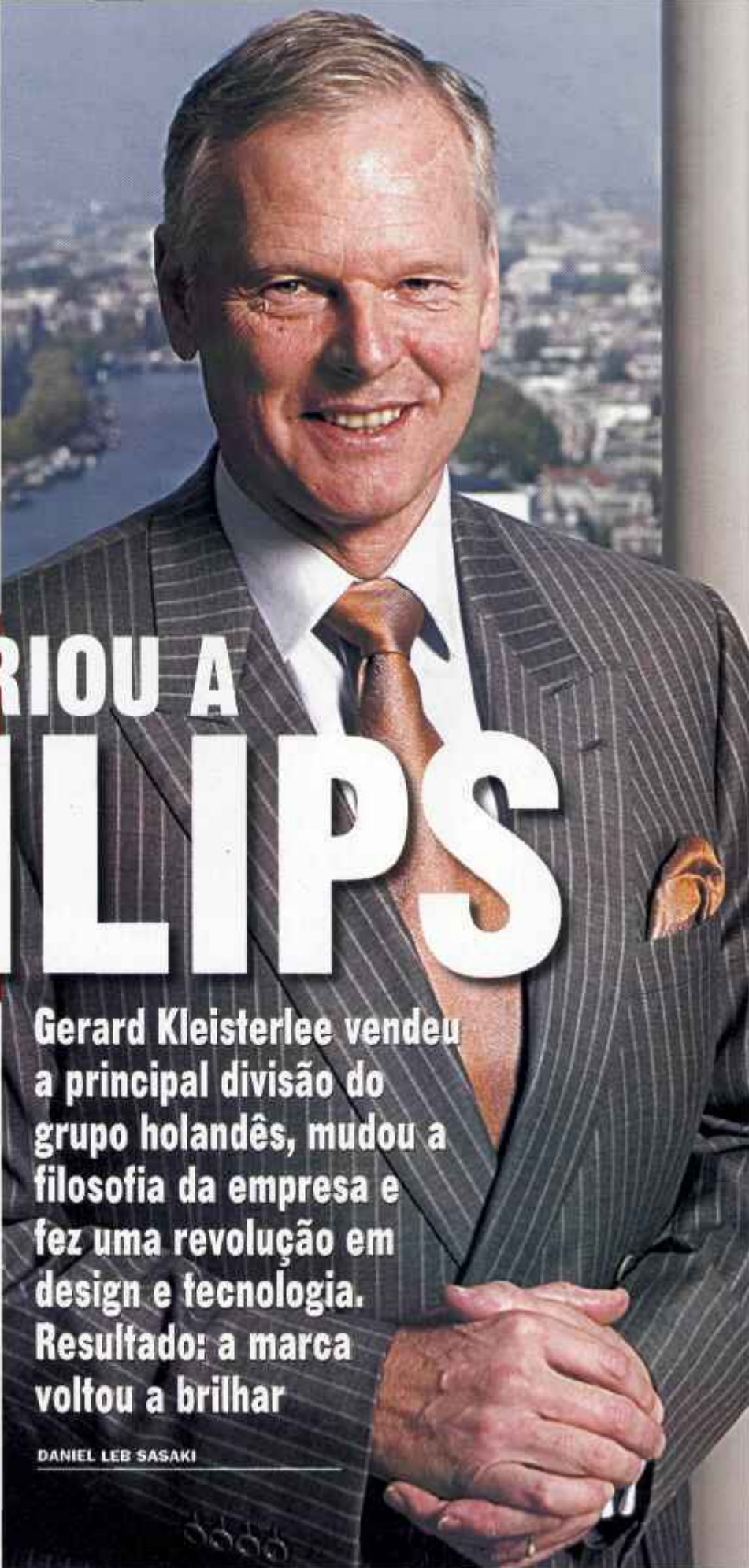




**ZOTTOLO:** ele é o novo presidente para o Brasil e a América Latina



# ELE RECRIOU A PHILIPS

**Gerard Kleisterlee vendeu a principal divisão do grupo holandês, mudou a filosofia da empresa e fez uma revolução em design e tecnologia. Resultado: a marca voltou a brilhar**

DANIEL LEB SASAKI



**MAGALHÃES:** ele deixa o comando da operação latino-americana e vai se dedicar à sua ONG



**S**e você fosse executivo ou acionista de uma empresa que atua há 115 anos no mercado, confiaria num CEO que decidisse simplesmente se desfazer do "coração" do grupo? Na Europa, eles confiaram e não se arrependeram.

Quando, em outubro do ano passado, Gerard Kleisterlee, presidente da Philips, vendeu a divisão de semicondutores para investidores de um fundo de "private-equity" por US\$ 10 bilhões, o mercado ficou em alerta. Durante décadas e até então,

aquela era a atividade mais importante da companhia. Mas a decisão não poderia ter sido mais acertada. Com o capital, o grupo reforçou as divisões de iluminação e equipamentos médicos, transformando-as nos seus negócios mais rentáveis. Por tabela, economizou nos investimentos, já que os gastos maiores vinham justamente das fábricas

Nascido na Alemanha, mas naturalizado holandês, Kleisterlee tem um currículo invejável. Formou-se em Engenharia Eletrônica pela Universidade Técnica de Eindhoven e entrou na Philips em 1974, onde fez carreira. Passou por diversos cargos, assumiu a gestão de divisões na Ásia e, ao retornar à Europa, onde foi nomeado CEO, decidiu implementar mudanças para retomar a liderança e a credibilidade da companhia. Mais do que redirecionar



cas de semicondutores. "Era difícil nos desvincularmos da imagem de empresa de componentes, mas fomos motivados por uma mudança no cenário da indústria", explica Kleisterlee. "Pesamos os riscos e decidimos diversificar nossos serviços." Hoje, os funcionários comemoram os resultados. **A companhia, que emprega 121,7 mil pessoas em 60 países, faturou mais de US\$ 36 bilhões em 2006 (2,5 bilhões na América Latina).** Não é à toa que a revista Fortune acaba de nomear Kleisterlee "o executivo do ano na Europa".

**US\$ 10 BILHÕES** foi o valor embolsado pela Philips ao se desfazer da divisão de componentes

**“ Pesamos os riscos e decidimos diversificar nossos serviços. Deu certo ”**

**Kleisterlee, CEO**

uma trajetória, o mérito desse executivo de 61 anos foi mudar a filosofia interna da empresa. A Philips passou a enxergar o consumidor mais de perto. Com base nessa premissa, Kleisterlee instituiu o mote "bom senso e simplicidade", que, segundo ele, significa identificar a tecnologia certa para melhorar a vida das pessoas em todos os mercados. "Foi sob a gestão dele que a empresa passou a valorizar muito mais sua marca e o cliente", diz Marcos Magalhães, presidente do grupo para a América Latina, que vai se aposentar em abril, após 36 anos na casa. De fato, antes de Kleisterlee, a imagem da Philips andava um pouco desgastada - antiquada até. O CEO mudou essa

percepção. Basta ver hoje o design e a tecnologia dos produtos Philips.

**"Outra característica de Kleisterlee, que contribuiu para a renovação da Philips, foi o cuidado com as questões ambientais", diz Magalhães.** Desde que assumiu a presidência, em 2000, o CEO mantém uma meta: fazer com que a Philips crie tecnologias de iluminação mais econômicas. "Investir no meio ambiente economiza dinheiro", defende o executivo. "As corporações são parte da sociedade. Isso significa que temos que ser conscientes com todo recurso natural que usamos." Hoje, a iluminação consome 19% de toda a eletricidade do mundo. O que a empresa quer é incentivar a migração para novas tecnologias ("greenswitch") e, em trabalho conjunto com ONGs, fornecedores de energia e governos, substituir as velhas lâmpadas incandescentes, que geram 95% de calor e apenas 5% de luz. Um exemplo desses produtos é a lâmpada fluorescente EcoMaster, já lançada no Brasil. Projetada para escritórios, indústrias e estabelecimentos de ensino, ela usa 25% a menos de energia e dura 60% mais do que as lâmpadas normais.

E quanto ao Brasil? Por aqui, o volume de investimentos ainda é modesto, cerca de US\$ 1 milhão por ano. Mas Kleisterlee vê o País como uma região de futuro, onde a Philips poderá fazer aquisições. "O Brasil tem uma cadeira privilegiada na mesa onde as cartas do gerenciamento de energia são dadas e há grupos que se enquadram no escopo dos nossos negócios", afirma. Sua filosofia permeia a divisão latino-americana. Magalhães teve a iniciativa de espalhar placas para os funcionários com os dizeres: "A Philips ajuda a iluminar o mundo. Agora, pedimos que você apague as luzes. O mundo lhe agradecerá." Esses anúncios preparam Paulo Zottolo, presidente do braço nacional, para o desafio à frente: suceder Magalhães e manter a filosofia verde de Kleisterlee. "Hoje, a divisão da América Latina responde por 7,5% do faturamento da Philips. Minha meta é representarmos 10% até 2011", diz Zottolo.