

Quero ser verde

Roberta Paduan



Michael Dell caminha no campus de sua empresa, no Texas: cuidado com o sobrenome

REVISTA EXAME O executivo americano Ken Musgrave, chefe da área de design da Dell Computers - segunda maior fabricante de computadores do mundo, com faturamento de 61 bilhões de dólares em 2007 -, atravessa um labirinto de baias até chegar a uma sala com vários computadores sobre uma bancada. Seu objetivo é mostrar um dos produtos recém-lançados pela companhia. Trata-se de um PC de mesa, mas que em nada lembra os desktops convencionais. Musgrave coloca o pequeno retângulo de acrílico vermelho ao lado de um PC normal, uma trivial caixa de alumínio cinza-chumbo. "Ambos têm as mesmas funcionalidades e capacidade de processamento", afirma Musgrave, em pé, diante das duas máquinas. "A diferença é que o modelo novo tem quase um quinto do tamanho do antigo e, portanto, precisa de muito menos material para ser fabricado. Fora isso, consome quase 70% menos energia."

O computador apresentado por Musgrave é considerado o que há de mais inovador do ponto de vista ambiental. "É o equipamento que melhor traduz o conceito de green IT (tecnologia da informação verde)", diz David Daoud, responsável nos Estados Unidos pela área de pesquisas da consultoria IDC, especializada em tecnologia da informação. Segundo Daoud, o produto é diferenciado por reduzir o impacto ambiental de variadas formas - na menor quantidade de energia que será consumida durante sua vida útil, na redução de materiais que o compõem e até na embalagem, que é 95% reciclável. Para o empresário Michael Dell, fundador e presidente da companhia, o Studio Hybrid, como foi batizado o novo computador, é apenas um dos exemplos de como a Dell hoje incorpora o conceito de responsabilidade ambiental. "Nossa missão começa com o design, passa pela fabricação e pela distribuição do produto e só termina depois que ele é descartado após anos de uso nas empresas ou nas casas de nossos clientes", afirmou Dell a EXAME em seu escritório, em Austin, capital do Texas, onde fica a sede da empresa que criou há pouco mais de duas décadas (leia entrevista na pág. 116).

Nos últimos dois anos, Dell tem levantado a bandeira ambiental como nenhum outro empresário de seu setor. Em junho de 2007, durante as celebrações do Dia Mundial do Meio Ambiente, anunciou o objetivo de transformar a empresa na companhia de tecnologia "mais verde do planeta", em suas palavras. Na época, a meta de Dell foi interpretada por analistas como uma jogada de marketing para conquistar clientes que valorizam a proteção ambiental. Afinal, a companhia luta para voltar ao topo dos maiores fabricantes de computadores do mundo, posição em que permaneceu até 2006, quando foi desbancada pela rival HP. No ano seguinte, diante de resultados insatisfatórios aos olhos do mercado e de analistas, Dell se viu obrigado a retornar ao dia-a-dia da empresa após três anos de afastamento. Sua nova estratégia, além de responder a demandas ambientais, é transformar a

imagem da empresa de uma fabricante de computadores corporativos sisudos numa marca moderna e de design "cool". A metamorfose é um imperativo para a Dell conquistar mais mercado no segmento doméstico, eleito recentemente seu alvo estratégico. A versão de Michael Dell é outra, claro: "Os danos ao planeta recaem sobre nós mesmos, seres humanos, e acho que temos de evitar que o mundo se transforme num lugar insuportável de viver", afirma. "Fora isso, minha empresa leva meu sobrenome, e não quero vê-lo associado a problemas." O sobrenome começou a ganhar fama em 1984, quando o então estudante de medicina de 19 anos na Universidade do Texas passou a vender computadores fabricados em seu dormitório e, em pouco tempo, tornou-se um dos maiores mitos da bilionária indústria de tecnologia mundial e um dos maiores exemplos da força do empreendedorismo americano.

Responsabilidade do começo ao fim

Motivações à parte, o fato é que a Dell vem fazendo esforços e colhendo resultados relevantes em várias frentes. Em agosto, a empresa anunciou ter neutralizado as emissões de carbono de sua operação, a primeira do setor a alcançar o feito. Na prática, a Dell conseguiu compensar as emissões de gases causadores do efeito estufa de um ano de funcionamento - o cálculo considera os gases gerados na fabricação das matérias-primas compradas pela empresa e os emitidos na geração da energia consumida em suas instalações, além de emissões do combustível queimado no transporte de produtos e até de executivos em viagens de avião a trabalho. Parte da compensação das emissões ocorreu pelo aumento do uso de energia renovável. Entre 2005 e 2007, a Dell dobrou as compras de energia proveniente de combustíveis não fósseis. O restante foi compensado com a aquisição de créditos de carbono - títulos que dão à empresa o direito de emitir determinada quantidade de carbono, como os comprados da ONG Conservation International, que cuida de uma floresta tropical em Madagascar. A lógica, nesse caso, é que as árvores absorvem carbono, compensando as emissões causadas pelo funcionamento dos negócios.

Os novos projetos também são avaliados segundo o critério ambiental, passando pelo crivo de uma diretoria responsável por garantir que os produtos sigam normas internacionais de engenharia e responsabilidade ambiental. Essa diretoria trabalha em conjunto com todas as áreas da Dell. Uma de suas funcionárias participou das especificações da fábrica brasileira de Hortolândia, no interior de São Paulo, inaugurada em 2007. Nas cinco vezes em que veio ao Brasil, Sarah Gibson ajudou a estabelecer a mudança de tecnologia que faz com que as esteiras das linhas de montagem funcionem somente quando necessário, não mais ininterruptamente. O objetivo é economizar energia. Até o carpete entrou nas especificações. No mundo todo, a Dell só compra carpete de fornecedores que se responsabilizam pela reciclagem do piso antigo. "Reduzir e reutilizar são verbos com os quais trabalhamos o tempo todo", diz Sarah.

O responsável por orquestrar as ações ambientais nas várias áreas da empresa é o químico e biólogo David Lear, que participou junto com o ex-vice-presidente americano Al Gore da elaboração do selo Energy Star, criado pelo governo dos Estados Unidos no início da década de 90. O selo estabelece o padrão de eficiência energética a ser seguido por fabricantes de eletroeletrônicos. Atualmente, 65% dos notebooks e 50% dos desktops da Dell obedecem ou excedem o padrão Energy Star, um dos índices mais altos da indústria. O termo eficiência energética, aliás, é um mantra dentro da empresa. Um dos troféus da Dell nesse quesito é um servidor que consome 20% menos energia que seus antecessores. Mais uma vez, a motivação não segue apenas preocupações ambientais, mas, sobretudo, uma imposição do mercado. Geralmente, os consumidores residenciais não fazem as contas de quanto o consumo de um computador representa na conta de luz, mas as empresas, sim, pois eletricidade é um custo pesado nos data centers - e que só tende a aumentar. "Nos Estados Unidos, o dinheiro é verde", afirma Michael Dell. "A economia de eletricidade agrada tanto aos que apreciam o verde da proteção ambiental quanto aos que só estão preocupados com o verde do dinheiro."

Conselho de inimigo

Dinheiro, diga-se, que tem se tornado mais escasso para os fabricantes de computador conforme avança a crise na economia mundial. Todas as empresas do setor estão passando por dificuldades - pela simples razão de que consumidores residenciais e empresas estão

cortando gastos. A previsão é que o mercado de TI cresça apenas 2,6% em 2009, ante a previsão inicial de 5,9%. No caso da Dell, a queda das ações chegou a 62% entre janeiro e novembro deste ano. Michael Dell afirma que a crise não vai demovê-lo da idéia de aprofundar a cultura ambiental da companhia: "No médio e no longo prazo, que é como enxergo meu negócio, essas iniciativas reduzem, e não aumentam, os custos".

Ao adotar o discurso verde, porém, Michael Dell não atrai a atenção apenas de potenciais clientes. Chama para si também a cobrança mais intensa de ambientalistas. "Se quiser ser a empresa mais verde do planeta, ela tem de reduzir mais fortemente suas emissões em vez de apenas comprar créditos de carbono", afirma Tom Dowal, coordenador do Greenpeace para assuntos de tecnologia e um dos responsáveis pelo único ranking que compara fabricantes de eletrônicos no aspecto ambiental. Até setembro, a Dell liderava entre os fabricantes de computador. Em outubro, o novo ranking mostrou a empresa empatada em segundo lugar com a HP e a Toshiba - o primeiro lugar coube à Sony. A HP está na frente da Dell, por exemplo, na adequação de seu processo de produção. "Eliminamos o uso de chumbo em todas as linhas de produção", afirma Kami Saidi, diretor de operações para o Mercosul da HP. O metal pesado é utilizado para soldar determinados componentes de computadores e impressoras. Pelas regras européias, os fabricantes de eletrônicos terão de eliminar a substância dos últimos produtos até 2014. A Dell está dentro do cronograma europeu, mas ainda falta eliminar o metal de alguns equipamentos do segmento corporativo. Já no aspecto do descarte responsável de equipamentos, a Dell é líder da indústria, por oferecer gratuitamente a consumidores o serviço na maioria dos países em que opera.

A tarefa de colocar uma empresa no caminho da responsabilidade ambiental não é simples - uma transformação dessas tem de incorporar os vários elos da cadeia de negócios. "Tudo é ainda muito novo nessa área, e é difícil encontrar fornecedores qualificados", afirma Vinícius Arosi, responsável pela fábrica da Dell em Hortolândia. Segundo Arosi, a empresa levou quase dois anos na busca e na certificação de um fornecedor para descartar o lixo eletrônico que sobra da produção e os computadores recolhidos de clientes. Encontrar fornecedores para descartar lâmpadas fluorescentes e resíduos poluentes, como restos de tinta de eventuais reformas em prédios, também não foi fácil. A situação se repetiu na adoção de papel reciclado em fábricas e escritórios brasileiros. Na época, quatro anos atrás, o papel reciclado era entregue com muitos resíduos e fora do tamanho-padrão, o que causava problemas nas impressoras. O problema foi resolvido depois de inúmeras reuniões entre a área de segurança ambiental, o fornecedor do papel e o departamento de TI da própria Dell, que vivia às voltas com problemas das impressoras. Resultado: a fabricante do papel eliminou os resíduos e a área de TI da Dell reconfigurou as impressoras para que funcionassem com as dimensões do novo papel. "Esse trabalho requer uma verdadeira mudança de modelo mental, a consciência de que vale a pena seguir em frente", afirma Arosi.

Um mural pendurado na fábrica de Hortolândia é um indício de que a companhia está tentando, de fato, promover a tal mudança mental entre seus funcionários. Todos os meses o mural é atualizado com gráficos que mostram se o consumo de energia e de água está aumentando ou diminuindo na empresa proporcionalmente à produção. No mesmo mural, um cartaz propagandeia uma competição para funcionários: quem apresentar três contas de água que mostrem redução de consumo em casa ganha um jantar para duas pessoas. "Queremos que os conceitos de proteção ambiental sejam praticados no dia-a-dia das pessoas, não só dentro da empresa", afirma Arosi. "E provar que meio ambiente não significa salvar árvores, pássaros, baleias, mas seres humanos."

PADUAN, Roberta. Quero ser verde. **Exame**, São Paulo. Disponível em: <
<http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0932/gestao/quero-ser-verde-405063.html>> . Acesso em: 2 dez. 2008.