

A ousadia e os novos desafios da Dell

Computerworld 19/12/03 - pag. 5 (Carlos Barbieri)

A informática, vez por outra, se torna uma excelente usina produtora de mitos. Dada a sua presença capilar nos lares, nos bares, nas universidades e nos home-offices de cada um de nós, esta ciência ganha contornos de glamour quando alguns de seus participantes desempenham papéis únicos e espetaculares, como os astros de Hollywood.

Diferentemente destes, as estrelas dos chips e bits não ganham Oscars, mas por vezes definem “happy end” e explodem concorrências. Um dos mais recentes exemplos deste cenário de famosos é um texano de 37 anos, que diariamente circula pelos seus galpões em Austin, no Texas, observando a funcionalidade de um modelo único, por ele inventado: a maior engrenagem de montar e vender microcomputadores do planeta.

Em um galpão, equivalente a cinco campos de futebol, uma azeitada linha de montagem recebe milhares de caixas de microprocessadores Intel e componentes eletrônicos da Coreia e Taiwan. A cada três ou quatro minutos, uma máquina é montada por um operador da linha de produção, o que num dia típico fecha em 25 mil unidades.

Ou seja, este texano produz computadores diariamente, o ano todo, tal como uma fábrica de panetones na época que antecede o Natal. O seu segredo tem duas pontas: primeiro, vender diretamente, nunca colocando alguém entre a sua empresa e o seu consumidor. Uma espécie de CRM tête à tête, sem canais intermediários. Segundo, eliminar absolutamente todo o custo desnecessário. **Com o menor custo operacional entre todas as empresas do ramo, somente 10% dos US\$ 35 bilhões (de faturamento¹) representa este item. Os concorrentes, como HP, Gateway e Cisco, correm na faixa de 21%, 25% e 46%, respectivamente.**



Essa é a receita Dell de fazer computadores, e Michael Dell o seu inventor. O computador como commodity, usado e descartado na medida da necessidade, tal como baterias de um walkman. A premissa de que todas as tecnologias deverão seguir esta trilha implacável da padronização faz parte de seus planos futuros.

Dominado o mercado dos microcomputadores, ele parte agora para incomodar os gigantes da área de servidores de data center, os produtores de data storage e, imaginem só, os prestadores de serviço. Para quem iniciou a sua empresa com US\$ 1 000, nos idos de 1984, a partir de um quarto da Universidade de Austin e hoje é considerado o Wal Mart dos produtores de Pcs, nada deve ser subestimado.

Claro que todos esses novos caminhos oferecerão riscos. Talvez o principal deles seja a capacidade de enfrentar os desafios da consultoria e serviços, tentando aplicar nestes campos complexos o modelo definido para máquinas.

O valor deste mercado é suculento e aponta para estratosféricos US\$ 350 bilhões à disposição no pote dourado de consultoria em TI. Os grandes concorrentes, com logos mais reluzentes pelo tempo de estrada, como IBM e outros, conhecem bem os caminhos sinuosos da indústria da consultoria.

Para a Dell, resta a ousadia de aplicar os seus efficientíssimos métodos operacionais desenvolvidos para chips e placas, agora na liderança de grupos de pessoas, o que é um grande desafio. Os apertos de parafusos normalmente são muito mais fáceis nas bancadas e esteiras de produção do que nas reuniões com o peopeware...

¹ Nota da M. I. Domenech