



Projeto de Comunicação para a empresa TCG Brasil Reciclagem Ltda.¹

Agência *360 comunicação total*, composta por:

Aline Paschoalini

Camila Porfírio dos Santos

Débora Estevam dos Santos

Fernando Bianco

Roberta Monteiro Fernandes

Tereza Luiza Amante²

Professor Orientador: Prof^a MS. Vera Maria de Vilhena Moraes Nogueira³

Faculdade de Americana - FAM

Resumo

A evolução tecnológica e a época de estabilidade econômica proporcionaram significativo crescimento nas vendas e intensa troca de computadores e equipamentos eletrônicos. Essa tendência levou ao descarte inadequado de materiais tóxicos no meio ambiente, representando, em 2008, 5% de todo o lixo mundial. Este Projeto Experimental foi elaborado para a TCG Brasil Reciclagem Ltda., empresa de e-lixo, ambientalmente responsável, que transforma os componentes eletrônicos em matérias-primas. Estudos do macro e micro-ambiente, auditorias e pesquisas, voltados ao cliente em questão, definiram a opção em trabalhar, principalmente, com a conscientização dos públicos envolvidos sobre a importância do trabalho com o e-lixo, contribuindo com o negócio do cliente e a preservação ambiental.

Palavras-chave

Meio ambiente; responsabilidade sócio-ambiental; lixo eletrônico; sustentabilidade.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na categoria Relações Públicas, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Aluno líder do grupo e graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e ênfase em Comunicação Empresarial - Camila Porfírio dos Santos — miporfirio@yahoo.com.br

Aline Paschoalini – graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e ênfase em Comunicação Empresarial – alinepaschoalini@ig.com.br

Débora Estevam dos Santos – graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e ênfase em Comunicação Empresarial – debestevam@yahoo.com.br

Fernando Bianco – graduado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e ênfase em Comunicação Empresarial – Nando-bianco@hotmail.com

Roberta Monteiro Fernandes – graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e ênfase em Comunicação Empresarial – fernandes.rm@bol.com.br

Tereza Luiza Amante - graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e ênfase em Comunicação Empresarial – terezaamante@yahoo.com.br

³ Professor Orientador: Prof^a MS. Vera Maria de Vilhena Moraes Nogueira



1. Introdução

As relações públicas, como disciplina acadêmica e atividade profissional tem como objeto ajudar as organizações a atingirem seus objetivos, cumprirem sua missão, desenvolverem sua visão, cultivarem seus valores e a se posicionarem perante a sociedade e o mercado de forma ética e transparente. Abre canais de comunicação entre a organização e seus públicos, construindo sua credibilidade e valorizando a dimensão social da organização, a fim de fortalecer o seu lado institucional e seu posicionamento no mercado.

Este Planejamento Estratégico de Comunicação foi desenvolvido para a empresa TCG Brasil Reciclagem Ltda., escolhida por atuar num dos ramos que mais cresce em todo o mundo: o da tecnologia e também por adotar práticas adequadas, contribuindo para a sustentabilidade ambiental.

A empresa, objeto desse estudo, está situada em Americana, que faz parte da Região Metropolitana de Campinas – RMC, a qual conta com 19 municípios e brilha no cenário nacional e internacional pelo parque universitário e tecnológico, a rede social e capacidade de atrair investimentos. Americana é a 72ª cidade mais rica do Brasil e a 4ª mais rica da RMC, exibindo um PIB de R\$ 4,3 bilhões. (FONTE)

Atua no reaproveitamento ou reciclagem de equipamentos eletrônicos, enviando o material para empresas parceiras, que os transformam novamente em matérias-primas, evitando o descarte inadequado no meio ambiente.

O estudo desenvolvido apontou que a popularização dos computadores pessoais, a evolução tecnológica e o período de estabilidade econômica proporcionaram significativo crescimento nas vendas e intensa troca de computadores e equipamentos eletrônicos. Essa tendência, aliada ao desconhecimento, tem levado ao descarte inadequado desses materiais tóxicos no meio ambiente, o que representou, em 2008, 5% de todo o lixo gerado pela humanidade. O mundo joga fora, anualmente, 50 milhões de toneladas de lixo originados de equipamentos eletrônicos (ABINEE – Associação Brasileira da Indústria de Eletro Eletrônicos).

Os estudos de macro-ambiente, exploratórios e pesquisas qualitativas e quantitativas detectaram que a empresa TCG Brasil Reciclagem Ltda. não é conhecida, nem divulgada em Americana e região e não possui nenhum canal de relacionamento com seus públicos. Com base nesses estudos foram definidas estratégias de comunicação



junto aos públicos envolvidos, a fim de reestruturar a sua imagem institucional, através da conscientização ambiental.

2. Objetivo

Este Planejamento Estratégico de Comunicação, desenvolvido para a empresa TCG Brasil Reciclagem Ltda., tem o objetivo estruturar a sua imagem corporativa, através da divulgação de seus serviços e do estabelecimento de canais de comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse, utilizando-se de ações de Relações Públicas voltadas às questões sócio-ambientais.

3. Justificativa

Estudos da ABINEE (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica) apontaram que as vendas de computadores pessoais no mercado brasileiro em 2007 atingiram 10,1 milhões de unidades (um aumento de 23% em relação ao ano anterior) e de notebooks vendas de 2,1 milhões de unidades (211% a mais do que em 2006)⁴. Em 2008, deverão ser vendidos mais de 10 milhões desses equipamentos, que então terão ultrapassado as vendas de televisores (10,8 milhões em 2006). A expansão do mercado interno decorreu do aumento de renda e nível de emprego, das condições favoráveis de crédito, prazos dilatados e redução das taxas de juros. Junto a esse excelente desempenho cresceu também o descarte incorreto de computadores e equipamentos eletrônicos no meio ambiente.

Somando novos e velhos equipamentos, o Brasil possui atualmente 40 milhões de computadores em uso corporativo e doméstico, de acordo com pesquisa do Centro de Tecnologia da Informação Aplicada da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo - FGV. O mesmo relatório estima que em 2010 o Brasil terá 60 milhões de computadores, no mundo todo, o número de computadores pessoais superará a barreira do bilhão até o final de 2008, prevê o relatório da Forrester, empresa de pesquisas dos Estados Unidos⁵. Há a iniciativa de algumas empresas no sentido de adotar práticas menos poluentes ao fabricarem esses equipamentos e também em relação ao retorno do material usado, mas esse processo ainda é muito tímido. No Brasil, a Política Nacional de Resíduos Sólidos,

⁴ www.abinee.com.br – 21 ABR 2008, às 15h30.

⁵ www.fgv.br – 21 ABR, às 16h.



ainda em tramitação no Congresso Nacional, tornaria lei a responsabilidade das empresas por todo o processo produtivo, minimizando os impactos no meio ambiente.

Pesquisas publicadas no Jornal Correio Popular, de Campinas, São Paulo, em 25 de maio de 2008, apontam que os conceitos de sustentabilidade estão difundidos entre a maioria da população brasileira, porém, muitos cidadãos têm dificuldade de praticar essas idéias. Pesquisa do IBOPE Inteligência (FONTE) revelou que de 68% a 92% dos cidadãos ouvidos afirmam serem bem intencionados quanto a esses hábitos, porém, apenas de 30% a 61% os exercem no dia-a-dia. Dos pesquisados, 92% das pessoas disseram que entendem que o lixo deve ser separado para reciclagem, mas apenas 30% o fazem efetivamente. Segundo o diretor da Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) Elus Ambiental, essa disparidade entre a teoria e a prática deve-se à falta de cultura e educação, o que pode ser solucionado a partir do momento que a questão ambiental começar a fazer parte da grade curricular das escolas.

No atual momento de valorização da sustentabilidade social e ambiental, a área de Relações Públicas tem se mostrado um recurso importante e eficaz, colaborando com as empresas no posicionamento da sua imagem. Quando integral e adequadamente utilizada, se constitui em importante elemento da administração empresarial para balizamento das suas atividades, com o objetivo de valorização e preservação do que a empresa tem de mais valioso: seu conceito, seu nome, sua marca, através de sólidos relacionamentos, como recurso estratégico de entendimento, persuasão e de negócios, junto aos seus diversos públicos de interesse.

O trabalho ora realizado para a empresa TCG Brasil Reciclagem Ltda está voltado para estabelecer relacionamentos nos âmbitos local (governo, comunidade, empresas), regional e nacional, para que se torne referência na sua área de atuação e contribua com a conscientização da comunidade sobre a utilização e o descarte de equipamentos tecnológicos.

Para atingir os objetivos propostos, a *Agência 360 comunicação total* desenvolveu três programas, cujo resultado final será uma maior exposição do nome da empresa, aliada à imagem ambientalmente correta, criando favorabilidade perante os públicos a serem trabalhados.

Este projeto contribuirá, por meio de uma sinergia da comunicação institucional, mercadológica, interna e administrativa, para a construção de uma identidade corporativa forte e sintonizada com as novas exigências e necessidades do mercado e da sociedade.



O primeiro programa foi desenvolvido voltado à conscientização das pessoas em relação ao tema “sucatas eletrônicas” e ao trabalho que a TCG desenvolve para a reciclagem desse material, tornando-a conhecida em Americana e região.

Em seguida, foram criadas estratégias e ações para estabelecer relacionamentos com seus públicos de interesse e o último programa foi dirigido para estimular a consciência ambiental na cidade de Americana e região.

Dessa forma atingiremos formadores de opinião, imprensa, escolas públicas, estaduais e municipais, particulares e faculdades, entre outros, promovendo o nome da TCG Brasil Reciclagem Ltda., captando clientes e contribuindo com o meio ambiente, evitando que esse material seja descartado incorretamente no meio ambiente, causando danos à população e à natureza.

4. Métodos e Técnicas Utilizados

Para levantamento do macro-ambiente foram realizadas pesquisas nos principais sites relacionados à sucatas eletrônicas, equipamentos eletrônicos, revistas de negócios e sustentabilidade, sites governamentais regionais, estaduais e federais, entre outros. Também foram feitos estudos exploratórios e entrevistas em profundidade com executivos dos principais órgãos ambientais da cidade, como Secretaria de Meio Ambiente e CETESB, cooperativas de reciclagem, além de auditoria mercadológica e pesquisa institucional com assistências técnicas, comunidade em geral e concorrentes. Para elaboração do briefing foi estudada a empresa do cliente, seus pontos fortes e fracos e realizadas entrevistas com o Diretor, colaboradores da empresa, comunidade em geral, comunidade empresarial, assistências técnicas, escolas de informática, para os quais também foram aplicadas estudos descritivos qualitativos e quantitativos, com critério de amostragem probabilística, que forneceram subsídios para a elaboração deste Planejamento Estratégico de Comunicação.

.

5. Descrição do Produto ou Processo

O Projeto foi desenvolvido em Três Programas, tendo o Primeiro Programa o objetivo de conscientizar e tornar a empresa TCG Brasil Reciclagem Ltda. conhecida. Para isso foram criadas ações, destacando a criação do Mascote Super-Trônico (Anexo 1), um herói que usará roupas alusivas à tecnologia e combaterá o descarte inadequado das



sucatas eletrônicas, trabalhando a conscientização sobre o descarte, ampliando a divulgação da empresa e despertando a consciência ambiental. O Mascote será utilizado em todas as ações desenvolvidas, inclusive em formato de display e utilizado em todo o material impresso (Anexo 2), para facilitar a associação com a TCG, gerando simpatia pela marca e lembrança espontânea. Neste Programa foi criada também uma peça teatral denominada “TCG Ação e Reação”, para ser apresentada nas escolas municipais, estaduais, particulares e faculdades, além do Centro de Cultura e Lazer da cidade de Americana, voltado à conscientização ambiental dos públicos envolvidos (especialmente as crianças). O cenário será composto por materiais recicláveis e sucatas eletrônicas e terá como tema principal a reciclagem de componentes e a participação do Mascote. Ao final de cada apresentação serão realizadas atividades lúdicas, para reforçar o conteúdo apresentado.

Na principal Praça de Americana será realizado o evento “Participar é Salvar”, outra ação deste Programa, que terá a apresentação do teatro “TCG Ação e Reação”, shows com bandas e grupos de dança locais e sorteios de computadores cedidos pela empresa, visando atingir o maior número de pessoas da cidade, sendo realizado em data de grande movimento no local.

O Segundo Programa foi voltado para prospectar, atrair novos clientes e aumentar a participação de mercado da empresa. Destacamos as seguintes ações: Construção de um mailing; Implantação de *Call Center* ativo e receptivo; busca de palavras chave no Google; veiculação em revistas segmentadas e jornais de grande circulação; participação na Feira “Exposucata” e TCG *Delivery* (Anexo 3), através de um veículo furgão, totalmente adaptado para recolher computadores e equipamentos eletrônicos de pequenas empresas e comunidade destinados à revenda ou reciclagem, cuja logística será feita pelo *Call Center*. Este serviço será divulgado em todo o material impresso da empresa e através de veiculações e releases enviados aos jornais locais, regionais e nacionais. Dentro deste Programa foram criadas ações para encantar o cliente, tais como: Mimo, composto de uma caixa com repartições que conterà um mouse pad, um mouse óptico sem fio, bloco de anotações e caneta (todos personalizados), sendo entregues quando do fechamento de grandes negócios.

O Terceiro Programa foi voltado ao estímulo da consciência ambiental relacionada a sucatas eletrônicas. Para esse Programa foram criados, entre outros, Jogo Personalizado de Obstáculos (Anexo 4), que será distribuído aos colaboradores das empresas que participarão das palestras da SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de



Trabalho), visando atingir também seus familiares, especialmente as crianças, que serão ministradas pelo Diretor da empresa TCG. Foi criada a ação de treinamento com os colaboradores da coleta seletiva da Prefeitura de Americana, que estarão aptos a trabalhar com sucatas eletrônicas e a dar informações à população atendida por esse serviço. Para isso será feita uma parceria com a Prefeitura, no sentido de incluir as sucatas eletrônicas na coleta seletiva, já realizada no município, destinando-as à reciclagem adequada, através da TCG, contribuindo assim com os negócios da empresa e com a imagem do Município.

Oficinas Culturais - Num espaço cedido pela Prefeitura serão realizadas Oficinas Culturais, voltadas a crianças e adolescentes carentes da cidade. A divulgação será feita através das escolas e os orientadores serão artistas contemporâneos voluntários que mostrarão e ensinarão suas habilidades com grafite, bijouterias e esculturas utilizando CPU's, monitores e peças de computadores e sucatas eletrônicas, estimulando assim a consciência ambiental dos públicos envolvidos, promovendo a cultura e possibilitando aos adolescentes a geração de renda.

- Oficina de aprendizagem - Voluntários de escolas técnicas de informática ministrarão aulas de informática a adolescentes de bairros carentes de Americana, cuja divulgação também será feita nas escolas. O curso terá duração de 6 meses e será realizado em uma das salas da empresa TCG, sendo a mesma fornecedora dos equipamentos e materiais necessários, tendo também a participação de um colaborador da empresa, que ensinará a prática da reciclagem de sucatas eletrônicas. O objetivo desta ação é ensinar a prática da informática e trabalhar a conscientização ambiental relacionada a sucatas eletrônicas.

Destacamos ainda as ações:

- De aprendiz a Multiplicador – os aprendizes das ações anteriores (Oficinas culturais e de aprendizagem) serão convidados pela TCG para visitarem ONG'S, escolas municipais, estaduais e comunidades carentes para ensinar a arte aprendida, passando de aprendizes a multiplicadores. A empresa fornecerá o material necessário à realização dessas atividades, que serão acompanhadas e monitoradas pelo *Call Center*, reforçando a conscientização ambiental e social, desenvolvida pela empresa, formando uma corrente que cresce cada vez mais.

- Estímulo aos Jovens – 1º Emprego – para continuidade da ação Oficina de Aprendizagem, a TCG convidará o aluno que mais se destacou na oficina para se tornar um de seus colaboradores, tendo a função de ajudante na ação TCG *Delivery*, do Segundo Programa. A Agência 360 Comunicação Total será responsável pelo banco de



dados dos alunos das Oficinas, com o objetivo de encaminhá-los ao primeiro emprego, através de parcerias com clientes da empresa e com a Prefeitura.

Selo Tecnologia Sustentável – A TCG Brasil Reciclagem formalizará contrato com alguns de seus clientes para destinar parte dos valores dos negócios fechados para ONG'S ambientais. Em contrapartida será oferecido o selo “Tecnologia Sustentável” para que o mesmo seja colocado ao material impresso das empresas parceiras, disponibilizado pela TCG através de arquivo virtual. Visa despertar o interesse das empresas quanto a destinação correta das sucatas eletrônicas e o aumento da visibilidade da TCG Brasil Reciclagem Ltda.

6. Considerações

Os avanços tecnológicos e facilidade de disseminação de informações, têm possibilitado à população conhecer mais sobre diversos assuntos, inclusive os ligados às questões ambientais. A mídia não tem se preocupado com o descarte inadequado das sucatas eletrônicas, que contamina o solo, polui o meio ambiente e causa danos a saúde, quando este não é feito de forma correta.

Através de estudos realizados pela *Agência 360 comunicação total* foi constatado que a maioria da população não tem conhecimento sobre o tema “sucatas eletrônicas”, não conhecem a TCG Brasil Reciclagem Ltda. e seu ramo de atuação.

Foi constatado também que grande quantidade de lojas e escolas de informática, assistências técnicas e empresas de pequeno, médio e grande porte da região poderiam destinar suas sucatas eletrônicas para a empresa, pois atualmente não fazem a destinação correta ou não se preocupam com o que é feito depois, a qual muitas vezes é feita a sucateiros e empresas que não tem preocupação com o meio ambiente e práticas sustentáveis.

Só os grandes clientes da TCG não estão promovendo a sua sustentação, que poderia se estruturar através de fechamento de negócios com pequenos estabelecimentos.

Através de ações desenvolvidas neste Planejamento Estratégico de Comunicação a *Agência 360 comunicação total* trabalhou todos os públicos de interesse da Empresa, estruturando a sua imagem, tornando seus serviços conhecidos e divulgados em Americana, região e nacionalmente, como referência no trabalho que desenvolve, promovendo uma campanha de conscientização que foi a base deste trabalho.



Este trabalho visou também despertar a necessidade e com isso promover os serviços da TCG para a captação de novos clientes e conquista de mercado, estimulando sempre a consciência ambiental, estruturando a sua imagem corporativa para que seja lembrada por todos seus públicos de interesse como única empresa capaz de destinar corretamente as sucatas eletrônicas, além de provedora de causas sócio-ambientais.



Referências bibliográficas

- ABINEE (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica)
<http://www.abinee.org.br>. <http://www.abinee.org.br/abinee/decon/decon15.htm> - Acesso em 21 ABR 2008, às 15h50.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas: Relações com os Diferentes Públicos**. 6 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- BERLO, David K. **O Processo da Comunicação**. 9ª Ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.
- CAHEN, Roger. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Editora Best Seller, 2003.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação Dirigida Escrita na Empresa: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 1995.
- FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2003.
- FGV (Fundação Getúlio Vargas)
<http://www.fgv.br> – Acesso em 25 ABR 2008, às 22h33.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **Pesquisa Institucional: Diagnóstico Organizacional** para Relações Públicas. São Paulo: Edição Loyola, 1990.
- HENRIQUES, Raquel. M. “**Aproveitamento Energético dos Resíduos Sólidos Urbanos: Uma Abordagem Tecnológica**”. Rio de Janeiro – RJ, Planejamento Energético – COPPE/UFRJ, 2004.
- IPT/CEMPRE. (Instituto de Pesquisas Tecnológicas / Compromisso Empresarial para a Reciclagem). “**Lixo Municipal: Manual de Gerenciamento Integrado**”. São Paulo, 2000.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. Ed. ver. atual e ampl. São Paulo: Summus, 2003.
- _____. **Obtendo Resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- LOPES, Boanerges e VIEIRA, Roberto Fonseca. **Jornalismo e Relações Públicas: Ação e Reação. Uma Perspectiva Conciliatória Possível**. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2004.
- MAGERA, Márcio. **Os Empresários do Lixo: Um Paradoxo da Modernidade: Análise interdisciplinar das cooperativas de reciclagem de lixo**. 2. ed. Campinas-SP: Editora Átomo, 2005.
- MANSO, Úrsula Alonso. Edição Verde Tecnologia. **Exame**, edição 914, p.84-86, 26 mar. 2008.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica: A Prática de Fichamentos, Resumos, Resenhas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.