

Decisão estratégica

*Quase metade das 500 maiores empresas brasileiras
já terceirizam a impressão de documentos*

POR ANDERSON GURGEL



UMA DAS AÇÕES MAIS SIMPLES que se pode fazer em um computador é pedir um *print*, ou seja, uma impressão. Contudo, por trás de um processo quase automático como esse estão ocultas preocupações como custos, controle e segurança das informações estratégicas e melhoria de processos internos. Funcionários que imprimem material de uso pessoal, ou o esquecimento de uma planilha financeira importante na impressora por horas são apenas dois dos fatores que podem comprometer a eficiência da gestão de uma empresa.

O problema é que, com raras exceções, investir na gestão de impressão de documentos não é o foco das empresas, porque além de gerar gastos, não agrega valor ao negócio. Isso explica por que o mercado de impressão terceirizada deu um salto de 28,8% no Brasil em 2006, segundo a consultoria IDC. Os dados são da pesquisa Latin America Printing Outsourcing 2007, que mostra que cerca de 10,7 bilhões de páginas foram impressas em empresas a partir de um prestador de serviço terceirizado. Entre as 500 maiores companhias do Brasil, 41% já terceirizaram o departamento de impressão.

E há ainda mais espaço para expansão. Para a consultoria IDC, a terceirização da impressão de documentos deve ganhar um novo impulso, já que não se trata mais de simples redução de custos, mas de segurança, onde a guarda e gestão de documentos passa a ser uma questão estratégica. A projeção da consultoria é que, até 2010, o número de páginas impressas por empresas de terceirização deve chegar a 17 bilhões.

Outro estudo, desenvolvido pelo consultor Dagoberto Hajjar, da Advance Marketing, mostra que os contratos de serviços de impressão - que incluem impressoras, suprimentos, manutenção, suporte e a troca periódica das máquinas - têm sido a solução para as empresas que são consumidoras intensivas de tecnologia. Esse tipo de contrato permite que o cliente não compre mas "alugue" as máquinas sob a forma de um contrato de serviço, evitando investimen-



COSTA JR, DA ALLDORA: "O que está em jogo é o controle das informações"

Múltis
começam
terceirização
pelo Brasil

to para a aquisição desses aparelhos que rapidamente se tornam ultrapassados. "Outra vantagem é que os serviços são facilmente ajustados à demanda do cliente e ao fluxo de caixa", destaca o especialista.

Ainda segundo dados do IDC, o Brasil representa 60% de todo o mercado de serviços *outsourcing* (nome em inglês para terceirização) de impressão contratados na América Latina. Segundo a consultoria, as empresas multinacionais que atuam na região começam a terceirização pelo Brasil e depois ampliam o serviço para unidades de países vizinhos. Isso pode ser visto na prática no caso da Alldora Tecnologia. Oestes Marques Costa Júnior, sócio-diretor, revela que a empresa já atua no Chile, México e Peru. Para Costa Júnior, o que está em jogo é mais que controlar as impressões, mas controlar as informações, determinando acessos restritos - o que ainda ajuda a saber quanto custa, quem mais imprime, o que imprime e daí por diante. "São dados estratégicos para a gerência, que levam a melhorias de processo", afirma.

Um dos clientes da Alldora é a PST Eletrônica. A empresa, que atua no segmento de alarmes para o mercado automotivo e que tem como carro-chefe produtos da marca Pósitron, apostou na estratégia de focar os investimentos no seu negócio principal, buscando parceiros para cuidar dos serviços complementares, como a gestão da impressão de documentos. Paulo Sérgio Gouveia, diretor de Tecnologia da Informação da empresa, explica que gastava muito tempo e dinheiro com suporte aos equipamentos, manutenção e reposição de suprimentos. Com a

transferência desse processo para a Alldora Tecnologia, a PST ganhou em qualidade, à medida que os usuários passaram a contar com equipamentos de ponta e suporte mais ágil; e ainda cortou 20% dos custos em seis meses.

Integração

A PST está iniciando agora uma nova rotina para melhorar o controle efetivo dos gastos com impressão, com uma política de divulgação do consumo de impressão por gerente, para obter a redução de 20% na quantidade de páginas impressas. A segunda fase do projeto, que deve ocorrer ainda no primeiro semestre, envolverá a interligação desse processo de *outsourcing* à fábrica da PST, localizada em Manaus, além da implantação de solução de Gestão Eletrônica de Documentos (GED) e Nota Fiscal Eletrônica.

Anderson Conesa, diretor da Gedprint, outra grande fornece-



PELEGRIN, DA NEWTECHNO:
"Terceirização foi decisão acertada"

dora de serviços de gerenciamento de impressão, comenta que a empresa enxerga os conteúdos documentais de uma empresa como a maior riqueza dos seus clientes. "Contudo, entendemos que esta área pode ser terceirizada e tratada com muita seriedade,

praticidade e segurança", afirma. A Gedprint está oferecendo soluções de *outsourcing* de impressão já integradas com GED, além de conteúdos retroativos (*storage*), guarda física de documentos com segurança, fluxo de documentos (*work flow*), SGI/IDM (gerenciamento de identidade de acesso) e ECM (gerenciamento de conteúdos). Na carteira de clientes da Gedprint estão empresas como Mediai, Honda, Eucatex e Calóí.

Custos ocultos

Samuel Silva, gerente de processos e infra-estrutura da Triples, que também atua na área de *outsourcing* de impressão, explica que a empresa busca a simplificação dos processos por meio da terceirização e centralização das impressões, com soluções aderentes ao cliente, visando à gestão total e redução significativa dos custos. "Para isso, as soluções são desenhadas considerando a



Fonte: Triples



estrutura organizacional e desenvolvidas com a área de TI dos clientes", acrescenta.

O executivo enfatiza que, no mundo dos negócios de hoje, a velocidade na tomada de decisões e a flexibilidade nas estruturas é fundamental para atingir metas e objetivos definidos. "Portanto, soluções de gerenciamento de impressão não são mais uma possibilidade e sim uma necessidade, visto que têm como objetivo principal reduzir custos e otimizar processos."

Um ponto fundamental é fazer um mapeamento dos custos de impressão. Para a Triples, o *hardware* é responsável por 5% dos gastos, e os custos operacionais levam outros 45%. A grande surpresa é que outros 50% são custos escondidos no processo, como enfatiza Silva, e apesar de extremamente importantes, seguem praticamente ignorados pelas empresas. Entre eles estão a depreciação das máquinas, atolamento de papel, treinamento de funcionários e até mesmo ressecamento de cartuchos.

Para contadores

Outra forma de se verificar a questão dos custos com impressão é proposta pela Alterdata, para as empresas da área contábil. Com grande experiência nesse ramo, a

Reduzir custos e otimizar processos

empresa está propondo um modelo diferenciado: ela tem hoje diversos clientes do setor que, por sua vez, possuem muitos clientes que precisam de inúmeras informações impressas, como folhas de pagamento, guia de recolhimento de impostos e diários razões.

Para otimizar esse relacionamento, foi colocado nos sistemas um recurso que permite enviar todos esses documentos pela *internet* (para o portal Document Center); dessa forma, a impressão saiu de dentro do escritório de contabilidade e foi para a ponta. Só imprime quem quer. Assim, economiza-se tempo de impressão e de entrega, uma vez que na rotina habitual era necessário imprimir os documentos contábeis e fazer a entrega para o cliente.

Uma grande vantagem do gerenciamento de impressão, ainda, é que é uma tecnologia acessível a todos os nichos de mercado e a todos os perfis de empresas. O IDC, no seu estudo realizado em 2007, percebeu uma movimentação dos fabricantes de impressoras para treinar seu canal de vendas para prestar os serviços de *Outsourcing* de impressão às pequenas e médias empresas.

Uma fornecedora que conhece bem o segmento das pequenas e médias é a Newtechno. Flávio Pellegrin Júnior, sócio-diretor da empresa, revela que o *outsourcing* de impressão foi uma decisão acertada. Criada no ano passado, a prestadora de serviços já ganhou vários clientes, até em outros estados brasileiros. "Somos jovens e temos grande experiência em trabalhos que precisam de cor e qualidade", diz. "Por isso temos tantos clientes no segmento de agências de publicidade." Um deles é a Bola Design, aberta em abril de 2007, especializada na criação de produtos gráficos. Cibeli Fontoura, coordenadora da empresa, explica que o estúdio é muito novo, mas precisava de equipamentos de qualidade para atender a seus clientes com bom material e rapidez. "A terceirização, aqui, foi a solução ideal - em termos de custo e de qualidade", conclui. ■