

RICARDO MÜLLER

São Paulo, SP · +55 (11) 98848-1322

ricardomuller@gmail.com · <https://www.linkedin.com/in/ricardomuller>

Dupla cidadania (brasileira/europeia) – disponível para oportunidades internacionais

OBJETIVO: PRODUTOS | INTELIGÊNCIA | PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO | GROWTH

Carreira desenvolvida na área de Marketing de empresas multinacionais de diversos setores. Forte atuação em Gestão de Produtos, Planejamento Estratégico, Inteligência de Mercado, Growth e Business Insights.

FORMAÇÃO

MBA EM DATA SCIENCE & ANALYTICS, ESALQ – UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. DEZ/2024

MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO, UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. DEZ/2017

MBA EM MARKETING, FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO (FIA/USP). JUN/2009

BACHAREL EM ECONOMIA, UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE. JUN/2006

EXPERIÊNCIA

ABR/2024 – ATUAL

PROFESSOR PÓS-GRADUAÇÃO

FACULDADE BELAS ARTES

NOV/2023 – ATUAL

PROFESSOR MBA / PÓS-GRADUAÇÃO

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

DEZ/2021 – FEV/2023

GERENTE SENIOR DE GLOBAL BRAND INSIGHTS

ALPARGATAS S.A – SÃO PAULO, SP

▪ Responsável pela estruturação do núcleo com o objetivo de criar insights globais para o crescimento da marca Havaianas ▪ Suporte às unidades de negócios globais (Latam, EMEA, APAC) através de estudos, pesquisas e análises de entendimento do mercado de calçados ▪ Desenvolvimento de relatórios e KPIs para a mensuração de performance da categoria e suporte à estratégia de mercado

Destaques: ▪ Condução de projeto analítico amplo para determinação de novas regiões estratégicas internacionais ▪ Condução do projeto de reformulação do planejamento estratégico corporativo, implementando os processos de *competitive benchmark*, *scenario planning* e *war gaming* na dinâmica de direcionamento estratégico da empresa.

JUL/2020 – DEZ/2021

GERENTE DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO – CATEGORIAS

NATURA S.A – SÃO PAULO, SP

▪ Recomendação da estratégia de categoria baseada em análise profunda de consumidores, canais, concorrentes, portfólio, marcas e mercados ▪ Responsável pela análise de mercado, projeções e cenários para apoiar decisões de curto e longo prazo ▪ Contribuição para o processo de planejamento estratégico global, estabelecendo estratégias de crescimento das categorias e desenvolvendo planos de negócios e as metas para o portfólio CFT de longo prazo (5 anos) ▪ Liderança no desenvolvimento, execução e acompanhamento dos planos de categoria/marcas anuais para traçar correções de rota estratégica e oferecer o máximo impacto nos resultados dos mercados ▪ Revisão contínua das movimentações dos concorrentes e consumidores para ajudar a sustentar a estratégia da marca ▪ Monitoração ativa de KPIs da categoria e condução de planos para impulsionamento e reversão de resultados

Destaques: ▪ Reformulação dos processos de criação e acompanhamento dos planos estratégicos das categorias. Geração de insights para as categorias Perfumaria e Corpo através da condução de pesquisas. Desenvolvimento de análises de comportamento de compra com soluções de *analytics* e *big data* (via SAS).

OUT/2015 – JUL/2020

COORDENADOR DE CATEGORIA – DATAS COMEMORATIVAS

NATURA S.A. – SÃO PAULO, SP

▪ Gestão da categoria Datas Comemorativas (faturamento de R\$ 1,7 bilhões, aprox. 20% do total faturado pela empresa) ▪ Responsável pela definição da oferta de produtos, preços, intervalo promocional e grade de lançamentos anual ▪ Controle de P&L: análise de faturamento, investimentos, custos, despesas, margem bruta e etc ▪ Responsável pelas estimativas de vendas dos produtos e orientação da cadeia de produção e distribuição ▪ Monitoramento de resultados para criação de planos de ação e reversão de performance.

Destaques: ▪ Crescimento de aproximadamente 25% no total do faturamento com extensão do período de Datas Comemorativas e construção da imagem de categorias como opção de presentes.

SET/2014 – OUT/2015

COORDENADOR DE MARKETING DE ATIVAÇÃO - PERFUMARIA

NATURA S.A. – SÃO PAULO, SP

▪ Ativação das marcas masculinas de perfumaria: posicionamento, branding, estratégia de lançamento, estratégia promocional, mídia, comunicação, amostras e eventos

Destaques: ▪ Responsável pelo relançamento e consolidação da marca Natura Homem como a terceira maior marca do portfólio e consequente retomada na liderança da categoria no período. ▪ Desenvolvedor de método de análise do ciclo de vida para promover a descontinuação de produtos do portfólio.

NOV/2011 – SET/2014

COORDENADOR DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

NATURA S.A. – SÃO PAULO, SP

▪ Responsável por núcleo de estudos e análises de produtos, marcas, categorias, canal de vendas, planejamento mercadológico e planejamento de demanda.

Destaques: ▪ Desenvolvimento de mais de 50 estudos pelo núcleo de inteligência e participação em dezenas de outros grupos de resposta como consultor.

NOV/2010 – NOV/2011

ANALISTA DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA - INTERNATIONAL PAPER – SÃO PAULO, SP

FEV/2008 – NOV/2010

ANALISTA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SR - TELEFONICA – SÃO PAULO, SP

ANALISTA DE DESENVOLVIMENTO DE NOVOS NEGÓCIOS - TELEFONICA – SÃO PAULO, SP

NOV/2000 – ABR/2006

ANALISTA DE DERIVATIVOS - BANKBOSTON – SÃO PAULO, SP

ESTÁGIO EM CONTROLADORIA DE MARKETING - BANKBOSTON – SÃO PAULO, SP

HABILIDADES

- | | |
|--|--------------------------------------|
| ● BlackBelt em Lean Six Sigma - CAE (em curso) | ● Power BI |
| ● Product Management - PM3 | ● Euromonitor - Passport |
| ● Pacote Office (avançado) | ● Kantar - Worldpanel |
| ● SQL | ● Nielsen (Scantrack / Retail Index) |
| ● Software R | ● Scanntech |
| ● Python | ● Statista |
| ● SAS | ● Mintel |
| ● Minitab | ● WGSN |

IDIOMAS

- **INGLÊS (FLUENTE)** – INTERCÂMBIO AUSTRÁLIA 2006-2007
- **ESPANHOL (INTERMEDIÁRIO)** – EM CURSO