

Diálogo constante e mente aberta

DANIELA ROCHA
De São Paulo

O dia a dia de João Carlos Brega é intenso. O executivo lidera mais de 20 mil funcionários em diferentes países. Na agenda, uma série de viagens e reuniões. Para dar conta dos compromissos, ele comenta que promove o diálogo e delega bastante. "Pode ser piegas, mas com estratégia definida e pessoas certas, a empresa caminha." Ele ressalta que passa cerca de 70% do tempo discutindo com colaboradores as operações e projetos da fabricante de eletrodomésticos, dona das marcas Brastemp, Consul e KitchenAid.

Para se atualizar, o CEO da Whirlpool na América Latina costuma conversar com empresários e gestores de companhias de variados setores e também gosta de frequentar cursos de curta duração sobre tendências de mercado, relacionamento com consumidores e internet das coisas.

Na definição de Brega, o bom planejamento consiste em administrar o curto e o longo prazo. "Temos de atravessar a situação atual, mas sem macular os alicerces para o futuro." Nesse sentido, em 2016, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) representaram 4% da receita — parcela que tradicionalmente destina a essa área a cada ano. "Mantivemos os investimentos em inovação porque isso é o que dá consistência ao negócio ao longo do tempo", destaca Brega.

O executivo avalia que a pior fase da crise econômica brasileira ficou para trás, no entanto, a retomada do crescimento só se dará a partir do final de 2018, depois das eleições. Na visão dele, o novo presidente, seja quem for, terá de conduzir reformas. "O potencial do mercado brasileiro é grande, existe uma demanda reprimida

João Carlos Brega , 53 anos, CEO da Whirlpool na América Latina
Formação: administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas
Empresas onde trabalhou: Sharp e Embraco, além de ter sido presidente da Whirlpool no México e no Canadá
Onde se informa: Valor Econômico, The Wall Street Journal, entre outros
O que faz para manter o foco: planejamento diário de todas as atividades
O que fez nas últimas férias: viajou com a família para a Flórida
Time do coração: Santos
Prato preferido: pizza da Fração da Pizza
Um livro: "Sapiens: a brief history of humankind", de Yuval Noah Harari
Uma música: MPB em geral

que vai voltar com força", afirma.

No Brasil, a Whirlpool teve desempenho favorável em 2016, mesmo em um momento complicado, em que a economia encolheu pelo segundo ano consecutivo. Para enfrentar esse quadro, o planejamento foi fundamental. "Colocamos maior ênfase na produtividade. Redesenhamos os processos para atendermos de forma mais eficaz às demandas dos consumidores", diz o executivo. A companhia mapeou os vários Brasis, ou seja, aprofundou os estudos de mercado em cada uma das regiões do país, analisando cidade por cidade.

Dessa forma, passou a oferecer produtos e serviços com características adequadas à realidade de cada local e região. Os ajustes englobaram as linhas de fogão, refrigerador e micro-ondas da marca Consul, além de refrigeradores e máquinas de

lavar Brastemp e diversos aparelhos da KitchenAid. A empresa também reforçou as equipes de promotores de vendas e apostou em treinamentos.

Somente no ano passado, a Whirlpool lançou 160 produtos na América Latina, sendo 80% no Brasil. Em função de todas essas iniciativas, a empresa registrou lucro líquido, atribuível aos acionistas controladores, de R\$ 311 milhões em 2016, uma alta de 13,4% em relação ao ano anterior. A receita de R\$ 9,22 bilhões encolheu apenas 1,8% na comparação com 2015. "Em termos qualitativos, a empresa nunca esteve tão bem, considerando a participação das marcas no mercado e o grau de satisfação dos funcionários", enfatiza Brega, eleito **Executivo de Valor** pela quinta vez consecutiva. O índice de engajamento dos colaboradores foi de 87%, um dos melhores do mundo.

Diálogo constante e mente aberta

DANIELA ROCHA
De São Paulo

O dia a dia de João Carlos Brega é intenso. O executivo lidera mais de 20 mil funcionários em diferentes países. Na agenda, uma série de viagens e reuniões. Para dar conta dos compromissos, ele comenta que promove o diálogo e delega bastante. "Pode ser piegas, mas com estratégia definida e pessoas certas, a empresa caminha." Ele ressalta que passa cerca de 70% do tempo discutindo com colaboradores as operações e projetos da fabricante de eletrodomésticos, dona das marcas Brastemp, Consul e KitchenAid.

Para se atualizar, o CEO da Whirlpool na América Latina costuma conversar com empresários e gestores de companhias de variados setores e também gosta de frequentar cursos de curta duração sobre tendências de mercado, relacionamento com consumidores e internet das coisas.

Na definição de Brega, o bom planejamento consiste em administrar o curto e o longo prazo. "Temos de atravessar a situação atual, mas sem macular os alicerces para o futuro." Nesse sentido, em 2016, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) representaram 4% da receita – parcela que tradicionalmente destina a essa área a cada ano. "Mantivemos os investimentos em inovação porque isso é o que dá consistência ao negócio ao longo do tempo", destaca Brega.

O executivo avalia que a pior fase da crise econômica brasileira ficou para trás, no entanto, a retomada do crescimento só se dará a partir do final de 2018, depois das eleições. Na visão dele, o novo presidente, seja quem for, terá de conduzir reformas. "O potencial do mercado brasileiro é grande, existe uma demanda reprimida

João Carlos Brega, 53 anos, CEO da Whirlpool na América Latina

Formação: administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas

Empresas onde trabalhou: Sharp e Embraco, além de ter sido presidente da Whirlpool no México e no Canadá

Onde se informa: Valor Econômico, The Wall Street Journal, entre outros

O que faz para manter o foco: planejamento diário de todas as atividades

O que fez nas últimas férias: viajou com a família para a Flórida

Time do coração: Santos

Prato preferido: pizza da Fração da Pizza

Um livro: "Sapiens: a brief history of humankind", de Yuval Noah Harari

Uma música: MPB em geral

que vai voltar com força", afirma.

No Brasil, a Whirlpool teve desempenho favorável em 2016, mesmo em um momento complicado, em que a economia encolheu pelo segundo ano consecutivo. Para enfrentar esse quadro, o planejamento foi fundamental. "Colocamos maior ênfase na produtividade. Redesenhamos os processos para atendermos de forma mais eficaz às demandas dos consumidores", diz o executivo. A companhia mapeou os vários Brasis, ou seja, aprofundou os estudos de mercado em cada uma das regiões do país, analisando cidade por cidade.

Dessa forma, passou a oferecer produtos e serviços com características adequadas à realidade de cada local e região. Os ajustes englobaram as linhas de fogão, refrigerador e micro-ondas da marca Consul, além de refrigeradores e máquinas de

lavar Brastemp e diversos aparelhos da KitchenAid. A empresa também reforçou as equipes de promotores de vendas e apostou em treinamentos.

Somente no ano passado, a Whirlpool lançou 160 produtos na América Latina, sendo 80% no Brasil. Em função de todas essas iniciativas, a empresa registrou lucro líquido, atribuível aos acionistas controladores, de R\$ 311 milhões em 2016, uma alta de 13,4% em relação ao ano anterior. A receita de R\$ 9,22 bilhões encolheu apenas 1,8% na comparação com 2015. "Em termos qualitativos, a empresa nunca esteve tão bem, considerando a participação das marcas no mercado e o grau de satisfação dos funcionários", enfatiza Brega, eleito **Executivo de Valor** pela quinta vez consecutiva. O índice de engajamento dos colaboradores foi de 87%, um dos melhores do mundo.



Brega:
investimento
em inovação
dá consistência
no longo prazo