

1. Identificação da Empresa

Nome da Empresa:	Triip Ltd.
Sector de Actividade:	Gráfica
Actividade Principal:	Impressão e design
Cidade/País:	Tartu, Estónia
Ano de Fundação:	1993
Implantação da Empresa (2004):	1
Website (se existir):	www.triip.ee (em estónio)
Número de Empregados (2004):	Tempo Inteiro:15; Tempo Parcial:0; Mulheres:9; Homens:6
Volume de Negócios em 2004 (€):	900 000

2. Práticas de Responsabilidade Empresarial – Tópicos Principais

Área(s) Global(ais) de Enquadramento das Boas Práticas de RSE:	<input type="checkbox"/> Ética Empresarial <input type="checkbox"/> Local de Trabalho <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente <input checked="" type="checkbox"/> Mercado <input type="checkbox"/> Comunidade
Temas de RSE:	<input checked="" type="checkbox"/> Gestão ambiental <input checked="" type="checkbox"/> Práticas de negócio e produtos sustentáveis <input checked="" type="checkbox"/> Avaliação e medição ambientais; relatórios ambientais <input checked="" type="checkbox"/> Comunidade e envolvimento dos empregados
Principais Motivações para ser Responsável:	<ul style="list-style-type: none"> Formação pessoal, interesses, visão do mundo e valores dos gestores da empresa Diferenciar a empresa da concorrência Criação de um ambiente no qual os funcionários querem trabalhar todos os dias Preocupação com os empregados: interesse na cooperação a longo prazo e, portanto, na criação de condições para que os empregados utilizem o seu horário de trabalho com o máximo de produtividade num ambiente de trabalho favorável Contribuir para a consciencialização dos empregados e famílias sobre o estilo de vida "amigo do ambiente", proporcionando-lhes experiências em primeira mão deste estilo de vida
Alguns Exemplos de Iniciativas Socialmente Responsáveis na(s) Área(s) Global(is) Identificada(s):	<ul style="list-style-type: none"> Utilização de "Energia Verde" para suprir as necessidades de energia O edifício da empresa foi reconstruído utilizando materiais de construção e princípios de construção ecológicos Manutenção de floresta "própria" plantada pelos empregados e suas famílias Introdução de "Impressão Verde" no mercado da Estónia
As Boas Práticas estão integradas numa Estratégia de Negócio mais Global? Sim/Não? Como?	Sim: <ul style="list-style-type: none"> Atraindo clientes que valorizam o desenvolvimento sustentável e a produção ecológica Diferenciando-se da concorrência
Benefícios para o Negócio:	<ul style="list-style-type: none"> Diferenciação no mercado devido a um produto ecologicamente responsável Lealdade dos clientes Aumento da motivação dos empregados; rotatividade dos empregados muito baixa Tornar-se um empregador procurado, para o qual as pessoas querem trabalhar Boa reputação e reconhecimento na Estónia através da muita atenção dada pelos <i>media</i> (TV, Jornais)

Partes Interessadas/Grupos a que se dirigem as Boas Práticas de RSE:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empregados, incluindo Administração ▪ Clientes ▪ Fornecedores ▪ Sociedade em geral; Ambiente
Benefícios para a Sociedade/Partes Interessadas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Local de trabalho mais saudável, feliz, prestigiante, produtivo e criativo para os trabalhadores ▪ Consciência ambiental acrescida, instilação da visão ecológica da vida a todos os que entram em contacto com a empresa ▪ Melhor ambiente – encorajamento da reciclagem (papel), gestão sustentável das florestas, uso de energia renovável
A Quem e Como Comunicou a Empresa as suas Acções:	<p>A clientes, parceiros e sociedade em geral, através dos seguintes meios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Website da empresa e website de “Impressão Verde” ▪ <i>Media</i> ▪ Materiais de divulgação a agências publicitárias ▪ <i>Banners</i> em páginas web relacionados com o ambiente e com o estilo de vida “amigo do ambiente”
Prémios / Certificações / Menções Honrosas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificado “Energia Verde” obtido em 2001 ▪ No concurso de 2003 para a “empresa mais amiga do ambiente”, levado a cabo pelo Departamento Ambiental da Câmara Municipal de Tartu, a Triip Ltd. foi reconhecida por estabelecer processos de produção ambientalmente sustentáveis
Dificuldades Encontradas na Implementação das Boas Práticas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O conceito de “Impressão Verde” é relativamente novo e é preciso muito esforço para que a sociedade se consciencialize dele
Mais Informação:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impressão Verde http://www.rohelinetrykis.ee/indexen.php (em Inglês) ▪ Relatório ambiental da Triip Ltd de 2002-2004 http://www.triip.ee/jalg.pdf (em Estónio)

3. Práticas de Responsabilidade Empresarial – Descrição

Em 2001, a gráfica Triip Ltd. adoptou várias **práticas “amigas do ambiente”** nas suas operações.

Em Fevereiro de 2001, a gráfica começou a **fazer a separação de papel e cartão inutilizado**. Em Agosto, o escritório e a gráfica foram mudados para um **novo edifício, reconstruído com materiais de construção ecológicos**. Em Dezembro, a Triip recebeu o **certificado “Energia Verde”** (por comprar mais de 6.000 kWh de energia por ano a fontes de energia renováveis) e começou a **medir o seu consumo de energia anual** (Conceito de *Ecological Footprint*) em unidades absolutas (kg, kWh, m³, etc.). Outros utilizadores da “Energia Verde” têm 5% de desconto em todos os seus produtos e serviços.

A partir de **2002**, a Triip Ltd. tem publicado o seu relatório ambiental, que está acessível no website da empresa.

No início de **2003**, a empresa adoptou a sua **política ambiental e estratégia ecológica**.

Procura implementar o uso de tecnologia “amiga do ambiente” no equipamento gráfico e de escritório. A empresa mantém a sua “própria” floresta, plantada pelos empregados, como parte das suas actividades anuais. Para além do referido, também são realizadas em conjunto várias outras actividades relacionadas com o ambiente.

Para além de desenvolver internamente práticas amigas do ambiente, a Triip Ltd. promove operações ecológicas em indústrias conexas – e.g. em madeiras (contra o abate excessivo e diminuição de habitats florestais), produção de papel (compra de madeira a fornecedores certificados pelo FSC - *Forest Stewardship Council*) – assim como advoga essas práticas entre os seus consumidores ao incentivar as pessoas a proteger a natureza através da reciclagem do seu lixo.

Faz parte da missão da Triip Ltd. a **introdução da “Impressão Verde” no mercado estónio**. O serviço é desenvolvido em estreita cooperação entre a Triip Ltd. e a Associação Estónia para a Natureza e através de uma página web especial, cuja manutenção é feita pela empresa (ver link em Mais Informação).

Ao escolher o serviço de Impressão Verde, o cliente pode reduzir fácil e substancialmente o impacto das suas acções no meio ambiente, pois

- Na “Impressão Verde” são usados óleos e resinas naturais, em vez de petroquímicos.
- Na “Impressão Verde” apenas se utiliza papel reciclado ou certificado.
- A “Impressão Verde” é feita na gráfica “amiga do ambiente” Triip Ltd.
- Parte do preço de cada “Impressão Verde” reverte para a Associação Estónia para a Natureza.

Os utilizadores do serviço de “Impressão Verde” têm o direito de apor nas suas publicações o logótipo “Impressão Verde” e, opcionalmente, o seguinte texto “Impresso em papel reciclado/certificado pelo FSC. A tinta de impressão é produzida a partir de óleos e resinas naturais.” Esta acção promove a consciência ambiental junto de áreas de negócio conexas e também junto do grande público onde estes produtos são distribuídos. Para além disso, a lista de clientes “Impressão Verde” é divulgada no site “Impressão Verde” da Triip Ltd. (ver link em Mais Informação).

Em Maio de 2005, a Triip Ltd. levou a cabo uma campanha de divulgação da “Impressão Verde” para incentivar os seus clientes a preferi-la em vez da impressão comum. A promoção incluía descontos nos preços da “Impressão Verde” até ao nível dos preços da impressão comum e a oferta de sementes e instruções para as plantar a quem estivesse interessado. Estas transformaram-se em lembranças da empresa para os seus clientes e parceiros, o que contribui para aumentar a consciência da necessidade de gestão sustentável de recursos florestais na Estónia.

Com base em todos os aspectos anteriormente mencionados, a Triip Ltd. posiciona-se como a empresa gráfica mais ambientalmente consciente da Estónia.

Nas relações com os seus empregados a Triip Ltd. valoriza bastante as pessoas e as suas famílias. Há várias actividades empreendidas em conjunto (ex., plantar árvores, acima mencionado). O escritório da empresa também foi concebido tendo em vista uma atmosfera agradável e relaxante, onde os empregados gostam de trabalhar e se sentem confortáveis.

A Triip Ltd. patrocina também alguns eventos públicos de grande escala e iniciativas no campo do desporto (Batalha do Leste – competição internacional de brake-dance para jovens; Simpel – evento de desportos radicais; Associação Estónia de Windsurf; ‘Volle’ - Clube de Voleibol da Universidade de Tartu) e da cultura (Festival de Teatro da Estónia).

4. Utilização em Contexto de Formação

A) Informação Adicional Relevante para a Exploração deste Estudo de Caso em Situações de Formação (critério de relevância: área(s) global(is) de enquadramento das boas práticas de RSE)

O que é a Energia Verde:

A Eesti Energia, em cooperação com a Associação Estónia para a Natureza, lançaram um projecto denominado “Energia Verde”, baseado em princípios de desenvolvimento sustentável.

O produto “Energia Verde” é o modo que a Eesti Energia encontrou para promover o uso de fontes de energia renováveis na Estónia e advogar a favor de práticas ambientalmente sustentáveis. O uso de energia 100% renovável como alternativa à energia derivada do petróleo é um passo considerável no sentido de uma sociedade mais limpa e mais saudável. A “Energia Verde” é vendida sob a forma de certificados de 4 categorias. Os certificados de categorias I e II são pensados para grandes clientes da Eesti Energia, os de categoria III são para empresas mais pequenas e instituições de direito público, os de categoria IV são para clientes residenciais. O número de certificados de “Energia Verde” é limitado.

Cada certificado de “Energia Verde” vendido reverte em parte a favor da Associação Estónia para a Natureza. Com base nos fundos recebidos da venda de “Energia Verde”, a Associação Estónia para a Natureza apoia vários projectos relacionados com a conservação da natureza e a protecção ambiental.

A “Energia Verde” é um produto que confere um estatuto de boa reputação e evidencia que o comprador do produto é ambientalmente consciente e tem uma postura de sustentabilidade.

Este caso pode ser usado para ilustrar as seguintes áreas gerais de enquadramento de boas práticas de RSE:

- Mercado
- Comunidade

B) Sugestões Pedagógicas para a Exploração deste Estudo de Caso em Situações de Formação (critérios de relevância: área(s) global(is) de enquadramento das boas práticas de RSE)

Algumas sugestões para usar este estudo de caso na formação.

AMBIENTE

Para compreender como é que um escritório pode funcionar de um modo amigo do ambiente nas suas actividades do dia-a-dia, dividir os participantes em grupos de 3-6 elementos e forneça a seguinte tarefa:

Muitas vezes, apenas por darem mais atenção ao assunto, as empresas poderiam trabalhar num ambiente bastante mais “amigo do ambiente”, que as poderia ajudar a diminuir custos. Pense num escritório médio de uma PME com cerca de 50 empregados, no seu país. O que poderiam fazer nas sua rotinas diárias para serem mais sustentáveis em termos de ambiente e reduzir também os gastos? Tenha em conta os diferentes processos que se verificam necessariamente num escritório.

Dê ao grupo cerca de 20 minutos para *brainstorming* e diga-lhes para escreverem as soluções em *flip-charts*. Conforme o número total de participantes, pode fazer a fase de síntese de várias maneiras. Pode por as folhas nas paredes e dizer aos outros participantes para irem ver o que cada grupo fez. Os grupos podem designar uma pessoa para permanecer junto ao seu *flip chart* para ajudar os outros a compreender as suas ideias. Depois de fazerem o percurso, pode perguntar a algumas pessoas para exporem as suas ideias e experiência da tarefa. Alternativamente, pode pedir a alguns grupos (ou a todos, conforme o número de grupos e o tempo disponível) para fazerem a apresentação do seu plano. Como conclusão, pode sintetizar os pontos-chave das apresentações.

MERCADO

Para compreender a realidade e desafios que acompanham a introdução de um novo produto no mercado, divida os participantes em grupos de 3-6 elementos. Forneça aos grupos as seguintes informações:

A introdução da “Impressão Verde” no mercado estónio ainda está longe de ter atingido todo o seu potencial – ainda há falta de consciência, de compreensão, de vontade e de apoio em relação ao produto. Você, como Direcção da Triip decidiu fazer algo em relação a esta situação. Em cerca de 30 minutos, conceba um esboço de um plano, conciso e tão pormenorizado quanto possível, das medidas que deveria empreender para levar mais clientes a escolher a “Impressão Verde” (por favor, tenha em consideração os recursos de que dispõe, enquanto PME, e a rentabilidade que deve manter numa perspectiva de longo prazo).

Após os 30 minutos, pode pedir a alguns grupos (ou a todos, conforme o número de grupos e o tempo disponível) para apresentarem os seus planos. Os outros podem fazer comentários e exprimir as suas opiniões. Pode terminar a sessão pedindo à audiência para concluir quais os factores de sucesso para introduzir um novo produto no mercado.