

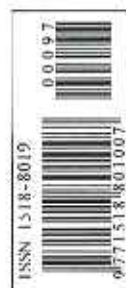
B2B magazine



▶ **STARTUP
DO MÊS**
JOVENS
TALENTOS
COMBATEM O
DESPERDÍCIO
DE ÁGUA

Pensou negócios e TI, pensou B2B

Ano 8 - Junho/Julho 2009 - nº 97 - R\$ 9,00



O banco ideal

Instituições financeiras
buscam o equilíbrio entre
eficiência operacional,
controle do risco e respeito
ao meio ambiente

▶ www.b2bmagazine.com.br



ESPECIAL VERDE RECICLAGEM E ECONOMIA DE ENERGIA EM DEFESA DO PLANETA

O preço do lucro

Você atravessa um deserto de areias muito brancas e nenhum sinal de vegetação à vista. Em suas mãos apenas um copo d'água para dividir com a família. Se uma única gota escapar para o chão, você se sentiria culpado. A cada passo você cuida muito bem do que está carregando e não desperdiça.

A maior parte dos recursos naturais do planeta é finita, exatamente como esse copo de água. Como os recursos naturais são vastos, não damos a mínima se vamos desperdiçar ou não. Priorizamos o progresso, buscamos mais conhecimento, conforto, riqueza. Assim também funcionam as empresas ao seguir a lógica do lucro.

Entretanto há uma prática que aproxima o lucro da sustentabilidade. Algo como seguir em segurança pelo deserto de areias brancas sem deixar cair as gotas de água no chão. Essa prática é a união. Compartilhamos ideias, moradia, transporte, campos cultivados em busca de uma melhor colheita.

Sim, há também o momento do individualismo, quando pioneiros inovam sozinhos. Exemplo é nossa matéria na qual mostramos como o setor financeiro revê um dos seus fundamentos básicos, a maneira como o cliente prova sua identidade. Nesse caso, compartilhar é apenas uma escolha estratégica e ser diferente pode ser positivo quando significa somente ousadia e inovação, sem

prejuízo à comunidade. Somente o pioneiro paga o preço por ser diferente.

Em contraste, hoje toda a sociedade paga o preço da inovação tecnológica. Cada vez mais, a infraestrutura de informação das empresas dilapida os recursos naturais do planeta, consumindo hoje 8% da energia disponível. Não foi à toa que se passou a falar tanto de TI verde. É como se cada uma dessas empresas estivesse desperdiçando a água daquele copo no deserto sem se importar com o resto das pessoas. Essa culpa forçou os executivos a incluírem o verde em suas decisões. O desafio é conciliar o foco principal do negócio com o tempo e o investimento necessários em projetos sustentáveis.

A matéria de capa demonstra algumas faces desse dilema. Aparentemente desconexas, as histórias apontam os três vértices que hoje cercam os bancos. Um é o risco operacional, compartilhado por todo o setor porque o que afeta um prejudica a todos rapidamente. Nesse caso, a lição já foi aprendida e os bancos se unem na obediência a regulamentações rígidas. O segundo é a própria TI verde, com a qual os bancos estão na frente de outros setores, mas ainda descobrem os limites do investimento que não traz rentabilidade imediata.

O terceiro vértice é a eficiência operacional, em que compartilhar pode ser justamente uma das respostas para aumentar o lucro. Conhecendo as três histórias pode ficar mais fácil compreender porque unir esforços continua sendo a melhor resposta. Vamos fazer o copo de água durar mais.

Rogério Godinho
Editor

EQUIPE B2B

ESCREVA PARA A
REDAÇÃO DA B2B MAGAZINE

Suas reclamações, elogios, contatos e dúvidas podem ser publicados aqui. O contato pode ser feito por meio do e-mail b2bmagazine@gpadrao.com.br, no **Fale Conosco** do site, www.b2bmagazine.com.br, ou por carta à Padrão Editorial - Redação, Rua Novo Horizonte, 311 Pacaembu - São Paulo - SP Cep 01244-020.

PUBLICIDADE

Anuncie em *B2B Magazine* e tenha o melhor retorno de leitores qualificados e informados do Brasil.

ASSINATURAS

Utilize nossa Central de Atendimento para assinar, renovar a assinatura ou informar mudança no cadastro. (11) 3125-2244

EDIÇÕES ANTERIORES

Ligue para nós: (11) 3125-2244. O preço cobrado é o da última edição em banca (sempre que houver disponibilidade no estoque).

REPRINTS ANTERIORES

Reedições especiais de reportagens e artigos, com o anúncio da sua escolha e a capa original da edição, podem ser pedidas na Padrão Editorial. Para informações sobre orçamentos: comercial@gpadrao.com.br.



B2B NA INTERNET

A informação mais atualizada sobre o mundo digital. Saiba antes as principais tendências em negócios e como sua empresa pode entrar no jogo da inovação. E mais: notícias on-line, artigos e análises exclusivas no site www.b2bmagazine.com.br. Vá até lá, leia, imprima e divulgue.

padrão editorial

PUBLICISTA Roberto Meir

DIRETOR-EXECUTIVO Walter Salvo Rosa

REDAÇÃO

EDITOR Rogério Godinho godinho@gpadrao.com.br
EDITORA-ASSISTENTE Roberta Sales roberta@gpadrao.com.br

REPORTERES

Juliana Jadon jullana@gpadrao.com.br
Thiago Borges thiagoborges@gpadrao.com.br

ARTE

DESIGNER PLATINUM Marina Martins marina@gpadrao.com.br
DESIGNERS Alexandre Braga, Erika Bernal
PRÉ-IMPRESSÃO Fábio Messias
REVISORA Dara Wild

OUTROS COLABORADORES

Alexandar Mendic, Amyris Fernandez, Florencia Ferrer, Ricardo Gomez e Sandra Turchi (colunistas); Daniela Rocha e Gledne Moura (reportagem); Douglas Luccena e Eduardo de Sousa (fotografia); Erika Suzuki (edição)

PUBLICIDADE

GERENTE DE NEGÓCIOS Adriana Próspero aprosperto@gpadrao.com.br
Fabiana Zuñon fzuñon@gpadrao.com.br

CRATIVAS DE VALOR - CHRISTINA ZUKOWICZ LITVAK christina@gpadrao.com.br
Luis Anselmo Bueno de Oliveira anselmo@gpadrao.com.br
Marcia Maria de Sousa marcia@gpadrao.com.br
Marco Góes mgoes@gpadrao.com.br
Sandra Fries sandra@gpadrao.com.br

FAVORITAS Ana Cecília Chiese comercial@gpadrao.com.br
Patrícia Pinheiro patricia@gpadrao.com.br

MARKETING

COORDENADORA DE MARKETING Daniela de Matos danielamatos@gpadrao.com.br
APOSTOLAS DO CLIENTE Bruno Cadimo bruno@gpadrao.com.br
Bruno Dias brunodias@gpadrao.com.br
Carmila Albertassi mkt@gpadrao.com.br
Katy Buvo logistica@gpadrao.com.br
Sabrina Lahuerta sabrina@gpadrao.com.br

ADMINISTRAÇÃO

DIRETORA ADMINISTRATIVA/FINANCEIRA Lucia Maria De Bellis Mascaretti
GERENTE FINANCEIRA Maria Sônia Ribeiro

LOGÍSTICA

CIRCULAÇÃO E ASSINATURAS Monica Veronez assinatura@gpadrao.com.br

PROJETO GRÁFICO

IMPRESSÃO Marina Martins
Plural Editora Gráfica Ltda.
PLANEJAMENTO DE CIRCULAÇÃO EM BANCAS Edicase Soluções para Editores Ltda.
DISTRIBUIÇÃO EXCLUSIVA EM BANCAS Fernando Chinesaglia Comercial e Distribuidora S.A.
LOGÍSTICA Tecnocourier Transportes Ltda.
CIRCULAÇÃO Nacional
PERIODICIDADE Mensal

grupo
padrão

B2B Magazine é uma publicação da Padrão Editorial Ltda.
Rua Novo Horizonte, 311 - Pacaembu
CEP 01244-020 - SÃO PAULO - SP TELEFAX 55 - 11 - 3125-2244.

A Editora não se responsabiliza pelos conceitos emitidos nos artigos ou matérias assinadas. A reprodução do conteúdo editorial desta revista só será permitida com autorização da Editora ou com citação da fonte. Todos os direitos reservados e protegidos pelas leis do copyright, sendo vedada a reprodução no todo ou em parte dos textos publicados nesta revista, salvo expresso consentimento dos seus editores. Padrão Editorial Ltda. B2B Magazine ISSN 1518-8019

▶ HORA DE RECICLAR

Se na sua empresa ainda impera o velho pensamento "extrair-produzir-descartar", é hora de mudar. O modelo de negócios vigente há dois séculos dá lugar a um novo padrão: a ordem agora é a adoção de práticas sustentáveis. E, por trás dessa mudança, empresários, estudantes, autoridades, arquitetos, construtores, ONGs e outras instituições trabalham de mãos dadas. Os autores mostram como Coca-Cola, Google, Alcoa, Nike e outras companhias globais estão à frente dessa mobilização

para transformar práticas rotineiras em novos negócios. Mudar pode garantir a eles a liderança de mercado num futuro próximo em que os recursos devem ser ainda mais escassos.

DICA DA REDAÇÃO



Livro "A Revolução Decisiva"
 Autores Peter Senge, Bryan Smith, Nina Krushwitz, Joe Laur e Sara Schley
 Editora Campus-Elsevier
 Páginas 416
 Preço R\$ 99,90

▶ OUVIDOS ATENTOS

No fim de 2002, a Bombril foi acusada de sonegar impostos e quase foi à falência. A empresa reverteu a situação e voltou à preferência das donas de casa com o uso de uma ferramenta que não pode mais ficar de lado nas corporações: a comunicação. Mas não basta falar, se defender ou criar campanhas. Os autores definem o termo crise como uma coleção de erros estratégicos que ganham dimensões trágicas. Para evitá-las, é preciso escutar. Porém a "cultura da surdez" vigora na maioria das empresas e impede que elas escutem os interesses de seu próprio público e da sociedade.



Livro "A Surdez das Empresas: Como Ouvir a Sociedade e Evitar Crises"
 Autores Francisco Viana, José Bacellar, Leonardo Mancini, Mateus Furlanetto
 Editora Lazuli/Companhia Editora Nacional
 Páginas 216
 Preço R\$ 26

▶ ELES INOVARAM

O site de compartilhamento de fotos Flickr foi inicialmente concebido como um jogo on-line. O BlackBerry foi ideia de um executivo com um filho recém-nascido que precisava ler os e-mails a qualquer hora do dia. E o Blogger era simplesmente para auxiliar a produzir o site pessoal de Evan Williams. A autora conta essas e outras histórias de jovens empreendedores que inovaram e ficaram milionários. Entre eles, os fundadores do Yahoo, do Hotmail, do Firefox, além de Steve Wozniack, o homem que criou o computador Apple II.

JESSICA LIVINGSTON

Startup

Livro "Startup"
 Autora Jessica Livingston
 Editora Agir
 Páginas 352
 Preço R\$ 44,90

Sustentabilidade e as MPEs

Quando pensamos em tecnologia ligada à sustentabilidade logo nos vêm à mente inúmeras novidades que aliam aparatos tecnológicos ao meio ambiente.

Devemos obviamente nos interessar sobre como certas tecnologias sustentáveis poderão trazer redução de custos, além de permitir preservar o meio ambiente, como no caso de software para gerenciamento de recursos naturais, de inovações na construção civil, reciclagem ou no agronegócio.

Porém a discussão deve levar em conta muito mais do que lançamentos inovadores. Deverá considerar também a ética e transparência nas relações entre as empresas e seus diferentes públicos, sejam consumidores, fornecedores, funcionários, governo ou parceiros.

Com a facilidade de acesso que todos possuem atualmente, fica clara a vulnerabilidade a que as empresas estão submetidas, pois suas políticas estão muito mais expostas, assim como a (in)satisfação dos seus clientes. Tudo isso pode ser facilmente transportado para sites ou blogs e ser acessado e disseminado na rede. Até mesmo uma falha no processo de produção que ocasione algum prejuízo à sociedade ou o pronunciamento do presidente da empresa de forma inadequada, a respeito de temas sensíveis, podem ser filmadas e rapidamente transmitidas em forma de "viral" e impactar a companhia por meses a fio.

Por que então ainda vemos tantas empresas que não

procuram entender esse novo momento? E não se preocupam em saber como atuar de outra forma, visto que isso claramente resultará em impactos à sua sustentabilidade? O tratamento que questões como essas terão e como serão difundidas pelas instituições é o que alimentará sua permanência ou não no mercado nos próximos anos.

A mudança que se tem observado é que a preocupação com a sustentabilidade tem crescido substancialmente ao passo que as empresas entendem seu impacto nos seus resultados financeiros, e esse tem sido o caminho mais rápido para fazer os micro e pequenos empresários perceberem a necessidade de iniciar ou fortalecer projetos dessa natureza.

Ou seja, o foco, em geral, não começa na preservação do meio ambiente e, sim, na preservação financeira da própria empresa. Quando os empresários passam a entender que inovações tecnológicas podem gerar economia de recursos, ou novas receitas, bem como benefícios à imagem, que impactarão de forma positiva seus resultados, eles passam a priorizar o tema.

Isso não é uma crítica, mas apenas uma constatação que precisa ser bem compreendida, pois quanto menor é o tamanho da empresa, menor é também sua estrutura e, portanto, menos tempo e condições o empresário tem para procurar soluções inovadoras ou para se preocupar com a sustentabilidade do planeta. Primeiro, ele tem de fazer com que sua própria empresa seja autossustentável. **B2B**



Muito além do lucro

A preocupação com ações de sustentabilidade ultrapassam a barreira do marketing e do retorno financeiro. A missão agora é salvar o meio ambiente

PELO MENOS UMA VEZ POR MÊS, OS EXECUTIVOS DE TECNOLOGIA DO ITAÚ PENSAM VERDE. Não o do dinheiro, mas aquele do meio ambiente. Eles saem de suas salas e vão ao segundo andar do Centro de Tecnologia e Operações na Avenida do Estado em São Paulo. Ali se reúne o comitê de TI verde.

Júlio Conti comanda a superintendência de engenharia e infraestrutura do Itaú. Antes ele se preocupava com eficiência e custos; agora, precisa pensar em uma variável nova: o impacto

no meio ambiente. Às vezes a tecnologia ajuda a economizar e fica fácil convencer quem decide; em outras ocasiões, pode ficar mais caro e aí se inicia o dilema. Para as empresas, a ideia do investimento responsável embute um paradoxo contrário à lógica relativamente simples de maximizar a rentabilidade. Dar

lucro deixou de ser suficiente.

Há gente na equipe de TI do Itaú que chega a ocupar a maior parte do tempo pensando em como reduzir o impacto no meio ambiente. Essa rotina "verde" do time de TI do banco foi uma das experiências compartilhadas por

Júlio durante o evento "Dossiê Verde", realizado pela revista *B2B Magazine*, no mês de abril, em São Paulo. Ao longo do debate, executivos de TI e especialistas mostraram o atual estágio da sustentabilidade da

pela E-Consulting registra apenas 31% dos entrevistados conduzindo uma estratégia de TI Verde ligada formalmente à estratégia de sustentabilidade corporativa da empresa.

No debate promovido pela *B2B Magazine*, a maior parte dos executivos admitiu que os projetos de TI verde ainda engatinham. O primeiro desafio deles é iniciar o movimento. Se preocupar com sustentabilidade pode ser uma moda ou até exigência do mercado, mas significa tirar um pouco o foco do objetivo primordial de toda empresa: ganhar dinheiro.

O dilema tornou mais fácil os projetos com retorno evidente. Por isso, o maior deles se relaciona à economia de energia elétrica, algo com impacto direto nos custos. Ao mesmo tempo, é uma atitude extremamente responsável ambientalmente: a tecnologia consome 8% de toda a energia gasta no mundo.

No Itaú a eficiência energética não é a única bandeira, mas é uma das principais alavancas do projeto de TI verde do banco que reservou uma fatia dos seus R\$ 2,3 milhões investidos em tecnologia em 2008 aos projetos dotados de preocupação ambiental. O consumo energético para manter em

funcionamento todos os data centers, caixas eletrônicos e os mais de 115 mil computadores do Itaú representam 50% dos gastos com energia de todo o banco.

Para conseguir uma redução estimada de 3%, número que salta aos olhos dos acionistas e ecologistas, o Itaú atuou em diversas frentes. Ambientes antes iluminados 24 horas por dia hoje só acionam as luzes quando há uma pessoa presente. Os monitores de tubo, 40% mais econômicos, estão sendo substituídos por equipamentos LCD. Mais de sete mil foram trocados em 2008 e a meta para 2009 são outros dez mil.

Mas o maior retorno na área de tecnologia vem da virtualização dos servidores. Somente no ano passado, o Itaú virtualizou 450 servidores. Desde então, Júlio recebe a cada dia a informação de que mais dois ou três servidores foram virtualizados. É menos energia sendo consumida, menos dinheiro sendo gasto e ainda se pode registrar como uma vitória do verde.

Essa é a parte relativamente fácil da sustentabilidade. Ao se reduzir o custo, não há quem diga não a uma boa proposta de respeito ao meio ambiente. Por isso, a tecnologia se transformou no líder do processo em vários casos.



área tecnologia de suas corporações, ao mesmo tempo em que colocaram em pauta os enormes desafios que enfrentam.

A proposta era mostrar as principais dificuldades dos projetos de TI verde. Isso porque o tema, depois de toda a discussão nos últimos anos, ainda é na prática ignorado pela maior parte das empresas brasileiras. Um estudo realizado

No Habib's, o diretor de TI Geraldo Santo lançou a pedra fundamental da ação verde em 2008, quando a empresa construiu uma nova sede com sistemas voltados para a economia não só de energia, mas também de água, papel e outros insumos. A liderança da TI nesse caso trouxe resultados. A nova infraestrutura, com servidores virtualizados, gastou 62% menos energia. TI Verde assim é que o acionista gosta.

Compra e descarte

Mas se reduzir energia é uma escolha aparentemente simples para acionistas e executivos, há decisões que afastam ainda mais o tema das estratégias de negócios. Se preocupar com o impacto da produção no meio ambiente ou de como se desfazer



Júlio, do Itaú: o maior retorno na área de tecnologia vem da virtualização dos servidores

de equipamentos de informática podem se tornar discussões longas para quem quer apenas tocar o seu negócio.

Especialmente complicados são os monitores de computador, justamente um dos

mais interessantes de trocar para economizar energia. Se um monitor CRT gasta quase o dobro, troque logo por LCDs, dizem os entusiastas da TI verde. "Aí geramos outro problema porque aumentamos a necessidade de produção e, com ela, o consumo de materiais", rebate Fernando Cosenza, gerente de inovação em TI do Serasa Experian. Fabricar um monitor pede 16 vezes o peso dele em insumos com impacto enorme para a natureza.

Fernando, assim como Júlio no Itaú, também discute cada vez mais a sustentabilidade dentro da Serasa Experian. No momento, ele reflete sobre os vários lados da questão e ajuda a definir exatamente o que é TI verde para a empresa e qual o norte a ser seguido.

É o momento de decidir o que é ser verde.

Fernando elabora o conceito depois de ter passado pelas fases mais elementares. Quando ele questiona a compra não planejada de LCD é porque ele já fez o mais óbvio. O prédio da Serasa Experian foi modernizado para reduzir o gasto de insumos e controlar os impactos ambientais. O elevador inteligente economiza viagens, o ar-condicionado foi posicionado no chão e quatro mil lâmpadas foram trocadas no ano passado por modelos mais econômicos e ecológicos. Embora exija planejamento e investimento inicial, essa parte já é mais facilmente aceita.

A dificuldade não está apenas em refletir sobre o impacto que a produção de produtos verdes causa quando são manufaturados. No final da vida útil do equipamento existe outra discussão. É o descarte do antigo.

Se a reciclagem retornar em ganho para a empresa, melhor ainda. Na Atento, empresa presente no Dossiê TI Verde da *B2B Magazine*, uma campanha de descarte de cabos utilizados pelas centrais reuniu nada menos que dez toneladas de produtos. "Devolvemos o material para o fabricante para reciclar os cabos", conta David Cardoso, diretor de tecnologia da Atento. "Depois recebemos de volta em créditos de compra."

O Itaú, por exemplo, costumava vender equipamentos usados e obsoletos nos leilões,



Fernando, da Serasa Experian: define o que é TI verde e qual o norte a ser seguido

para funcionários ou doar para ONGs parceiras. Em qualquer uma dessas ações não se sabe aonde vai parar uma máquina que pode deixar de funcionar um ano depois. Mesmo as ONGs não podem garantir que no futuro o equipamento está livre de acabar no aterro sanitário comum.

O Greenpeace alerta: a sucata eletrônica já representa 5% de todo o lixo mundial. E são 50 milhões de toneladas todo ano. Esse tipo de lixo atrapalha ainda mais porque eles usam materiais das mais diversas naturezas e alguns são até tóxicos. Assim, reciclar se torna mais caro e complexo.

Nesse momento, um projeto perfeito se torna vilão. A empresa compra LCDs e servidores modernos para economizar energia e doa os usados. Os críticos olham e condenam a ação como maléfica ao planeta. Parece que ninguém está a salvo.

Por isso, o Itaú decidiu mudar este ano. Durante três meses, os executivos debateram, olharam equipamentos antigos nos departamentos e procuraram empresas de descarte responsável no mercado. Olharam não só a maneira como era feito, mas o

O papel da comunicação

Existe um e-mail que os colaboradores da GM detestam receber: o ranking dos mais "gastões". Todos os meses a área de TI divulga pelo nome departamentos e usuários que gastaram mais papel de impressão. Quando o ranking deixou de ser feito por três meses, o consumo de papel cresceu 30%.

A exemplo de outras companhias, reduzir o uso do papel funciona muito bem. "Esse projeto se baseia no tripé cultura, monitoramento e comunicação", explica Douglas Barul, gerente de TI da General Motors. Além do ranking dos perdulários, a GM fornece informações sobre como as atitudes dos colaboradores refletem no planeta. São informações sobre como, por exemplo, o número de árvores salvas pela redução do uso de papel.

O monitoramento agora vai se estender para a eficiência energética. Deixar uma máquina ligada durante um feriado ou final de semana tem um custo ambiental. Barul investe não só em tecnologias para o controle, mas também na comunicação.

No grupo Pão de Açúcar, projetos pequenos e grandes coexistem. As informações dentro das notas fiscais foram consolidadas e os documentos hoje têm menor quantidade de folhas. Em alguns casos, diminuiu até o número de vias. Faz diferença quando a empresa imprime um milhão de notas fiscais por mês.

Mas pequenas mudanças podem ser ainda mais surpreendentes. A empresa reduziu o parque de impressoras e agora, quando o colaborador manda imprimir um documento, ele precisa digitar uma senha. O consumo de papel caiu 25%. Joaquim Dias Garcia, gerente de TI do Pão de Açúcar, analisa: "A senha faz com que a pessoa pense duas vezes antes de imprimir."

Aquecimento global

A tecnologia também pode aquecer em excesso o planeta. O aquecimento global agita os ambientalistas e muitos estudos apontam para acontecimentos catastróficos se o índice de emissão de poluentes não for reduzido em todo o mundo. Os executivos de TI podem ajudar.

De fato, a TI influencia a maneira como são realizadas as atividades diárias dentro das empresas. Se bem planejado, uma nova rotina pode surgir e contribuir para a redução das emissões de gases do efeito estufa.

Em empresas do setor de varejo, com alto volume de transporte de carga, os investimentos em logística tiram caminhões vazios das ruas e estradas, diminuindo a emissão de poluentes.

É possível também simplesmente evitar o deslocamento realizando reuniões por telepresença ou por videoconferência. A prática é cada vez mais estimulada e adotada em empresas como o Itaú e Pão de Açúcar.

subproduto originado depois. O mesmo monitor CRT que coloca em dúvida a troca também dá mais trabalho na hora de reciclar (muitas empresas até cobram ao invés de pagar para levar esse tipo de equipamento).

Júlio procurava uma empresa que garantisse que o equipamento do Itaú não fosse parar no aterro sanitário no futuro. Em abril, pela primeira vez, 11 toneladas de equipamentos foram para o descarte responsável. A montanha de equipamentos seguiu para o interior de São Paulo, onde fica a empresa escolhida, a 50 quilômetros do CTO do Itaú. Agora já virou parte do processo. No final de junho, mais 14 toneladas serão descartadas dessa forma.

Se fosse leiloadado, o valor arrecadado poderia ser o dobro (a diferença cai quando se considera que o leilão gerava custos de logística e gestão). De qualquer forma, o Itaú abriu mão de dinheiro. Ok, ele era pouco e não relacionado ao negócio principal, mas a questão se torna mais complexa do que economizar energia.

A própria economia de energia envolve uma conta complexa porque os produtos verdes são normalmente mais caros. Muitas empresas reclamam que ao rotularem os equipamentos como verdes os fornecedores elevam o preço. Na maioria das empresas, o



Geraldo, do Habib's: custo influencia diretamente no preço final do produto

diferencial ecológico por si só ainda não convence os investidores. Douglas Barul, gerente de TI da General Motors, reclama: "Essa é uma meta para os fornecedores, os equipamentos verdes precisam chegar pelos mesmos preços."

Ações que trazem resultado financeiro negativo podem pesar em alguns casos. Dentro de empresas de varejo, como o Habib's, a questão é sensível,

pois o custo influencia diretamente no preço final do produto para o consumidor. Afinal, o grande diferencial da rede de fast-food é vender esfihas a centavos de reais. "Nós realmente precisamos ter resultados comprovados para investir em TI verde", explica Geraldo Souto, diretor de TI Habib's. "É uma premissa básica". De pouco adianta ser verde no curto prazo se depois a empresa for prejudicada e o projeto for cortado.

Por isso, os especialistas gostam de lembrar que os projetos de TI verde precisam ser sempre sustentáveis. Isso pode não ser fácil, mas é viável quando se propõe economizar energia. Com retorno bem definido, um bom projeto tem boas chances de ganhar a aprovação dos acionistas. Talvez o debate mais necessário hoje sobre a TI verde seja discutir como tratar bem o meio ambiente quando isso tem um preço. **B2B**

Os participantes

- Atento** – Luciana Alves
- Atento** – David do Nascimento Cardoso
- General Motors do Brasil Ltda.** – Douglas Barul
- Grupo Pão de Açúcar** – Joaquim Dias Garcia
- JBS-Friboi** – Wayniero Maria L. Valim
- Serasa Experian** – Fernando Conzenza
- Unilever** – Irlei Homero
- Habib's** – Geraldo Francisco
- Sucesu** – Herbert Mascarenhas
- Banco Itaú** – Julio Conti
- Max Ambiental** – Eduardo Potit
- Nortel** – Rita D'Andrea

Mil empresas reduziram a agressão ao planeta este ano. O serviço de computação em nuvem na Locaweb atrai pelo gasto menor em infraestrutura, mas ajuda na redução do consumo de energia, principal bandeira da TI verde



Nuvem ecológica

COMPARTILHAR É UMA DAS FORMAS DE TRATAR BEM O MEIO AMBIENTE. A LÓGICA VALE PARA QUEM PEGA UMA CARONA PARA O TRABALHO E REDUZ A EMISSÃO DE CARBONO E PARA QUEM COLOCA SUAS INFORMAÇÕES NA INTERNET. Seguindo esse raciocínio, é possível dizer que

400 clientes da Locaweb se tornaram mais verdes este ano. Mais: a empresa ganhou 600 clientes novos pela mesma razão. Todos interessados no novo serviço de computação em nuvem.

O pai da criança na Locaweb é um paulistano com forte sotaque americano. Andrew de Andrade, gerente do produto,

espera uma migração maciça para a nuvem nos próximos anos. Nos Estados Unidos desde pequeno, Andrew voltou ao Brasil em 2007 e começou na Locaweb em janeiro deste ano, empolgado por oferecer um serviço que diminua a agressão ao planeta.

Mas mesmo Andrew sabe que essas empresas não foram

para a nuvem para serem mais ecológicos. A verdadeira razão é outra. É a velha motivação da terceirização: a empresa deixa de investir e contrata alguém que tenha foco naquilo. Embora muitas empresas ainda resistam à ideia de colocar suas informações debaixo do teto de outros, a crise reforça a aversão a novas aquisições. No caso da hospedagem de sites e informações, de cara o empresário se livra de gastar dinheiro com servidores e toda a infraestrutura.

Escolher um data center especializado embarca a empresa em um processo contínuo de modernização porque esse mercado está mudando rapidamente. Consolidação e virtualização de servidores, equipamentos de armazenamento e rede, além dos servidores mais modernos blade. Isso tudo custa caro e o momento não é de gastar.

A nuvem bate mesmo quem já terceirizou e tem essas vantagens. Manter um servidor dedicado em um data center ou na empresa custa em média R\$ 1,6 mil por seis meses de leasing, fora despesas com gerenciamento, mão de obra capacitada e suporte. Para entrar na nuvem, o cliente paga R\$ 999 por um ano, com todas as garantias e assistência necessárias.

Independentemente da motivação, o meio ambiente ganha. Quando os executivos aceitam fazer parte da nuvem na Locaweb, as informações são colocadas em um rack de quase dois metros de altura capaz de armazenar dados de mais de 600 empresas. São sete fileiras de minisservidores HPs, uma máquina que deve durar em média cinco anos contra os três anos de outros equipamentos. O cliente desconhece em qual deles estão localizadas as informações.

Para o meio ambiente, uma vantagem importante é que a empresa passa a economizar energia. Como Andrew costuma argumentar, a energia consumida nesse rack é de 50 watts. Antes, nos racks dedicados, o consumo era de 80 watts. O resfriamento é a água, o que também consome menos. Esse tipo de equipamento pede alta ventilação, mas o servidor usa ar condicionado ecologicamente correto, ou seja, não danifica a camada de ozônio.

Esses detalhes técnicos indicam um setor de tecnologia desenhado para agredir menos o planeta. A preocupação é importante porque a TI hoje consome cada vez mais os recursos naturais. O crescimento deve continuar e se ele não for feito em termos

mais responsáveis, o dano será difícil de controlar.

A própria existência dos data centers pode ser considerada uma forma racional de utilizar os recursos. A infraestrutura da Locaweb, por exemplo, localizada no bairro paulistano do Itaim, abriga três mil clientes. Se essas informações estivessem espalhadas pelo País, o consumo de energia e outros insumos seria muito maior.

Esse data center está praticamente lotado e por isso a empresa começou a construir outro no Parque Burle Marx, ao lado do Centro Empresarial João Dias, zona sul da capital paulistana. O espaço novo terá capacidade para cem mil servidores em 28 mil metros quadrados de área construída. A inauguração está prevista para julho, o que deve deixar o prédio comercial apenas com servidores de redundância.

Para os clientes, entretanto, não deve fazer muita diferença se as informações ficam no Itaim ou Panambi, no novo prédio. A nuvem está em algum lugar desses racks de servidores e pouco importa o local. Mesmo na hora de migrar do servidor dedicado para a nuvem, a conversão é rápida e nada precisa ser alterado nos sistemas dos clientes. O que eles sabem é que nesse momento eles fizeram um pouco pelo planeta. **B2B**

Périplo do lixo

36



37

Somente 2% das baterias dos mais de 100 milhões de celulares no Brasil foram reciclados em 2008. Entenda como o processo de reciclagem é complexo e porque a sua bateria ainda vai precisar viajar o mundo

UM FURGÃO APARENTEMENTE COMUM ESTACIONA EM FRENTE À LOJA DA CLARO. O motorista sai, veste luvas pega um saco e vai até uma urna com um pouco mais de um metro de altura, cheia de celulares e carregadores de bateria e pilhas. Depois de conversar com um funcionário da operadora e assinar alguns documentos, ele coloca o saco dentro do furgão onde estão alguns compartimentos no formato de grandes cubos. Ali começa a viagem da reciclagem. Ela vai se livrar de 70% da emissão de dióxido de carbono (CO₂) causada pelos celulares.

Os dados são da empresa Umicore, especializada em reciclagem de eletrônicos. O lixo eletrônico, principalmente baterias de celulares e outros tipos, não pode ser jogado em depósitos de lixo comuns. Se for, ele contamina o lençol freático, riachos, rios e córregos. O consumo dessa água contaminada ou a simples irrigação agrícola podem causar ao ser humano danos irreversíveis, como câncer, manchas na pele e outras doenças.

Por tudo isso, o processo de reciclagem é necessário. Mas também é extremamente

complexo e caro, uma das razões pela qual somente 2% das baterias dos mais de cem milhões de aparelhos em circulação no País foi reciclada no ano passado. Evidentemente, a principal razão não é o custo e, sim, a cultura da sociedade. O brasileiro não está consciente de que deve reciclar o celular. Se soubesse, não só dos danos, mas de quanto o processo é complexo, talvez desse mais valor para a estrutura que foi criada para que ele se livre daquele aparelho ou bateria que não tem mais utilidade.

O furgão que para em frente da loja de celulares foi escolhido porque o carro que coleta esse lixo tóxico não pode ser aberto. Além disso, os cubos dentro do furgão também são hermeticamente fechados. Mas isso é somente o início da viagem.

Material conferido, documentos idem, o motorista segue para São José dos Campos, cidade do interior de São Paulo, onde fica a sede da GM&C Logística. A viagem de 90 quilômetros da capital paulistana leva o material para



Os celulares recolhidos são guardados na fábrica da Umicore em São José dos Campos e, depois de separados, enviados para a Europa

que ele primeiramente possa ser separado. Assim que é retirado dos tambores, a bateria vai para um lado e o corpo do celular para o outro. Uma segunda separação é feita para garantir que os materiais não se misturem. Assim, a bateria de níquel metal hidreto fica com bateria de níquel metal hidreto e o mesmo acontece com o níquel cádmio e o lítio. Cada uma no seu grupo químico. Com essa segunda separação, as baterias são identificadas e embaladas.

O restante do celular é triturado. Em uma nova embalagem plástica especial, o material é colocado em um caminhão equipado com tambores para o transporte dos materiais especiais e o carro que faz a coleta nas lojas leva tudo para a Umicore, que fica no município de Guarulhos. Na fábrica brasileira da Umicore, o caminhão com 500 quilos de material estaciona no pátio. Recebido e novamente conferido por funcionários, é levado a um galpão com tamanho aproximado de uma quadra de tênis.

Ali, as baterias são armazenadas em recipientes gigantes de formato cilíndrico, mais uma vez hermeticamente fechadas, chamados de bombonas. As pessoas que as manuseiam usam equipamentos de proteção industrial, como luvas, capacetes e roupas impermeáveis.

Por ser de materiais químicos diferentes, cada tipo de bateria recebe um tratamento diferente (mesmo porque as de cádmio e níquel precisam de uma autorização especial do Ibama). Todo o material fica guardado no galpão até atingir o volume de uma tonelada. Após o preparo dos recipientes, com uma nova conferência dos dados o material é encaminhado ao porto mais próximo. Em São Paulo, é o porto da cidade de Santos que recebe as bombonas.

Dentro do navio, o material inicia a mais longa parte de sua viagem da reciclagem. Aquele lixo, antes largado em algum canto de sua casa, agora cruza o Oceano Atlântico rumo à Europa. São aproximadamente 21 dias de trajeto.

O material aporta no porto belga da Antuérpia e rumo para a cidade de Hoboken, a poucos quilômetros dali. É recepcionado e inspecionado por profissionais que separam os carregadores, acessórios e as carcaças dos celulares. Esses materiais mais inocentes terminam ali o trajeto.

O restante prossegue na jornada. São as baterias recarregáveis e as pilhas, que deixam a Bélgica rumo a filial da Suécia, localizada em Hofors, a 200 quilômetros de Estocolmo. É ali o destino final do material nocivo que saiu de lojas de operadoras do mundo inteiro.

Esse material viaja tanto porque há em Hofors um equipamento muito especial. Quando chegam lá, as baterias podem ser depositadas nesse forno sem precisar de qualquer processamento. O processo tem o nome francês de Val'eas e é patenteado pela Umicore.

O forno transforma os gases tóxicos em gases inertes, sem elementos danosos, os filtra para verificar a presença de impurezas e os envia para uma câmara isolada. "Todo o material é aproveitado", diz Ricardo Rodrigues, gerente de desenvolvimento de negócios da Umicore no Brasil. A parte plástica das baterias vira fonte de energia e alimenta o próprio forno. O restante vira matéria-prima para novas baterias e o que sobra ainda é usado como agregado para concreto.

Em troca de toneladas de lixo, as operadoras recebem um Certificado de Destruição e Reciclagem, no caso de celulares, e o Certificado de Reciclagem para baterias recarregáveis.

Depois de separados, tanto o material que foi reciclado em Hoboken quanto o de Hofors é encaminhado à filial coreana da Umicore. Lá se transformam em novos celulares, baterias recarregáveis, brinquedos e bijuterias. Agora é esperar que esses produtos não sejam jogados em um lixo qualquer e que, no futuro, embarquem mais uma vez na viagem da reciclagem.

Uso inteligente da TI verde

Embora os temas sustentabilidade e preocupação com questões ambientais já estejam bem difundidos, a cada dia surgem novas discussões sobre como utilizar a tecnologia de forma mais inteligente para melhorar o planeta. Nesse sentido, um dos principais desafios é otimizar o sistema de energia elétrica. De acordo com a Agência Internacional de Energia, a demanda global de eletricidade deve crescer entre 50 e 60% até 2030.

No ano passado, o Greenpeace divulgou o projeto "Energy Revolution", que prevê um investimento de 14,7 trilhões de dólares até 2030 para a reestruturação mundial do setor elétrico. A instituição aponta que, além de fornecer sistemas para gerenciamento das redes elétricas, as companhias de TI podem ajudar o ambiente ao desenvolver equipamentos com maior eficiência de energia.

Nesse cenário, os conceitos de TI verde ganham ainda mais relevância. Além de contribuir para a redução do consumo de energia elétrica, sistemas green têm por objetivo otimizar a infraestrutura tecnológica, reaproveitar máquinas e evitar a compra de novos equipamentos.

E as práticas de TI verde não ficam a critério apenas das grandes empresas. A IBM fez uma pesquisa com companhias de médio porte, que têm entre cem e mil funcionários. O estudo foi realizado em 12 países e teve a participação de mais de mil executivos. No Brasil, a análise revelou que 66% das organizações pesquisadas já implementaram algum tipo de medição de eletricidade em sua infraestrutura.

A pesquisa também destacou que o Brasil é uma das regiões com mais

iniciativas de virtualização. Mais de 65% das companhias já completaram ou estão em processo de implementação desse tipo de solução que aumenta a eficiência energética e, conseqüentemente, diminui custos. Vale lembrar que os centros de processamento de dados representam entre 25 e 30% dos gastos de energia elétrica das empresas. Isso significa que tornar a infraestrutura de TI mais inteligente traz benefícios para a empresa e para o planeta. Para se ter uma ideia, se todos os data centers fossem, do ponto de vista energético, 20% mais eficientes, isso significaria o plantio de mais de 500 milhões de árvores no mundo.

O estudo revelou ainda que o Brasil, por ser um país de dimensões continentais, gera uma oportunidade para redução de viagens corporativas e aumento do trabalho a distância

por meio de soluções de videoconferência e telepresença.

Cerca de 60% dos entrevistados nos 12 países operam com funcionários home office, conectados por redes virtuais. A adoção dessa prática proporciona, além da economia feita com viagens, uma redução na emissão de gases no meio ambiente.

Diante de tantas questões a serem exploradas e que trazem benefícios sociais e de negócios, o principal desafio para os CIOs é mostrar aos executivos de outras áreas que iniciativas verdes trazem benefícios tanto para o meio ambiente quanto para o orçamento da companhia. No cenário mundial, as empresas não serão avaliadas pelos clientes apenas por suas ofertas, mas também pelo que efetivamente estão fazendo para contribuir para um mundo melhor para todos. ■



Números verdes

As estratégias das empresas no Brasil e no mundo para utilizar os recursos de TI da forma mais eficiente e responsável

A TI verde pode ser considerada o reflexo das práticas de sustentabilidade corporativa na TI. As práticas de TI verde buscam utilizar os recursos de TI de forma eficiente, diminuindo direta (a própria empresa) e indiretamente (sua cadeia de valor) seu impacto econômico, social e ambiental (triple bottom line) no entorno de negócios. Segundo levantamento realizado pela E-Consulting no Estudo TVerde Brasil 2008/2009 com 139 CIOs das mil maiores empresas, 74% dos executivos brasileiros dizem que iniciativas de TI verde estão se tornando realidade nas suas organizações, mesmo que ainda não se materializem em projetos e orçamentos.

Quem investe mais

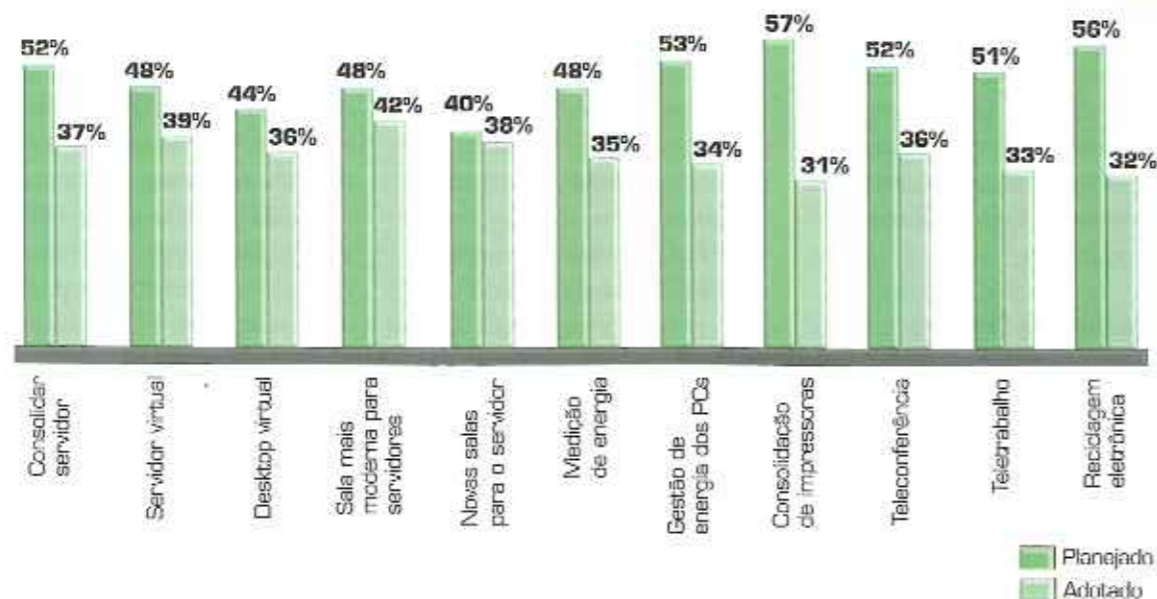
Dados globais

- 80% dos executivos valorizam o green IT como prática nas suas empresas. Porém, mesmo em países desenvolvidos como Austrália, Estados Unidos, França e Japão, o índice de empresas que investem em TI verde ficou abaixo dos 50%. Confira no gráfico países que ficaram acima.

- China (73%), Coreia do Sul (66%), Índia (63%), Canadá (62,5%), Cingapura (61,7%), México (56,3%) Alemanha (54,7%) e Reino Unido (50%).(IDC)

Onde vai o dinheiro

Mais de mil profissionais de TI foram entrevistados no estudo Green IT: Why Mid-size Companies Are Investing Now. São empresas de 12 países que mostraram que as principais práticas adotadas incluem reciclagem dos equipamentos de TI (56%), a consolidação/centralização de TI (57%) e a gestão de consumo de energia elétrica por PCs (57%) e a gestão de consumo de energia elétrica por PCs.



O retorno

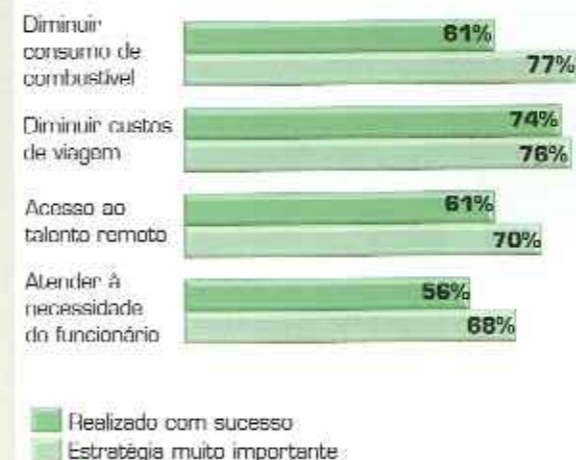
Os resultados de se investir na TI verde são evidentes e mais de 60% das empresas colhem seus benefícios, desde redução no consumo de energia elétrica, investimentos, e no atendimento das demandas e necessidades dos usuários.



O que economiza mais

A melhoria na produtividade e qualidade da interação e colaboração entre os profissionais da empresa a partir de tecnologias de conferência remota e estratégias de telecomunicações. O impacto de tais tecnologias é significativo, em termos de custos de viagem (79%) e impacto no ambiente (redução de 68% no consumo de combustíveis).

Colaboração e conferência remota



Estratégias do teletrabalho



Por uma lei verde

As iniciativas internas vão ocorrer por força da lei ou de iniciativas conjuntas de associações de fabricantes, usuários, governo, sociedade organizada e pesquisadores? Mais: TI verde é redução de custo, imagem positiva com o mercado ou simplesmente conformidade?

Além das questões a serem respondidas, há ainda alguns aspectos a serem considerados. Por exemplo, as empresas que fornecem soluções na área naturalmente estão engajadas, é verdade. Entretanto elas focam apenas em suas soluções, o que resulta em poucas frentes de atuação.

Os CIOs, por sua vez, ao aderirem às iniciativas verdes, tomam um rumo certo, empolgante e com retorno. O problema é que ainda são muito poucos os que o fazem.

A realidade é que o mercado ainda está pouco sensibilizado com o tema. Falta também uma estratégia comprovadamente correta. Algumas empresas chegam mesmo a incumbir suas áreas de comunicação para gerir a área de sustentabilidade, reciclagem ou TI verde. Há total falta de foco, com ações tacanhas e imaturas.

Enquanto os executivos enfrentam uma crise mundial econômica, lidam também com uma crise mundial de sobrevivência. São enchentes, desprendimentos de placas da Antártida, chuvas torrenciais no Nordeste, seca no Sul, energia escassa, matrizes energéticas com dias contados. Se não bastasse tudo isso, a TI apresenta tendência de supercrescimento.

É desnecessário falar sobre a contaminação dos equipamentos de TI ou no prazo de absorção pela natureza das matérias-primas utilizadas ou até de recentes artigos demonstrando como os spams elevam o nível de contaminação de carbono.

Tais preocupações não significam que podemos esquecer que TI verde significa em primeiro lugar redução de custo. Não há como fugir desse poder de atração.

Com isso bem claro, é preciso estabelecer que existe um tendão-de-aquíles, uma fraqueza,

para a iniciativas verdes: a lei ou a falta dela. Sem ela, as ações são apenas locais e de cada fabricante. Uns recolhem equipamentos sem custos, outros montam projetos ambiciosos de reciclagem; a maioria realiza ações que poderíamos chamar de promocionais, um tiro curto. São ínfimas para um mercado estimado em 200 milhões de PCs e 160 milhões de celulares.

A falta da lei ainda não fez os interessados se unirem num mesmo propósito. Não há um só responsável para criar um produto ou uma solução que necessariamente deveria passar pelos fabricantes, pelo governo, pela sociedade organizada e pelos pesquisadores. Mais da metade dos computadores está obsoleta e vem do mercado cinza (montado, sem origem).

Temos também uma extensão territorial imensa o que torna a logística reversa um custo expressivo. A isso se soma o acúmulo de lixo eletrônico, a falta de espaço e de aterros.

Hoje temos sucateiros, mas não recicladores preparados, ou seja, que sejam responsáveis por todo o processo. Nas grandes ações de mídia criadas para o recolhimento de equipamentos ou baterias não há uma divulgação do fim dado aos materiais recolhidos. Com a falta da ação do governo, ficamos com a responsabilidade de nos organizar e agir para levar soluções e realizações que estejam acima do interesse de cada empresa, mas no interesse comum.

É pela dificuldade dessa ação conjunta e desinteressada que se torna fundamental a existência de projetos de lei justos e objetivos. Na ausência de uma legislação clara, ficaremos à mercê de interpretações, o que sempre causa sérios danos ao negócio.

O crescimento da tecnologia da informação é exponencial na sociedade: atual e trará gasto maior de energia, contaminará o solo, acumulará o lixo eletrônico. Somente com ações de marketing e sem ações sérias a tecnologia irá aumentar esses problemas. ■■

Por Daniela Rocha



Rede verde

As redes sociais, ferramentas que mais crescem na internet, são usadas para reunir pessoas com os mais diferentes interesses. Salvar o planeta pode ser um dos seus propósitos mais nobres

A BIÓLOGA JÚLIA OLIVEIRA OBSERVA QUASE TODOS OS DIAS A DESTRUIÇÃO DE ÁRVORES E OUTRAS OFENSAS FEITAS PELO HOMEM À NATUREZA. Ela trabalha a 375 quilômetros de Belo Horizonte, no departamento de meio ambiente da prefeitura de Carmo do Rio Claro (MG), um município no qual vivem 20 habitantes por quilômetro quadrado. Mesmo vivendo em uma região tão pouco habitada, Júlia discute sobre o

meio ambiente todos os dias com gente de todo País e até em outros continentes. Ela navega em uma rede verde.

A Banco do Planeta foi criada pelo Bradesco em 2008 e hoje recebe em média quatro mil visitas diárias de 170 países. Ali as pessoas mostram projetos, escrevem textos sobre o assunto e ensinam para outras como fazer um mundo melhor. De acordo com Lucas Cavalcante, diretor de marketing do Bradesco,

formadores de opinião, dirigentes de ONGs, professores e ambientalistas já somaram mais de um milhão de visitas.

Os internautas da rede vêm de cidades pequenas, como Júlia, de Carmo do Rio Claro, de

capitais ou até de fora do País, como Dominique Kelly, que vive em Buenos Aires. Metade da rede desse usuário é de pessoas do Ceará.

Dono de uma empresa de comunicação, ele foi ao Nordeste brasileiro de férias em busca de reflexão e se encantou com uma vila de pescadores naquele Estado, no pequeno município de Redonda.

Dominique decidiu levar aos moradores da vila a educação e acabou por comprar uma parte daquela terra. Para conhecer mais pessoas que estivessem interessadas em responsabilidade social, ele criou perfis em diversas redes sociais. Na Banco do Planeta, Dominique já conheceu pessoas que hoje fazem parte dos negócios e da vida dele.

Foi essa rede que a mineira Júlia descobriu em uma propaganda na

televisão. Interessada, foi correndo para o computador conferir o que era e encontrou um site onde 14 mil membros se reúnem com o mesmo interesse: salvar o planeta.

Ao lado da preocupação principal, há também a busca por oportunidades de negócios. Charles Virgílio, 35 anos, mora em Taubaté, interior de São Paulo e trabalha em uma empresa chamada Ecoficiente. Depois de ler uma matéria na rede sobre casas energeticamente autossustentáveis, ele decidiu postar um comentário logo abaixo contando suas telhas elétricas solares de baixo custo. Pelo menos 85% da matéria-prima usada por Charles é reciclada e ainda

produz energia elétrica limpa. Em dois dias, várias pessoas da rede pediram mais informações sobre as telhas.

Mas talvez o efeito mais interessante da rede social nesse caso é que o meio ambiente costuma ser ameaçado longe do ambiente urbano, o qual pouca gente está vendo o que acontece e há pouca informação. Da pequena cidade de Carmo do Rio Claro, a bióloga Júlia debate o meio ambiente em três comunidades e troca informações com gente do mundo inteiro. Em sua rede pessoal, há uma pessoa da Itália, outra do Rio Grande do Sul, outra de Barretos no interior de São Paulo e assim por diante. Essa rede social realmente pode ajudar a salvar o mundo. **BR**

Algo em comum

Além da comunidade Banco do Planeta criada pelo Bradesco, existem muitas outras redes sociais verdes fazendo sucesso pelo mundo afora. Uma das mais populares é a Save the Planet and Win, criada para conscientizar os usuários sobre o perigo do déficit de carbono. O site explica e oferece formas de calcular quanto o usuário gastou e quanto ainda poderá gastar. Ele ainda publica um novo vídeo de 30 segundos toda semana. Cada vez que um usuário assiste ao vídeo é acumulado mais um crédito de carbono. Outra rede também bem conhecida é a Greenopolis, atualmente com mais de nove mil membros. Nela, os usuários participam de fóruns e debatem tudo que diz respeito ao meio ambiente.

Sustentabilidade, inovação e bons negócios

Recentemente, uma onda de estudos ligando sustentabilidade e bons negócios tem ganhado as páginas dos jornais, revistas e publicações especializadas. Essa é uma boa notícia. É vale destacar aí a pesquisa "Green Winner", da A.T. Kearney, que procurou saber se as empresas com práticas sustentáveis de negócios estavam protegidas da erosão de valor de mercado durante a crise financeira. Isso foi feito por meio da comparação de companhias "sustentáveis" com a média de mercado de 18 setores. A análise foi feita em dois períodos: entre os meses de maio e novembro de 2008, e entre setembro e novembro de 2008. Descobriu-se que nas 18 indústrias pesquisadas as empresas reconhecidas pelo foco em sustentabilidade foram melhores que a média dos seus pares e ainda estiveram protegidas da desvalorização no mercado. Em três meses, o diferencial de performance entre as 99 empresas pesquisadas foi de 10% em favor das "sustentáveis". Em seis meses, a diferença de performance foi de 15%, o que representou uma média de US\$ 650 milhões de capitalização por empresa.

O estudo ainda diz que os investidores valorizam as empresas que têm um histórico de investimento em inovações chamadas verdes. Essa pesquisa é fundamental porque comprova que o mercado financeiro valoriza, sim, empresas que estão preocupadas com resultados de longo prazo e não apenas com os de curto prazo.

Sustentabilidade é um novo jeito de fazer negócios. Ao colocá-lo em prática,

naturalmente a empresa vai ser obrigada a ver a maneira como desenvolve e oferece seus produtos e serviços. E, ao fazer isso, está abrindo as portas para a inovação.

Por isso, costumamos dizer que a sustentabilidade é um vetor de inovação. Temos acompanhado as ações de nossos clientes nessa área e os resultados são inspiradores. Como o caso de uma empresa de alimentos que ao fazer reúso de água, diminuiu em 90% o desperdício, enquanto seu faturamento aumentou na faixa de 17% ao ano desde 2002.

A General Electric é um exemplo de uma grande empresa com bons resultados nessa área. A empresa desenvolveu um sistema de gestão de US\$ 10 milhões que disponibiliza métricas na performance ambiental, uso de recursos, segurança e compliance. Com isso, a GE diminuiu em 80% o desperdício de água e economizou dezenas de milhões de dólares.

A inovação relacionada à sustentabilidade está diretamente ligada a melhorias na gestão. Não se trata apenas de criar um novo produto verde, mas, sim, de rever o que está sendo feito. No final do ano passado, em sua tradicional edição que aponta tendências para o ano, "The Economist" chamou a atenção para um dado muito relevante: a emissão de gás carbônico do setor de TI é equivalente ao da aviação. Só não tem o mesmo destaque ainda. Esse é um bom exemplo do que é possível para começar, ainda mais agora, quando as empresas precisam cortar custos para se adaptar a um momento de incerteza no mercado financeiro internacional.

Bom para quem sair na frente. **B2B**