo de pessoa que tende a dizer que certas funções ‘não são da sua área’ definitivamente não tem o perfil para esse tipo de empreendimento”, diz. “No período inicial, esse tipo de empresa precisa de gente que esteja de olho em tudo, até na faxina. É um tipo de proposta que costuma agradar aos profissionais mais jovens, que estão

dispostos a arriscar mais – e muitas vezes pela experiência, sem exigir um grande salto salarial.”

**Caminhos.** Ao definir a estratégia da Amazon Waters no Brasil, Riggio e sua equipe tiveram de fazer escolhas para chegar ao mercado como uma opção a gigantes como a Coca-Cola e a Pepsi. Por isso, entre os produtos vendidos nos Estados Unidos, decidiram apostar na mistura de água de coco com chá, que chegará ao mercado de São Paulo e do Rio até o fim do ano. Cerca de 250 mil unidades já foram produzidas em uma unidade terceirizada em Minas Gerais.

“Somos uma empresa de marketing, e não de bebidas”, afirma Nico Riggio. Isso norteia o trabalho de todos os executivos já contratados. Por isso, a empresa trabalhou para deixar o apelo saudável da mistura de coco e chá transparente não só na formulação, mas também no desenvolvimento da embalagem, tarefa sobre a qual Riggio se debruçou durante meses. “Nos Estados Unidos, usamos um tipo de (plástico) pet. Aqui, optamos pela TetraPak. E o design é importante. Fizemos 60 versões diferentes das nossas duas embalagens.”