

PHILIPS

sense and simplicity

MERCADO

A Royal Philips Electronics, presente em todos os continentes, é uma empresa que atua nas áreas de saúde, estilo de vida e tecnologia. Ela é líder mundial em tecnologias digitais para televisão, sistemas de comunicação sem fio, reconhecimento de voz, compressão de vídeo, produtos ópticos e de armazenamento, bem como na tecnologia de semicondutores subjacente que torna possíveis essas inovações. Traduzindo em números: a empresa produz, por ano, mais de 2,4 bilhões de lâmpadas incandescentes e cerca de 30 milhões de tubos de imagem. Sua tecnologia aplicada à medicina permite que sejam realizados anualmente cerca de 2,5 milhões de procedimentos cardíacos – exames de diagnóstico e intervenções.

Para se ter uma idéia mais clara sobre a performance da Philips, basta dizer que, em todo o mundo, um em cada sete aparelhos de televisão possui um tubo de imagem Philips; 60% de todos os aparelhos de telefones contêm produtos Philips enquanto 30% dos escritórios são iluminados por produtos Philips, que também iluminam 65% dos mais importantes aeroportos, 55% dos maiores estádios de futebol e 30% dos hospitais, além de 35% de toda a frota de veículos que circulam pelo planeta. É a empresa número 1 em barbeadores elétricos; a primeira da Europa e a 3ª no mundo em uma série de produtos: TVs, áudio e vídeo, monitores de computador, decodificadores de TV a cabo e acessórios. A Philips também é líder na fabricação de desfibriladores externos automáticos, tomografia computadorizada e ressonância magnética.

A empresa é uma entre as dez maiores fabricantes mundiais de semicondutores e em 2005 registrou sua 115.000ª patente. No Brasil, também lidera em vendas de aparelhos de TV e DVD. Na lista elaborada pela Fortune sobre as empresas internacionais mais importantes no mundo da eletrônica, ocupa o 10º lugar. E, finalmente, a marca está entre as 100 maiores do mundo, segundo pesquisa da Business Week/Interbrand Survey.

CONQUISTAS

Com mais de 81 anos de atuação no Brasil, a Philips já recebeu inúmeros prêmios. Uma das mais importantes premiações foi a da Dow Jones, que coloca a Philips como a 1ª no ranking mundial de desenvolvimento sustentável, entre as 2.500 grandes indústrias avaliadas pelo Índice Dow Jones Global.



A Philips recebeu também o Prêmio Comunicação de Valor em 2001; foi destaque no mesmo ano pelo Guia Exame da Boa Cidadania e figurou em primeiro lugar na pesquisa Top of Mind realizada pela Folha de São Paulo nas categorias de DVD e televisão, enquanto avaliação da revista Carta Capital colocou a empresa entre as mais admiradas do país. Doze criações da Philips foram reconhecidas pelo prêmio IF Awards, um dos mais importantes eventos de design em todo o mundo.

HISTÓRIA

Em 1891, em Eindhoven, Holanda, os irmãos Gerard e Anton Philips fundaram a Philips & Co, basicamente para atender à crescente demanda por lâmpadas incandescentes, resultado do início da comercialização da energia elétrica. A vinda para o Brasil data de 28 de julho de 1924, quando, estimulada pelo potencial de crescimento econômico do país, a empresa abriu um escritório no Rio de Janeiro para vender as lâmpadas fabricadas em Eindhoven. Com capital de 500 contos de réis e cerca de dez funcionários, a empresa – dirigida por holandeses – ocupava um modesto imóvel na região portuária da então capital da República.

Passados 81 anos, a Philips do Brasil opera fábricas em quatro estados brasileiros e é líder nacional nos mercados de eletroeletrônicos, equipamentos para recepção de tv por assinatura via satélite, eletrodomésticos portáteis, produtos para cuidados pessoais, iluminação e componentes eletrônicos. A partir do Philips Business Center, sua sede administrativa para a América Latina, localizado em São Paulo, comanda os negócios do grupo na região.

PRODUTO

Um dos objetivos da Philips é tornar-se a primeira empresa do mundo em sistemas de cuidados com



a saúde. Atualmente, é a 2ª maior fabricante de equipamento de diagnóstico médico e, em várias outras áreas, é líder global. Sua linha de produtos para saúde inclui: Equipamentos e acessórios para monitoramento cardíaco; raio-X cardiovascular; Tomografia Computadorizada; desfibriladores; raio-X; medicina nuclear; tomografia por emissão de pósitons; ultra-som; serviços de telemonitoramento;



monitoramento de paciente e equipamentos para radiologia

Na área de eletroeletrônicos, a Philips está entre as três mais importantes empresas e sua linha de produtos inclui: televisores; monitores de informática; dvd players; home cinema; acessórios; cd player portátil; mini e micro systems; rádio-gravadores; mp3 players; câmeras digitais; telefones celulares; aparelho de telefones residenciais; periféricos de informática e decodificadores de sinais para TV por assinatura via satélite.



A divisão de eletro-domésticos e cuidados pessoais da Philips fabrica liquidificadores; centrífugas; processadores; batedeiras, cafeteiras; fritadeira; forno elétrico; sanduicheira; grills; ferros de passar; babá eletrônica; aquecedor de mamadeira; termômetro de banho; barbeadores; depiladores e secadores de cabelo.

Na área de iluminação, que deu origem à empresa, a Philips ocupa o primeiro lugar no mercado global. Com atuação nos setores industrial, público, esportivo e comercial. Comercializa lâmpadas incandescentes; fluorecentes; tubulares; fluorescentes compactas integradas e não integradas; lâmpada de descarga (HID); halógenas e starters. Tem também a linha de luminárias e de reatores.

A empresa destaca que todos os seus produtos são feitos com base em três princípios: atender as necessidades dos consumidores, ser fácil de manusear e ser também tecnologicamente avançado. Há também uma preocupação ambiental que faz com que o design dos produtos não use substâncias tóxicas, tenha consumo racional de energia e possibilidade de ser reciclado.



EVOLUÇÃO RECENTE

Um dos principais objetivos do laboratório Philips da Amazônia é formar pesquisadores e profissionais habilitados a trabalhar com tecnologias digitais de vanguarda. Além disso, as pesquisas são realizadas ali independentemente de serem ou não utilizadas no circuito comercial pela Philips, mas em projetos com objetivos específicos, sempre na área de tecnologia digital de eletroeletrônicos. A Philips investe entre 10% e 12% de seu faturamento mundial em pesquisa e desenvolvimento. No ano passado, a empresa faturou 30,3 bilhões de euros.

COMUNICAÇÃO

A nova campanha de marca gira em torno do conceito "Sense and Simplicity" e pretende mostrar que seus produtos proporcionam experiências únicas para os consumidores. Nesse



projeto, a Philips está investindo, em todo o mundo, 80 milhões de euros no primeiro semestre de 2005. No Brasil, o investimento até o final do ano deve chegar a R\$ 50 milhões.

O foco da campanha é aquele grupo de pessoas que quer tecnologia sofisticada, mas sem complicação e, por isso, os cinco filmes mostram

que a tecnologia usada é "tão simples quanto a caixa que a contém". No caso da Torre Eiffel, por exemplo, o comercial mostra a capacidade da companhia de contribuir para o embelezamento urbano e também de reduzir em 30% os custos de iluminação da torre mais famosa do mundo.

Quanto à área de saúde, um dos filmes destaca as vantagens de um desfibrilador portátil, mostrando o tempo que uma ambulância normalmente levaria para chegar até a vítima de uma parada cardiorrespiratória.

VALORES DA MARCA

Ao longo dos anos, a Philips tem confirmado seu objetivo inicial que era de fornecer soluções nas áreas de saúde, estilo e vida e tecnologia, tornando-se a empresa mais admirada por todos os seus parceiros. Sua meta hoje é agradar os seus consumidores ultrapassando suas expectativas. Dessa forma, encantando quem usa seus produtos, cria uma liderança de mercado sustentável.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE PHILIPS

- Foi em 1953 que o Brasil fabricou seus primeiros aparelhos de televisão. Naquele ano a Philips produziu 266 unidades
- A empresa fabricou o primeiro televisor no Brasil em 1953. Naquele ano foram produzidas 266 unidades. Em 1971, fabricou o primeiro aparelho em cores e viabilizou a primeira transmissão estéreo no país (1985), que pôde ser acompanhada no modelo Trendset, lançado comercialmente no ano seguinte. Uma década mais tarde, em 1996, a Philips comemorou a expressiva marca de 10 milhões de televisores fabricados no Brasil.
- Em 1950, a Philips sonorizou o aeroporto de Congonhas, na zona sul paulistana. Nos anos seguintes também sonorizou os aeroportos Santos Dumont e Galeão, no Rio de Janeiro. O Jockey Club Brasileiro, no Rio, foi iluminado pela Philips, em 1950. Alguns meses depois ela desenvolveu projeto de iluminação para o Jockey Club de São Paulo.
- Os engenheiros e técnicos da Philips desenvolveram projetos para iluminar os campos de times como Flamengo (Gávea), Fluminense (Laranjeiras), Palmeiras (Parque Antartica), São Paulo (Morumbi), e o Pacaembu. Um dos primeiros a ostentar um placar luminoso foi o estádio Santa Cruz, do Botafogo de Ribeirão Preto.

