

O lucro das lâmpadas 'ecológicas'

Produtos com viés ambiental elevam as receitas da Philips e da GE

Mariana Barbosa

Em tempos de preocupação com mudanças climáticas, o que é verde, definitivamente, vende. Produtos eficientes e que contribuem de alguma forma para a preservação do meio ambiente engordaram as receitas mundiais da Philips em € 4 bilhões em 2006 (R\$ 11 bilhões). O valor é o dobro da receita de 2005 e corresponde a 15% do fluxo de renda total da companhia.

A gigante General Electric ainda não divulgou o balanço da produção com apelo ecológico, a chamada linha Ecoimagination, mas em 2005, a receita

atingiu a marca de US\$ 10 bilhões (R\$ 21 bilhões).

Dentro das linhas Ecoimagination da GE e GreenFlagship da Philips destacam-se produtos para iluminação, como lâmpadas fluorescentes de uso residencial, profissional ou para fins de iluminação pública. São produtos que se encaixam perfeitamente no marketing ecológico – são mais eficiente do ponto de vista de consumo de energia, ajudam a economizar na conta de luz, além, claro, de engordar os lucros das empresas por agregar bem mais valor que as incandescentes.

As lâmpadas fluorescentes chegam a custar 10 vezes mais que as comuns, que não passam de R\$ 2. Para o consumidor, a economia na conta de luz é de US\$ 4 em um ano, passando para US\$ 10 por ano durante os cinco anos seguintes. E o impacto ambiental não é desprezível, dado que 19% do consumo de eletricidade no mundo é direcionado para iluminação.

Não é por outra razão que os fabricantes mundiais de lâmpadas – como Philips, GE, Osram –, estão liderando uma campanha internacional de substitui-



TENDÊNCIA – Manuel Frade, da Philips: soluções mais econômicas

NÚMEROS

€ 4 bilhões

foi a contribuição dos produtos com apelo ambiental para a receita do grupo holandês Philips no ano passado. O valor corresponde a 15% da receita total do grupo

US\$ 10 bilhões

foi a receita da americana General Electric em 2005 com a linha Ecoimagination, de produtos com viés ecológico

80%

da iluminação residencial na Europa e no Brasil ainda é feita com lâmpadas incandescentes, que consomem mais energia que as lâmpadas fluorescentes

19%

do consumo de eletricidade no mundo vem da iluminação

VALERIA GONCALVEZ/AE-22/01/2007

O mercado de lâmpadas econômicas no Brasil tem crescido cerca de 30% ao ano, enquanto o de incandescentes está estagnado. O apagão em 2001 foi o grande propulsor: as importações saltaram de 8 milhões de unidades para 80 milhões.

O programa de Eficiência Energética da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), que obriga os distribuidores de energia a investir 0,25% da receita anual em programas de eficiência tem contribuído para impulsionar as vendas. Os projetos preferidos das distribuidoras consistem, basicamente, na aquisição e distribuição gratuita de lâmpadas econômicas. No ano passado, 64 distribuidoras compraram 2,7 milhões de lâmpadas.

No entanto, o consumo de fluorescentes compactas – de uso residencial – ainda é baixo e nenhum fabricante se dispôs a fabricá-las no Brasil. Hoje os três líderes – Philips, GE e Osram – têm 40% do mercado e reclamam do subfaturamento de lâmpadas menos eficientes importadas da China, que chegam a custar três vezes menos. “O apagão abriu o mercado, mas faltou fiscalização”, diz Frade. “Algumas marcas chinesas são respeitáveis, mas a maioria não tem a durabilidade que deveria.”

Pelo volume e também pelas dificuldades de transportes, as fluorescentes de uso profissional são fabricadas no Brasil. No ano passado, um modelo desenvolvido na subsidiária brasileira da Philips, mais eficiente e que consome menos mercúrio, ganhou o selo GreenFlagship da matriz. Para dar conta da demanda europeia, 15 milhões de unidades foram exportadas do Brasil. ●

ção total, até 2010, de lâmpadas incandescentes tradicionais por fluorescentes, que consomem até 80% menos energia.

Cerca de 80% da iluminação residencial da Europa e também do Brasil ainda é feita com lâmpadas incandescentes – produto que praticamente não sofreu evolução tecnológica desde os tempos de Thomas Edison, em fins do século 19. Nada menos que 95% da energia consumida é desperdiçada na forma de calor. Já as econômicas, inventadas na década de 80, nasceram 65% mais eficientes. Hoje, nos modelos de ponta, essa eficiência chega a 85%.

“A questão da sustentabilidade virou um grande negócio”, diz o CEO da Philips Iluminação para América Latina, Manuel Frade. “Há um forte movimento de substituição de projetos de iluminação por soluções mais econômicas.”