



5 JIIC

JORNADA DE INTEGRAÇÃO
E INICIAÇÃO CIENTÍFICA



EMPRESA PHILIPS: SUSTENTABILIDADE E TECNOLOGIAS INOVADORAS

Kauan Souza Bombilio

INTRODUÇÃO

Neste trabalho iremos conhecer o plano de sustentabilidade da empresa Philips, fundada na Holanda por Gerard Frederik Philips e seu irmão Anton Philips, com seu pai Benjamin Frederik David ajudando financeiramente. Com produtos voltados a tecnologia a empresa criou produtos inovadores revolucionando o ramo tecnológico.

OBJETIVO

O foco deste trabalho é conhecer a empresa Philips, com enfoque em seu plano de sustentabilidade e suas principais características.

METODOLOGIA

Utilizaremos pesquisa bibliográfica para o desenvolvimento do trabalho, tendo seus dados retirados de sites e artigos em meio digital. Também utilizaremos um dos quadrantes da análise SWOT, a Força, para identificar os pontos fortes da empresa em relação aos seus concorrentes.

DESENVOLVIMENTO

Em 1891 o engenheiro mecânico Gerard Frederik Philips abriu a empresa Philips & Company, com o intuito de vender lâmpadas incandescente de filamento de carbono em uma época que a demanda por eletricidade crescia a cada dia. Com o passar do tempo a Philips se tornou a empresa com mais funcionários na Holanda.

Por volta de 1914 a empresa criou um laboratório especializado em estudar os fenômenos físicos e químicos para criação de novos produtos inovadores. Ao longo do tempo a Philips desenvolveu vários produtos que revolucionaram o mercado, na década de 40 e 50, o barbeador PHILISHAVE, sendo um dos mais vendidos da marca. Na década de 70 foi a vez do VHS, fabricado no Reino Unido teve uma produção em grande escala. Em um trabalho em conjunto com a Sony criou o CD (*Compact Disc*) no começo da década de 80.

Após inúmeras invenções e se consolidando no mercado cada vez mais, em 1994 foi apresentado pela primeira vez pela Philips a abordagem EcoDesign, esta abordagem considera os aspectos de desenvolvimento e design dos produtos, avaliando o ciclo de vida do produto para determinar o impacto no ambiente em cada etapa, desde a fabricação até a manutenção e descarte ou reciclagem. Esta abordagem fez a marca estabelecer seis *Green Focal Areas* (Áreas Focais Verdes) para aprimorar o desempenho ambiental, são elas: Energia, Embalagem, Substâncias, Peso e Materiais, Circularidade e Vida Útil.

Em cada uma dessas áreas é possível minimizar o impacto do produto no ambiente, com um consumo eficiente de energia, haverá redução no consumo desenfreado de energia, com embalagens e conteúdos recicláveis ocorrerá uma maior preservação do ambiente, com produtos que não usam substâncias ou

impactam no meio ambiente acontecerá uma redução do impacto ecológico desses produtos. Quando um produto da Philips superam os já existentes, concorrentes ou requisitos legais em 10% em uma ou mais *Green Focal Area* são designados *Green Products*.

Figura 1 – As Seis Green Focal Area



Fonte: Retirado do site Voltimum

A análise SWOT é uma técnica criada por Albert Hemphrey, que foi líder de pesquisa da Universidade de Stanford. A técnica é dividida em quatro quadrantes que ajudam a identificar as Fraquezas, as Forças, as Oportunidades e as Ameaças de uma empresa.

Figura 2 – Análise SWOT



Fonte: Retira do Blog Iset

Como já mencionado iremos analisar o quadrante Forças da Análise SWOT. A Força é localizada no ambiente interno da empresa, no caso da Philips a sua adaptação, pesquisa e desenvolvimentos de novos produtos são as suas grandes vantagens contra seus concorrentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS (obrigatório).

A Philips além de ser uma empresa tecnológica voltada para produtos inovadores e revolucionários consegue se diferenciar dos concorrentes com seu alto grau de compromisso com a sustentabilidade, criando programas para minimizar o impacto de seus produtos no meio ambiente.

Graduando em Marketing: Faculdade Cesusc / kauanksb@hotmail.com

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

N.V., Koninklijke Philips. **Green products and green innovation**. 2016. Disponível em: <<https://www.philips.com/a-w/about/sustainability/sustainable-planet/green-products-and-green-innovation.html>>. Acesso em: 21 out. 2018.
MARCAS, Mundo das. **Philips**. 2014. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/philips-lets-make-things-better.html>>. Acesso em: 21 out. 2018.
PAULILLO, Gustavo. **Matriz SWOT: como fazer a análise estratégica de sua empresa**. 2018. Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/matriz-swot-como-fazer/>>. Acesso em: 21 out. 2018.