



Culturalmente, o papel ainda tem muito crédito, mas existem países mais atrasados que o Brasil, diz Scheel

## CONSUMO CONSCIENTE

# Redução do consumo de papel torna-se urgente

Equipamentos e *softwares* têm nos aproximado desse futuro

DANIELA MACIEL

Os tempos de economia fria, a pressão por uma produção ecologicamente mais responsável, além da própria falta de espaço, aliada à valorização da informação como ativo importante dentro das empresas, fazem com que os projetos de redução do consumo de papel, ou *paperless*, se tornem cada vez mais urgentes.

O advento da internet e, antes disso, o próprio processo de informatização e digitalização da economia, que tomou impulso ainda nos anos de 1970, deu origem a uma série de previsões de que o volume de papel seria drasticamente reduzido ou até mesmo zerado em poucos anos. A burocracia e a legislação, além de hábitos arraigados, porém, não permitiram que isso acontecesse.

Segundo dados da

Indústria Brasileira de Árvores (Ibá) - associação responsável pela representação institucional da cadeia produtiva de árvores plantadas, do campo à indústria - de janeiro a dezembro de 2014, o volume de exportações de celulose totalizou 10,6 milhões de toneladas, alta de 12,6% em relação ao mesmo período de 2013, quando foram exportadas 9,4 milhões de toneladas. A produção brasileira de celulose também registrou alta, alcançando 16,5 milhões de toneladas, crescimento de 8,8% em relação ao ano anterior, quando foram produzidas 15,1 milhões de toneladas. No mesmo período, as vendas de celulose no mercado doméstico cresceram 5,5% em relação a igual período de 2013, atingindo 1,8 milhão de toneladas. As vendas de papel e de painéis de madeira se manti-

veram praticamente estáveis, somando, respectivamente, 5,7 milhões de toneladas e 7,1 milhões de metros cúbicos, nos 12 meses de 2014.

Mesmo assim, conceitos, equipamentos e *softwares* continuam sendo desenvolvidos e nos aproximando desse futuro, principalmente nas grandes empresas e naquelas da nova economia, especialmente as dos segmentos de tecnologia.

**Otimização** — De acordo com o consultor em gestão do conhecimento, Alexildo Vaz, as empresas precisam melhorar o uso das informações que já possuem. “A gestão do conhecimento é a forma como as empresas podem usar melhor as coisas que já sabem. Muitas vezes os conhecimentos estão dentro da cabeça das pessoas e não materializados. Informação, hoje, é o

maior ativo dentro de uma empresa, independentemente do setor de atuação. Fazer com que elas tenham sentido é o grande segredo. Não vejo nisso muita ligação com o volume dos documentos em circulação. Com o avanço tecnológico temos conseguido diminuir a emissão, mas a legislação ainda exige que muito papel seja gerado”, explica Vaz.

No Brasil, o setor financeiro foi o pioneiro e puxou as discussões e o desenvolvimento de tecnologia para a diminuição do volume de papel em circulação. Atualmente, a Justiça é um dos exemplos mais claros dessa política. A informatização dos tribunais com a tramitação de processos em meio digital e a gravação e realização de audiências por videoconferência são alguns dos passos mais importantes.

## Repassa propõe marketing colaborativo

**São Paulo** — Consumo sustentável e economia colaborativa. Com base nessas propostas, o Repassa, comunidade virtual de compra e venda de produtos novos e seminovos, chega ao mercado brasileiro. A plataforma mescla as funcionalidades de *marketplace*, rede social e *marketing* multinível (MNN), com o objetivo de conectar vendedores e compradores interessados em artigos de moda, acessórios e eletrônicos.

Fundada pelos empresários Tadeu Almeida e Willian Arantes, a ideia do *site* surgiu dos objetivos dos sócios em gerar impacto na sociedade e ajudar ao maior número possível de pessoas. “Todo mundo tem muitas coisas que não usa mais, como roupas, calçados, eletrônicos, móveis, itens de decoração, acessórios, brinquedos etc. O que não serve para alguém pode ser útil para outras pessoas e quando a gente repassa essas coisas, elas ganham mais vida, são mais usadas e menos descartáveis. Isso estimula um consumo consciente e sustentável”, afirma Almeida. Nesta primeira fase, os

participantes precisam ser convidados por membros que já estão cadastrados no Repassa, ou adquirir algum produto à venda no *site*. Qualquer usuário pode convidar um número ilimitado de amigos e a cada cadastro é criada uma nova comunidade Repassa. “Acreditamos no poder nas mãos dos consumidores, já que qualquer marca está sujeita a avaliações de seu público. A opinião das pessoas possui muito mais credibilidade entre os amigos do que qualquer tipo de publicidade paga”, analisa o empresário. Foi seguindo essa filosofia que a empresa adotou o formato de convites, pois um amigo somente convidaria outro para algo que considere bom e confiável.

Sendo assim, a evolução da comunidade Repassa depende da ajuda dos próprios usuários. Por isso, o *site* adota o conceito de *marketing* multinível, recompensando seus usuários em 1% do valor de todas as vendas geradas por sua comunidade, até o 7º nível de convite. Ou seja, se um membro convida 5 amigos, e esses convidam

mais 5 cada um, a pessoa contará com mais de 97 mil pessoas repassando 1% do valor por item vendido. “Retribuir é um gesto natural, inspirador e contagiante, sendo assim, deve ser estimulado em todos os setores da sociedade”, explica Almeida.

Tudo isso é controlado dentro da própria plataforma, que gera relatórios com a evolução das comunidades dos clientes, com o número de convidados diretos, o número de pessoas na comunidade, o volume de vendas e o valor gerado. Esse valor pode ser transferido em dinheiro, usado em compras na própria plataforma ou doado para instituições de caridade parceiras. “No Repassa todo mundo ganha. Desde os clientes, até o meio ambiente, pelo incentivo ao consumo sustentável”, diz o cofundador.

Por conta deste modelo de negócio, o Repassa prevê, para os próximos 12 meses, atingir o volume de 3 milhões de membros, movimentar mais de 300 mil vendas e repassar mais de R\$ 2 milhões aos usuários. Para este primeiro ano

de atuação, a empresa prevê faturar cerca de R\$ 3 milhões.

Segundo levantamento do Sebrae Nacional, o número de pequenos negócios no comércio varejista de artigos usados cresceu 210% nos últimos cinco anos no Brasil. “Há uma mudança cultural do brasileiro em relação a esse modelo de venda. Aos poucos, as pessoas estão buscando um estilo de consumo mais sustentável, inclusive, procurando repassar os itens que não são mais tão úteis”, acrescenta o empresário.

O *site* conta com uma curadoria para selecionar produtos de qualidade. Além disso, oferece a garantia de entrega do produto, sob a condição do consumidor receber o dinheiro de volta caso ocorra algum problema. Os usuários não pagam nada para participar e nem para anunciar seus produtos. A monetização do *site* vem por meio de uma comissão de 17%, mais uma tarifa fixa de R\$ 1,99 quando o produto é vendido. Todos os valores são transferidos com total segurança pelo PayPal.

## Armazenar em nuvem é aliado no processo

O uso da assinatura digital no Brasil, segundo o CEO da Destaque Tecnologia, Mário Scheel, é bastante disseminado e isso ajuda muito. “Os tribunais de Justiça são um bom exemplo. Culturalmente, o papel ainda tem muito crédito, mas existem países europeus muito mais atrasados que o Brasil nesta questão. Temos dois fenômenos recentes que mudaram nossa relação com a informação e vão ajudar na diminuição drástica do consumo de papel: a guarda de documentos em nuvem e a mobilidade”, afirma e acrescenta que muita coisa já evoluiu e o Brasil está em consonância com o que acontece na maior parte do mundo.

O conceito de nuvem vem da ideia de algo alocado na rede mundial de computadores. Dessa forma, é possível acessar fotos e documentos importantes em qualquer máquina. Para isso, basta contratar algum serviço de armazenamento em nuvem disponível e, por meio do navegador, acessar os dados de qualquer lugar, sempre protegidos com senhas.

A mobilidade é o que faz esses arquivos poderem ser acessados realmente de qualquer lugar. Dispositivos como os *tablets* e os *smartphones*, cada vez mais potentes e com mais funcionalidades, inclusive as físicas, relativas ao tamanho, peso e resistência a condições extremas, permitem o acesso imediato.

A própria falta de espaço físico para guardar grandes e crescentes volumes de papel impõe uma solução tecnológica para o problema. “Em vez de comprar um *software*, as empresas assinam um plano, o que diminui bastante os custos, especialmente para as pequenas e médias empresas. No mundo atual, em que os deslocamentos se tornam cada vez mais difíceis, a mobilidade é muito importante. Isso está entrando na cultura das empresas. As novas gerações já nasceram nesse mundo interconectado e concebem um mundo sem papel”, enfatiza o empresário.

**Transformação** — O *big data* é o conceito mais recente na transformação da informação em conhecimento, que consiste em dar sentido e utilidade aos dados inicialmente não estruturados. Ele se refere a um conjunto de técnicas capazes de analisar grandes volumes de dados de maneira individual. É o *big data* que permite, por exemplo, que cada um receba nas suas redes sociais ofertas orientadas pelas suas últimas pesquisas e acessos na internet.

De acordo com o consultor em gestão do conhecimento, Alexildo Vaz, essa análise já gerou um campo do conhecimento batizado como Analítica. “É através do *big data* que surge na sua tela publicidade de sapatos justamente quando você quer comprar sapatos. Ele permite que os caminhos que você percorre na internet sejam seguidos e ofertas sejam direcionadas em grande volume. Os *softwares* de gestão de projetos trabalham sob a mesma premissa. Hoje é possível, por exemplo, gerenciar uma obra civil sem ter uma planta no papel ou fazer requisições de material sem formulários. Isso gera um ganho de produtividade incrível, com menos desperdício, equipes mais enxutas e proporcionando soluções mais assertivas”, avalia Vaz.

As grandes empresas demoraram mais para se atentarem para a necessidade de redução do consumo de papel e estruturação de sistemas de gestão do conhecimento, mas como tem estrutura e recursos mais poderosos, geralmente conseguem dar velocidade ao processo iniciado. De outro lado, as empresas de menor porte podem se beneficiar de várias ferramentas de gestão disponíveis na internet, boa parte delas gratuitas. “Um bom exemplo é o *google drive*, onde é possível armazenar todo tipo de arquivo. Hoje você não precisa andar com um *pen drive*, você precisa só de uma conexão. O próprio whatsapp já é usado para fazer reuniões”, explica o consultor.

A responsabilidade ambiental é outro aspecto que empurra as empresas para as políticas de redução de consumo. Empresas que têm públicos mais atentos à questão e que vendem diretamente para o consumidor final tendem a ter maior sensibilidade na implantação de sistemas de gestão do conhecimento. Segundo o CEO da Destaque Tecnologia, Mário Scheel, as empresas que trabalham com soluções de gestão do conhecimento não vendem mais novidades.

“Vendemos economia de espaço físico, de pessoas e, principalmente, de tempo. As empresas ficam mais enxutas e mais focadas nos seus negócios quando fazem uma gestão correta”, completa Scheel.

A gestão de documentos e do conhecimento serão debatidos em Belo Horizonte hoje, no Auditório do Ministério Público de Minas Gerais, no bairro Santo Agostinho, região Centro-Sul, durante o encontro de capacitação E-doc. Serão tratados os temas: gestão de conhecimento x gestão de informações; arquitetura corporativa para apoiar estrategicamente a gestão de documentos; *softwares* na nuvem: melhores práticas e mudança de paradigma; governança eletrônica e certificação digital; memória institucional, resgate e preservação; benefícios do GED para área de engenharia e produção; soluções corporativas para gestão de documentos e informações ECM, BPM e ECM - Gestão de Processos e Conteúdo; digitalização e microfilmagem aliadas à gestão de informações; cases de projetos de GED/ECM em empresas públicas e privadas; exposição de *softwares*, equipamentos e serviços. (DM)