



## **Grupo Reciclecel: um Plano de Comunicação em Execução<sup>1</sup>**

Ana Cristina Herrero de MORAIS<sup>2</sup>

Rebeca Cristina RUOSO<sup>3</sup>

Juliane MARTINS<sup>4</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

Este artigo discorre sobre o desenvolvimento da proposta personalizada de um plano de comunicação ao Grupo Reciclecel, do qual fazem parte as empresas Ziggo, Ziggo Shop e Reciclecel, todas com sede em Curitiba (Paraná), atualmente em execução na instituição. O plano de comunicação foi elaborado como trabalho de conclusão de curso (TCC) pelas autoras e traça estratégias a partir de análise institucional realizada e da definição dos stakeholders de cada empresa do grupo, tendo como base um dos modelos expostos em Tavares (2010). No texto são apresentados alguns resultados oriundos da aplicação do plano em cada empresa, com o retorno das ações já realizadas e estratégias de comunicação em andamento em 2015 e para os próximos anos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Grupo Reciclecel; plano de comunicação; gestão da comunicação; comunicação organizacional.

### **1 GRUPO RECICLECEL**

O Grupo Reciclecel é composto por três empresas: Ziggo, Ziggo Shop e Reciclecel. As duas primeiras trabalham no comércio e reuso de smartphones e iPads. A última na reciclagem de aparelhos obsoletos. A estrutura organizacional é composta por três sócios: Guilherme Marcondes Macedo (CEO), Felipe Gubert Duarte (gerente comercial), Hermine Thanm (gerente de marketing); oito colaboradores em diversos cargos como técnicos, administrativo, financeiro e reciclagem.

O ciclo empresarial é baseado na vida útil dos aparelhos eletrônicos:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná, e-mail: [anacrisherrero@globocom.com](mailto:anacrisherrero@globocom.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná, e-mail: [rebeca.ruoso@gmail.com](mailto:rebeca.ruoso@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná, e-mail: [professorajuliane@ufpr.br](mailto:professorajuliane@ufpr.br)



Fonte: Grupo Recyclecel

Com uma plataforma específica que adquire smartphones e iPads usados, estimulando a logística reversa e a recolocação desses aparelhos no mercado, a Ziggo tem como missão “proporcionar comodidade e segurança ao vender seu aparelho usado e oferecer ótimos preços, com excelência em qualidade ao comprar um aparelho seminovo”. A Ziggo tem como visão “tornar-se referência no comércio de eletrônicos no Brasil e fazer a indústria de eletrônicos mais sustentável”. Em breve, os clientes poderão realizar doação de parte ou do total da venda para instituições como Unicef, Formação Solidária, Instituto Ayrton Sena e Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD).

A Ziggo Shop é um e-commerce de comércio de smartphones e iPads novos e seminovos, já a Recyclecel fecha o ciclo do grupo, sendo responsável pelo cunho ambiental e social, tendo como missão limpar as gavetas e armários do Brasil. Estima-se que existam mais de 150 milhões de celulares antigos e sem uso guardados nas casas e empresas brasileiras. Se estes aparelhos não utilizados fossem reciclados, calcula-se que o benefício de redução da emissão de gases estufa seria o equivalente ao plantio de 776 mil árvores ou tirar das ruas mais de 35.500 carros. Com os materiais recuperados, podem ser produzidos 32,5 milhões de latas de alumínio, 865 mil potes de plástico e 260 mil alianças de ouro.



A visão da Reciclecel fundamenta-se na preocupação com o meio ambiente. A instituição foi criada com a finalidade de minimizar o impacto no ambiente causado pelo descarte incorreto de celulares em desuso e no final de sua vida. Essa preocupação busca atingir um dos objetivos do milênio da ONU: qualidade de vida e respeito e meio ambiente.

Atualmente, apenas 2% destes aparelhos são reciclados de maneira correta no país. A conscientização da população sobre os danos causados ao meio ambiente pelo descarte incorreto destes aparelhos é um dos objetivos da Reciclecel. Nesse sentido, “Doe seu celular” é uma das campanhas em andamento promovida pela instituição, em parceria com os Escoteiros do Brasil<sup>5</sup> e outras empresas. Toneladas de aparelhos celulares e baterias foram recolhidas com essa iniciativa.

## **2 DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO**

O plano de comunicação para o Grupo Reciclecel foi desenvolvido a partir do conhecimento adquirido durante o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná. A percepção da importância da comunicação para o sucesso corporativo levou à proposta de um plano de comunicação personalizado, procurando atender as necessidades do grupo na área e a proposição de estratégias de comunicação para a instituição. A escolha por esse grupo se deu pela proximidade de uma das autoras do TCC, Ana Cristina Herrero de Moraes, no cotidiano da empresa, como estagiária, portanto também houve embasamento a partir de uma pesquisadora participante do processo.

O trabalho foi apresentado em duas partes, sendo uma teórica e outra prática. A etapa teórica foi desenvolvida na ordem do ciclo do Grupo Reciclecel: logística reversa, recomércio e sustentabilidade. Foram realizadas pesquisas sobre leis e estudos que apontavam dados pertinentes ao mercado de atuação do grupo. Complementaram o referencial teórico temas como comunicação organizacional, gestão e planejamento estratégico, que embasaram a análise institucional, baseada em entrevistas com os sócios-fundadores da instituição e pesquisas em documentos institucionais, essenciais à elaboração do plano (MORAIS; RUOSO, 2014).

---

<sup>5</sup> [Campanha Reciclecel em parceria com Escoteiros do Brasil](#)



Para o desenvolvimento da parte prática, foi adotado o modelo de plano de comunicação institucional apresentado por Tavares (2010), que se mostrou bastante adequado às necessidades e ao contexto apresentado pelo grupo. Também foram utilizados como embasamento teórico os autores Kunsch (1997, 1999, 2003, 2009) e Bueno (2003). Ambos discorrem sobre a comunicação e sua aplicação e importância dentro das organizações. Para Kunsch (2003), as ações de comunicação de um negócio precisam ser tratadas como visão estratégica e necessitam de planejamento para que haja eficiência, eficácia e os resultados desejados sejam obtidos.

A partir desses estudos e após análise presencial, foram propostas ações internas e externas para o Grupo Reciclecel executar em dois anos e, assim, tornar-se referência de startup online no mercado. Todos os pontos definidos para a elaboração do plano foram traçados a partir dos dados cedidos pelo grupo.

Como produto, a abertura do plano aborda os motivos para se colocar em prática a comunicação estratégica, a expectativa do grupo nessa área e o público-alvo de cada segmento. O desenvolvimento do plano foi dividido por empresa e apresenta como é a atual comunicação em cada uma, seguido das propostas.

Como o Grupo Reciclecel preza pelo uso sustentável de materiais no geral, a partir do layout desenvolvido em formato A5, na produção do plano foi utilizado papel reciclado A4, com impressão de duas páginas do plano por folha em modo econômico. As bordas foram guilhotinadas para chegar ao formato final de tamanho personalizado (19,7 cm largura x 12,5 cm altura). O acabamento escolhido dispensou plástico ou metal, devido ao tempo longo para degradação após o descarte, decidindo-se pela perfuração do papel e amarração com fio de rami.



Fonte: as autoras, 2014.



O projeto gráfico buscou seguir as especificações do manual de identidade visual das empresas do Grupo Reciclecel. Nesse sentido, foram escolhidas as cores institucionais correspondentes de cada uma, bem como a fonte institucional (Calibri). Definiram-se as propostas por empresa, utilizando-se um grafismo na lateral direita com a respectiva cor de cada empresa para criar uma identidade visual que facilitasse a localização de cada empresa pelo leitor.



Fonte: Morais e Ruoso (2014)

O plano foi apresentado para a empresa no dia 28/11/2014 e obteve um feedback positivo quanto à implantação e execução. A gerente de marketing do grupo, Hermine Tham, ajudou a desenvolver este artigo com sugestões de assuntos mais relevantes, visto que o conteúdo comunicacional executado pelo grupo é imenso.

### 3 GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DO GRUPO

#### 3.1 GRUPO RECICLECEL

As sugestões para o Grupo Reciclecel foram baseadas no público interno (sócios, funcionários e estagiários); empresários e formadores de opinião.



O grupo é pequeno, entretanto possui visão de crescimento para os próximos anos. Como exposto anteriormente, cada empresa tem um manual de identidade visual que estabelece cores e fontes personalizadas. Atualmente, a comunicação acontece pessoalmente e, na ausência do colaborador, os recursos utilizados são e-mails institucionais hospedados na plataforma Kinghost e Whatsapp, conforme a demanda. Os documentos internos são compartilhados entre os colaboradores via Dropbox. Os clientes possuem como canais de contato e-mail, linha de telefone fixa e móvel, Skype, Facebook, Twitter e Whatsapp.

O grupo, após as sugestões de comunicação interna, implementou uma política de comunicação aos colaboradores, requisitando opiniões e sugestões sobre os assuntos relacionados às empresas Ziggo, Ziggo Shop e Recyclecel. Há respeito à diversidade de ideias, independentemente do nível hierárquico. A gestão do grupo é responsável, participativa e transparente. Após o início da implementação do plano de comunicação, houve o aperfeiçoamento nos processos de avaliações para tomada de decisão e feedbacks individuais.

O grupo preza pelo desenvolvimento pessoal e profissional. Devido aos relacionamentos internacionais no ramo da reciclagem e ao fato de nem todos os colaboradores serem fluentes na língua inglesa, a comunicação interna, nas sextas-feiras, a partir de 2015, começou a ser realizada em inglês. Também para contribuir com o bom relacionamento entre o grupo, há um evento mensal, como um piquenique no parque, churrasco ou até mesmo uma viagem.

O Grupo Recyclecel busca se manter atualizado no mercado, visando se tornar referência em melhor serviço e preço, antecipando-se à concorrência. Isso se tornou possível com a implantação de monitoramento das estratégias operacionais e comunicativas dos concorrentes.

### 3.2 ZIGGO E ZIGGO SHOP

Conforme idealizado no plano de comunicação, foi desenvolvido um vídeo que está disponibilizado na plataforma YouTube, Vimeo, redes sociais e no site para apresentar o processo de venda de smartphones ([www.ziggo.com.br](http://www.ziggo.com.br)).

A análise de palavras-chave do segmento está sendo aprimorada para ampliação do investimento na ferramenta Google Adwords, com intuito de aumentar o fluxo de visitas no site e atrair novos vendedores e compradores de smartphones. Atualmente, o



investimento é de mil reais mensais e o planejamento estratégico disponibiliza o triplo mensal até o final da implantação do plano de comunicação.

A contratação de um volume maior de link patrocinado no Facebook para receber mais curtidas, redirecionar o público para o site de venda e divulgar as publicações mais relevantes, visando maior alcance, são ações que têm dado resultado, a métrica específica será mensurada no final do primeiro semestre de 2015.

A alimentação da Fanpage é realizada em horários estratégicos, conforme observado o fluxo, aperfeiçoamentos são efetuados. As postagens redirecionam os fãs para o site ou para o blog [www.ziggo.com.br/blog](http://www.ziggo.com.br/blog), assim o fluxo de visitas é ampliado e, conseqüentemente, novas pessoas se tornam clientes. Além de postagens institucionais e promocionais, são propostas interações por meio de um quiz de entretenimento. Quinzenalmente, os internautas que assinaram a newsletter da empresa recebem no e-mail promoções, novidades tecnológicas e curiosidades.

O Facebook da Ziggo é alimentado com publicações institucionais, comemorativas e promocionais. O exemplo à esquerda mostra que a empresa está na lista internacional das 94 empresas com novas ideias e gestão sólida de tecnologia no Brasil com chance de prosperar em 2015. Já no da direita, post de promoção patrocinado, com investimento de R\$ 100.



Fonte: Facebook Ziggo



A inserção de um plugin de bate-papo online, para que o cliente possa fazer contato direto com a Ziggo pelo site, foi indicado no plano e foi prontamente instalado. O e-commerce está em fase de planejamento para reestruturação no segundo semestre deste ano. No plano de comunicação foi sugerido um site responsivo para as plataformas Android, iOS e Windows Phone e os sócios aderiram à ideia para o novo e-commerce.

Durante o ano de 2014, a Ziggo e a Ziggo Shop foram assessoradas junto à imprensa pela Central Press, obtendo 86 inserções na mídia. Entre os veículos de circulação nacional, tiveram destaque: Revista Exame<sup>6</sup>, InfoMoney<sup>7</sup> e Band News<sup>8</sup>. O Jornal Gazeta do Povo<sup>9</sup>, com circulação em território paranaense, realizou uma matéria especial sobre a novidade curitibana de compra e venda de smartphones seminovos. A Ziggo foi capa da publicação e obteve meia página de matéria.



Fonte: Imagens do arquivo Ziggo

Para este ano, o plano propôs a contratação da empresa Dino para o envio de releases segmentados. Atualmente, os textos já estão sendo disparados e o retorno será mensurado no final do primeiro semestre de 2015. Em meados de março, a Ziggo fechou parceria com o blog "Baby Boom"<sup>10</sup>, direcionando promoções de frete via motoboy para as mães curitibanas. Essa campanha tem como objetivo reforçar a confiança e comodidade que a empresa oferece aos clientes.

<sup>6</sup> [Revista Exame](#)

<sup>7</sup> [Infomoney](#)

<sup>8</sup> [Band News](#)

<sup>9</sup> [Gazeta do Povo](#)

<sup>10</sup> [Blog Baby Boom](#)





A mala direta dos Correios é outra novidade em 2015 na Ziggo. Também está em desenvolvimento um folder institucional, apresentando a empresa e os serviços prestados para que os Correios entreguem na casa de possíveis clientes que moram nas proximidades do escritório.

A Ziggo Shop e a União dos Escoteiros do Brasil (UEB) se tornaram parceiras<sup>11</sup> com o intuito de beneficiar os escoteiros, amigos e seus familiares. A cada 15 dias, a Ziggo lança um código promocional para os associados da UEB com 3% de desconto em produtos postados no link<sup>12</sup> especial.

### 3.3 RECICLECEL

A Recyclecel tem como público-alvo empresários, entidades do terceiro setor, veículos e profissionais de comunicação, comunidades acadêmica e científica, e população brasileira no geral. As principais atividades propostas foram: vídeo institucional, assessoria de imprensa, redes sociais, blogs e Projeto Legado<sup>13</sup>.

O braço sustentável do grupo foi criado com a finalidade de minimizar o impacto no ambiente causado pelo descarte incorreto de celulares no final de sua vida útil. Esse ideal ganhou força em maio de 2014 com a efetivação da campanha Doe Seu Celular em parceria com a UEB.

Trata-se de uma organização não-governamental (ong) tem caráter educacional, cultural, beneficente e filantrópico. A UEB hoje conta com mais de 80 mil escoteiros registrados no país. David Ortolan, secretário-geral da UEB e os sócios do Grupo Recyclecel traçaram diretrizes para a parceria, responsabilidades de ambas as partes e planejaram ações para a campanha que a princípio ocorreria apenas naquele ano, mas, devido ao sucesso, teve continuidade em 2015.

O objetivo da campanha é conscientizar a população sobre a importância da reciclagem e o reúso de aparelhos celulares, smartphones e iPads; aumentar a visibilidade da marca; ampliar parcerias com ongs socioambientais, empresas de reciclagem; e desenvolver material educacional voltado para crianças e jovens. Doe Seu Celular foi desenvolvida para acontecer em 15 passos desde o cadastro no site, divulgação da mídia, arrecadação dos aparelhos e recebimento da premiação.

---

<sup>11</sup> [União Brasileira dos Escoteiros](#)

<sup>12</sup> [Ziggo Shop e UEB](#)

<sup>13</sup> [Projeto Legado](#)



A campanha tem abrangência nacional de 343 grupos escoteiros (aproximadamente 26.165 escoteiros) de 22 estados brasileiros, sendo 40 grupos escoteiros catarinenses, 38 paranaenses e 44 gaúchos. Todos receberam seis urnas para os celulares serem depositados, 600 flyers e 8 cartazes ao se inscrever através do site [www.reciclecel.com.br](http://www.reciclecel.com.br).

O cartaz foi desenvolvido para ser fixado em escolas e comércios com objetivo divulgar e conscientizar as comunidades em torno dos grupos de escoteiro sobre efeitos positivos ganhos com a reciclagem de celulares.

Fonte: Arquivo Reciclecel

A fanpage da Reciclecel é alimentada com conteúdo informativo da campanha, divulgação de ações e fechamento de parcerias.



**Reciclecel** com Cespa Col Est e outras 2 pessoas  
Publicado por Hermine Tham [?!] · 4 de novembro de 2014 · 🌐

O Colégio Estadual São Pedro Apóstolo em Curitiba é um ponto de coleta da Campanha Doe Seu Celular pelo fato de acreditar na importância de colaborar para os objetivos do Milênio propostos pela ONU.  
[www.reciclecel.com.br/pontos-de-coleta](http://www.reciclecel.com.br/pontos-de-coleta)



969 pessoas alcançadas **Impulsionar publicação**

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 Luiz Carlos, Janete Leonardo, Marcia Lima e outras 18 pessoas curtiram isso.

➦ 1 compartilhamento

reciclecel Escreva um comentário... 📷 😊

Fonte: Facebook Reciclecel

Os grupos escoteiros participam de um sistema de pontos, inspirado nas milhagens dos cartões de crédito. Cada celular recolhido equivale a 1 ponto. Foram estabelecidas metas por grupo de escoteiros (GE), conforme a quantidade de filiados. Os pontos arrecadados podem ser trocados por equipamentos de rapel, barraca, fogareiro, colete salva-vidas. Os escoteiros, além de ajudar a preservar o meio ambiente ao dar o destino correto aos celulares de sua comunidade, também beneficiam o Complexo Pequeno Príncipe (Curitiba-PR).

A Reciclecel apoia esta instituição que foi fundada em 1919, sendo o maior complexo hospitalar exclusivamente para crianças e adolescentes do Brasil. O trabalho



desenvolvido é pela saúde, pelos direitos pela vida, assistência, ensino e pesquisa. A atuação é integrada para salvar vidas.

Além da UEB, a Reciclecel conta com a parceria da Associação Fukuoka do Sul do Paraná para agilizar a coleta e o encaminhamento dos celulares arrecadados na campanha para reciclagem. Essa ong socioambiental foi criada em 1985, em Curitiba, por descendentes da Província Fukuoka, do Japão. Além de semear a cultura japonesa, uma das vertentes da Fukuoka é o descarte correto de resíduos sólidos urbanos, com todas as certificações e licenças ambientais exigidas.

A Érgon Green Empreendimentos Logísticos e Ambientais Ltda. também é parceira da Reciclecel como gestora dos resíduos e certificadora. A empresa tem como áreas de atuação Meio Ambiente, Projetos e Logística reversa. A Érgon Green preza e estimula à adoção de valores sustentáveis de produção, consumo e gestão integrada.

A campanha Doe Seu Celular encerrou 2014 com mais de 447 pontos de coleta espalhados pelo Brasil. Foram arrecadados aproximadamente 42.870 celulares e 9.060 baterias avulsas, o que equivale a 3.770 toneladas de resíduos sólidos descartados corretamente em território nacional. Mais de 3.115.800.000 litros de água, o equivalente a 1.246 piscinas olímpicas (de 50m x 25m e 2,20m profundidade cada) não foram contaminadas com essa atitude consciente da população brasileira.

O Relatório anual 2014 da UEB, divulgado em abril de 2015, trazem os dados estatístico da campanha Doe Seu Celular.

**Campanha de reciclagem de celulares**

Em parceria com a empresa Reciclecel, participamos da campanha "Doe seu celular", arrecadando celulares antigos e sem uso, e auxiliando na conscientização para o descarte correto dos aparelhos e baterias. A campanha teve duração de dez meses e contou com a participação de 26,1 mil escoteiros de 343 grupos. Foram arrecadados 42,8 mil telefones móveis e 9 mil baterias - esses números representam mais de três bilhões de litros de água livres de contaminação, o suficiente para encher mais de 1,2 mil piscinas olímpicas.

42,8 mil  
telefones arrecadados

9 mil  
baterias

Fonte: Relatório anual 2014 UEB



Essa campanha ganhou visibilidade na mídia com mais de 124 inserções gratuitas nos principais veículos de comunicação nacional e local, entre eles G1<sup>14</sup>, Gazeta Catarinense<sup>15</sup>, Catraca Livre<sup>16</sup>, Gazeta do Povo e 98FM Curitiba<sup>17</sup>.

Nos primeiros meses deste ano começaram as filmagens para o vídeo institucional que deve ser lançado até julho. A assessoria de imprensa, redes sociais e blogs continuam sendo administrados pela sócia Hermine Tham e pela autora deste artigo, que atualmente é estagiária no grupo, Ana Cristina Herrero de Moraes.

Entre as atividades desenvolvidas estão a divulgação do andamento da campanha Doe seu Celular e o planejamento de estratégias para ampliar a conscientização da população sobre o tema, visto que o assunto ainda é pouco disseminado no Brasil, mesmo estando em vigor a Lei n. 12.305 (BRASIL, 2010), que em seu artigo 3º aborda a destinação correta dos resíduos por meio da logística reversa, maneira recomendada de se evitar danos e riscos à saúde pública, além de reduzir os impactos ambientais.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n. 12.305, de 2 de agosto de 2010. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 2 ago. 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2014.

BUENO, W. C. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri: Manole, 2003.

KUNSCH, M. M. K. Auditoria da comunicação organizacional. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 236-252.

\_\_\_\_\_. Gestão integrada da comunicação organizacional e os desafios da sociedade contemporânea. **Comunicação & Sociedade**. São Paulo, n. 32, 1999. p. 69-82.

\_\_\_\_\_. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

\_\_\_\_\_. Planejamento estratégico e excelência da comunicação. In \_\_\_\_\_. **Obtendo resultados com relações públicas**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1997.

---

<sup>14</sup> [Matéria G1](#)

<sup>15</sup> [Matéria Gazeta Catarinense](#)

<sup>16</sup> [Matéria Catraca Livre](#)

<sup>17</sup> [Matéria 98FM Curitiba](#)



MORAIS, A. C. H.; RUOSO, R. C. **Plano de comunicação para o Grupo Reciclecel.** 40 f. Trabalho de Graduação (Tecnologia em Comunicação Institucional) – Setor de Educação Profissional e Tecnológica, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação:** integrando teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.