

ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS EM PROCESSOS FLEXOGRÁFICOS

SOCIO-ENVIRONMENTAL STRATEGIES AND PRACTICES IN FLEXOGRAPHIC PROCESSES

ESTRATEGIAS Y PRÁCTICAS SOCIOAMBIENTALES EN PROCEDIMIENTOS DE FLEXOGRAFÍA

Milton Luiz Wittmann

Doutor em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP)

Professor na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Endereço: UFSM, R. Mal. Floriano Peixoto, n. 1184, Centro, CEP: 97015-372. Santa Maria, RS, Brasil

Telefone: (055) 3220-9259

E-mail: wittmann@profwittmann.com

Fernando Batista Bandeira da Fontoura

Doutorando em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)

Endereço: UNISC, R. Jesus Gil, 2293, Universitário, CEP: 96815-900. Santa Cruz do Sul, RS, Brasil

Telefone: (51) 3717-7300

E-mail: fbfontoura@unisc.br

Luis Carlos Alves da Silva

Mestrando em Administração pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)

Endereço: UNISC, R. Jesus Gil, 2293, Universitário, CEP: 96815-900. Santa Cruz do Sul, RS, Brasil

Telefone: (51) 3717-7300

E-mail: luis@suppry.com.br

Mariane Beatriz Wittmann

Mestranda em Gestão Pública na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Endereço: UFSM, R. Mal. Floriano Peixoto, n. 1184, Centro, CEP: 97015-372. Santa Maria, RS, Brasil

Telefone: (055) 3220-9259

E-mail: marianebwittmann@gmail.com

Artigo recebido em 18/02/2017. Revisado por pares em 02/03/2017. Reformulado em 15/04/2017. Recomendado para publicação em 18/04/2017. Publicado em 30/05/2017. Avaliado pelo Sistema *double blind review*.



©Copyright 2008 UNISUL-PPGA/Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios. Todos os direitos reservados. Permitida citação parcial, desde que identificada a fonte. Proibida a reprodução total.

RESUMO

Este presente estudo tem por objetivo identificar estratégias de sustentabilidade socioambientais em processos de impressão flexográfica de etiquetas. A pesquisa consistiu-se em uma revisão bibliográfica, seguida por um estudo exploratório-descritivo de natureza qualitativa, com coleta de dados por questionário semiestruturado e descrições de ações socioambientais desenvolvidas por uma empresa, além do acesso a informações e documentos. À guisa de uma conclusão, o artigo faz uma análise dos parâmetros conceituais de práticas socioambientais e a identificação de práticas de sustentabilidade da empresa.

Palavras-chave: Estratégias; Sustentabilidade; Gestão ambiental; Práticas sustentáveis; Flexografia.

ABSTRACT

This study aims to identify social and environmental sustainability strategies in flexographic label printing processes. The research consisted of a bibliographic review followed by a descriptive-exploratory study of qualitative nature, with data collection by semi-structured questionnaire and descriptions of socio-environmental actions developed by one company, as well as access to information and documents. As a conclusion, the article analyzes the conceptual parameters of socio-environmental practices and the identification of sustainability practices of the company.

Keywords: Strategies; Sustainability; Environmental management; Sustainable practices; Flexography.

RESUMEN

Este presente estudio tiene por objetivo identificar estrategias de sustentabilidad socio ambientales en procesos de impresión por flexografía de etiquetas. La investigación consistió en una revisión bibliográfica seguida por un estudio exploratorio-descriptivo de naturaleza cualitativa, con recolección de datos por cuestionario semiestruturado y descripciones de acciones socio ambientales desarrolladas por una empresa, además del acceso a informaciones y documentos. A la conclusión, el artículo plantea los parámetros conceptuales de las prácticas socioeconómicas y la identificación de las prácticas de conducta de la empresa.

Palavras-chave: Estrategias; Sostenibilidad; Gestión ambiental; Prácticas sostenibles; Flexografía.

1 INTRODUÇÃO

A indústria de impressão gráfica proporciona designs que chegam aos clientes com informações técnicas em formato de layout de apresentação e expressão visual. Cruz (2011) afirma que num supermercado médio existem cerca de 27 mil itens à nossa disposição e que o tempo de um consumidor na loja leva em média 45 minutos. Neste contexto, pode-se realizar a equação: 45 minutos X 60 = 2.700 segundos, ou seja, obtemos visualmente 10 itens por segundo. Conforme a POPAI Brasil (2004) 81% da decisão de escolha entre marcas são tomadas no ponto de venda e, além disso, Mestriner (2011) levanta a estimativa que a cada ano são lançados, no Brasil, cerca de seis mil produtos. Nesta senda, a etiqueta de um produto é fator que influencia o cliente na hora de efetuar a compra de um produto, pois se bem desenvolvido tem capacidade de se destacar frente aos demais.

Segundo Zukowski (2011), a etiqueta de um produto compreende o desenvolvimento de um projeto inicialmente voltado para a indústria com o intuito de cativar possíveis consumidores, cujo designer deve associar o processo de produção da embalagem ao desenvolvimento de layout atendendo às expectativas da indústria e do usuário final. Durante o percurso de execução do projeto existem etapas distintas que envolvem a escolha e definição de matérias-primas, os sistemas produtivos, as técnicas de reprodução em série, os estudos sobre o mercado e o desenvolvimento da comunicação visual.

As tecnologias de visualização auxiliam a democratização do design criativo (AMBROSE e HARRIS, 2009). Contudo, o entendimento sobre os processos de impressão é importante para produzir designs eficazes e atraentes, uma base a partir da qual a criatividade pode surgir, sendo difícil imaginar a vida diária sem materiais impressos. Negrão e Camargo (2008) fazem um questionamento sobre o assunto:

[...] imagine uma caixa de amido de milho ou um pacote de farinha de trigo, provavelmente você se lembrou de Maizena ou da farinha Dona Benta. Quem 'emprestou' uma imagem a cada um desses produtos foi a embalagem com uma imagem impressa, pois o produto em si, é um pó que não consegue se identificar ou se classificar com facilidade (NEGRÃO; CAMARGO, 2008, p.336).

Os produtos são consolidados por marcas e as marcas 'recebem vida' através dos meios visuais e produtivos – no caso das embalagens – de impressão e confecção, transformando matérias-primas em recipientes com a aplicação de rótulos, imagens, cor,

formas e informações. Cada marca possui sua identidade visual associada aos seus produtos identificando a sua própria expressão gráfica aos seus consumidores. Conforme Sousa (2001), com o desenvolvimento da computação gráfica e das tecnologias de impressão, as estratégias de apresentação visual das marcas incorporaram muitos recursos utilizados na apresentação dos produtos. Efeitos visuais mais complexos e sofisticados passaram a sugerir volumes, perspectiva, brilho e movimento por meio de sutis variações cromáticas e tonais, oferecendo inovações quanto ao tratamento das formas e texturas similares às superfícies metálicas.

Sousa (2001) comenta que os recursos da computação aplicados à indústria gráfica propiciaram a popularização da impressão fotográfica sobre os mais diversos tipos de suportes, como papéis e plásticos. Os processos de reprodução tornaram-se práticos e quase ilimitados, permitindo aos designers utilizarem livremente as variações cromáticas e os efeitos visuais complexos que, até então, eram inviáveis diante das dificuldades de impressão. Muitas empresas então passaram a investir massivamente no desenvolvimento de rótulos e etiquetas sofisticadas como apelo visual para atrair os consumidores e vender seus produtos. Esse fato estimulou a concorrência devido à similaridade dos produtos e os rótulos e etiquetas tornaram-se diferenciais entre os concorrentes e as empresas passaram a desenvolver parcerias com gráficas para obterem designs diferenciados.

O setor gráfico hoje trabalha constantemente com palavras que envolvem sustentabilidade, projetos sustentáveis, ações sociais e questões ambientais, passando, estas, a fazer parte do planejamento estratégico. Igualmente, discussões socioambientais, diante das crescentes dificuldades impostas por um modelo econômico, que procura contabilizar todos os elementos do meio ambiente e convertê-lo em capital, passaram também a envolver o homem como epicentro do universo. Entretanto, as empresas ainda têm se apropriado de forma agressiva dos recursos naturais interferindo no equilíbrio dos ecossistemas, esquecendo-se que os recursos são finitos e de difícil reparação com fortes inferências ambientais.

Ao ponderar as responsabilidades socioambientais na gestão estratégica de negócios, uma organização pode relevar esta medida não somente por obrigação legal, mas com o intuito de refletir benefícios na sociedade envolvida. Neste contexto, incorporar critérios de

responsabilidade socioambiental, que se traduzam em políticas de inclusão social e promoção da qualidade ambiental, tornou-se um desafio às organizações (GOMES, 2006).

Neste artigo, fruto de uma pesquisa, faz-se uma descrição de práticas socioambientais da empresa Suppry Etiquetas do Vale do Taquari do estado do Rio Grande do Sul, com base em conceitos de desenvolvimento sustentável e dos processos associados à atividade flexográfica. A análise concentra-se em torno da necessidade de ligação entre os dois termos para que se promova um desenvolvimento sustentável dentro do processo de impressão flexográfica, na qual os elementos são compreendidos enquanto limites de uma produção industrial de uma gráfica para se repensar ações ambientalmente sustentáveis.

O objetivo do artigo consistiu em identificar estratégias e ações de sustentabilidade ambiental e mudanças de comportamentos, explicitando ações socioambientais desenvolvidas pela empresa Suppry Etiquetas, além de descrever a nova filosofia de gestão e das práticas baseadas no tripé: econômico, social e ambiental, evidenciando ações inovadoras da organização no segmento flexográfico.

2 MEIO AMBIENTE

A expressão meio ambiente (*milieu ambient*) foi utilizada pela primeira vez pelo francês Geoffroy de Saint-Hilaire na obra *Études Progressives d'Un Naturaliste* de 1835, que tem a palavra meio como contexto, espaço ou lugar (*milieu*). Já ambiente deriva diretamente do latim, "o que rodeia por todos os lados" (MILARÉ, 2005, p.98).

Milaré (2005) comenta que o meio ambiente compreende a natureza que envolve o solo, a água, o ar, a flora e a fauna acrescidos de todos os elementos criados e modificados pelo ser humano, como as áreas urbanas e rurais, as indústrias, produtos de consumo e bens culturais e históricos com os quais o ser humano interage direta ou indiretamente. Neste sentido, o meio ambiente não se restringe apenas aos conjuntos biológicos, pois envolve também os fatores naturais ligados ao modo de vida das pessoas e às diferentes manifestações interativas entre o homem e a natureza.

Lima e Silva (1999), definem Meio Ambiente como um conjunto de fatores naturais, sociais e culturais que envolvem um indivíduo e com os quais ele interage, influenciando e

sendo influenciado por eles.

Essa definição ultrapassa os conceitos puramente físicos e biológicos para englobar as transformações que o ser humano faz em seu habitat visando sobrevivência. O meio ambiente fornece ao ser humano aspectos positivos, porém o ser humano o altera de forma significativa proporcionando interatividades, inclusive relativo à totalidade e interdisciplinaridade:

[...] o conceito de meio ambiente é totalizador embora possamos falar em meio ambiente marinho, terrestre, urbano, etc., essas facetas são partes de um todo sistematicamente organizado onde as partes, reciprocamente, dependem uma das outras e onde o todo é sempre comprometido cada vez que uma parte é agredida. (AGUIAR, 1999, p. 36).

Infere-se que o meio ambiente não é somente a natureza em sua forma pura e intocável, pois todos os elementos nele inseridos são associados às interferências do homem. Neste sentido, o meio ambiente natural constitui o conjunto de todas as espécies existentes independente da ação do ser humano, como a fauna, a flora, o solo, o ar e a água. O meio ambiente cultural são as manifestações de cultura de um povo, porém com um valor especial adquirido, uma vez que é integrado pelo patrimônio artístico, arqueológico, paisagístico e turístico.

Destaca-se que o conceito legal de meio ambiente surgiu com a Lei nº 6.938/81 (Política Nacional do Meio Ambiente), em seu artigo 3º, inciso I, que descreve o meio ambiente como "o conjunto de condições, leis, influências, alterações e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas" (BRASIL, 1981).

Em 1988, a Constituição da República Federativa do Brasil (CF/88), no artigo 225 define o direito ao meio ambiente como um direito fundamental do cidadão: "todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações" (BRASIL, 1988).

A partir da CF/88 instituem-se também os conceitos de meio ambiente cultural nos artigos 215 e 216; meio ambiente artificial nos artigos 21, inciso XX, artigo 182 e artigo 225; e meio ambiente do trabalho no artigo 7, inciso XXII e artigo 200, inciso VII e VIII, que são de Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 2, mai./ago. 2017.

importância, pois representam a proteção do meio ambiente e dos seres vivos sob a soberania do Estado brasileiro (BRASIL, 1988).

Destaca-se a existência de consenso quanto às concepções sobre o meio ambiente. Estas devem se ater não somente aos fatores biológicos, mas também aos fatores sociais, como àqueles ligados ao modo de vida dos seres humanos e às suas diferentes manifestações, por fim, o meio ambiente ecologicamente equilibrado se constitui como a existência do equilíbrio socioambiental.

Analisar o meio ambiente como uma dimensão para o desenvolvimento é fundamental para a gestão empresarial quando se pensa em desenvolvimento de uma nação. Hart e Mielstein (2003) apontam para a importância da sustentabilidade não apenas como econômica, mas associada a estratégias emergentes que geram valor ao se moverem para um mundo sustentável. De acordo com a Comissão de Brundtland (1987) desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades. Igualmente, Elkington (1998) também afirma que ações de sustentabilidade contribuem para o desenvolvimento ao gerarem benefícios econômicos, sociais e ambientais conhecidos como os três pilares do desenvolvimento sustentável.

3 DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE

O desenvolvimento sustentável surgiu a partir da insustentabilidade do modelo de desenvolvimento com base precípua do crescimento apenas econômico e da transformação indiscriminada de bens em capital. Este modelo é conhecido pelos seus impactos socioambientais globais que acarretam malefícios ao meio ambiente, como: aumento da desigualdade social entre as civilizações, aumento da escassez dos recursos naturais não renováveis, a má distribuição de riquezas, o consumismo desenfreado, o desperdício, enfim, a destruição do meio em suas diversas interfaces. Igualmente, este conceito de desenvolvimento esteve, durante muito tempo, atrelado à ideia de acúmulo de riqueza como propulsor do progresso e da modernidade crescente.

Na visão de Lamóglia e Sermann (2008), o que se observa é que, por muito tempo, o homem agiu sem prever os efeitos que suas ações podiam causar para a humanidade,

utilizando-se dos recursos naturais sem a percepção da interdependência entre os fatores econômico, social e ambiental que ocasiona danos irreversíveis para o planeta terra.

Segundo Souza (1999, p. 20), “existem duas correntes distintas que compreendem o desenvolvimento interligado ao crescimento econômico”. Uma primeira corrente de economistas, de inspiração mais teórica, considera crescimento como sinônimo de desenvolvimento e uma segunda corrente, voltada para a realidade empírica, entende que o crescimento é condição indispensável para o desenvolvimento, mas não é condição suficiente.

A ideia de progresso a qualquer custo permaneceu válida até a metade do século XX, contudo passou a ser questionada a partir dos desastres ambientais e das potencialidades dos efeitos das bombas atômicas. O questionamento que passa a ser mais comum no século XXI critica a forma de desenvolvimento com base em crescimento como um retrocesso para a humanidade, uma vez que só ampliou as diferenças entre os homens, demonstrando que o desenvolvimento econômico e material são partes de um sistema importante que, no entanto, tornam-se insuficientes para a promoção do desenvolvimento humano na medida em que este busca melhorias nas diversas interfaces humanas, sociais e ambientais.

As questões ambientais passaram a ser discutidas em a cinco décadas, o que representa pouco tempo para reflexão e entendimento dos problemas ambientais nacionais e globais, como também para a verificação da eficácia de ações voltadas para a minimização dos impactos socioambientais (LEAL, 2009).

A visão de desenvolvimento alinhada à flexibilização organizacional, segundo Marcuse (1973) deve ser vista de forma multidimensional e não apenas na visão da economia clássica focada no crescimento como unidimensionalismo econômico, no que se refere às questões macro e interorganizacionais.

Na verdade, nos últimos anos, a palavra sustentabilidade passou a ser usada com sentidos tão diferentes que até já se esqueceu de qual foi a sua gênese, bem anterior à atual aplicação ao desenvolvimento, à sociedade e até à cidade. Em algum momento das últimas décadas do século XX, um velho conceito da biologia populacional passou a ser transferido, por analogia, para os sistemas humanos. Contudo, mesmo nas áreas mais familiarizadas com o tema, a ideia de sustentabilidade ainda esbarra em conhecimentos rudimentares sobre os possíveis comportamentos dos ecossistemas. (VEIGA, 2005, p. 163).

A sustentabilidade pode ser entendida como forma de sustentação da vida, ou melhor, de um modo de vida sustentável com significativa diminuição dos impactos ambientais causados pelo ser humano dentro dos limites socioambientais.

Atualmente, a expressão sustentabilidade passou a evocar uma espécie de ética, em função de que a continuidade da existência da vida no planeta terra depende diretamente do uso responsável dos recursos ambientais para que perdure o equilíbrio ecológico. A sustentabilidade, segundo Veiga (2005), não é e provavelmente nunca será de natureza quantitativa em termos aritméticos ou lineares como pregaria a corrente positivista, para a qual a sustentabilidade é questionável, pois esta nunca poderia ser encontrada em seu estado na forma cartesiana e, portanto, é contraditória.

Veiga (2005) comenta que a sustentabilidade se equivale à ideia da manutenção e sustentação da vida nos seus diferentes aspectos. Significa na prática a mudança de comportamento e de atitudes corriqueiras e cotidianas como no uso racional da água e na separação do lixo. Atitudes, essas, que estejam em sintonia com as leis da natureza, que só são possíveis de executar se efetivamente for implantada a educação ambiental com ênfase em costumes sustentáveis para gerações do presente e do futuro.

Segundo Cavalcanti (2001), sustentabilidade significa a possibilidade de se obter condições iguais ou superiores de vida para um grupo de pessoas e seus sucessores em dado ecossistema. Tal conceito equivale à ideia de manutenção de nosso sistema de suporte da vida tratando-se do reconhecimento do que é biofisicamente possível em uma perspectiva de longo prazo.

A partir destas constatações, pesquisadores, pensadores e ambientalistas passaram a projetar um novo modelo de desenvolvimento que gerasse aspectos positivos aos seres humanos. Este modelo seria inovador em relação ao tradicional, que transformaria o desencanto ambiental provocado pelo sistema capitalista globalizado em um modelo sustentável que libertasse as pessoas da ganância e do lucro a qualquer preço.

Almeida (2002, p. 25) expôs a noção de desenvolvimento sustentável, tendo como uma das premissas fundamentais “o reconhecimento da insustentabilidade ou inadequação econômica social e ambiental do padrão de desenvolvimento das sociedades

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 2, mai./ago. 2017.

contemporâneas”. Essa noção surgiu da compreensão da finitude dos recursos naturais e das injustiças sociais provocadas pelo modelo de desenvolvimento vigente.

Cavalcanti (2001, p.153), enfatiza que "sustentabilidade significa a possibilidade de se obterem continuamente condições iguais ou superiores de vida para um grupo de pessoas e seus sucessores em dado ecossistema". Certamente, essa afirmação interfere no atual modelo de desenvolvimento em um sistema globalizado e integrado, em que a economia se sobrepõe aos aspectos ecológicos, culturais e sociais.

4 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

De acordo com Costa (2007):

[...] a pesquisa nasce de uma preocupação com alguma questão, ela provém, quase sempre, de uma insatisfação com respostas que já temos, com explicações das quais passamos a duvidar, com desconfortos mais ou menos profundos em relação a crenças que, em algum momento, julgamos inabaláveis. (COSTA, 2007, p.15-16).

A presente pesquisa, neste sentido, fruto de preocupações socioambientais, constituiu-se em um estudo de caso exploratório. Que de acordo com Gil (1991), a pesquisa exploratória proporciona familiaridade com o problema e sua execução é flexível de forma que se possa considerar diferentes aspectos do problema a ser estudado aliado ao aprofundamento de ideias, descobertas e intuições com aplicação de questionários e entrevistas.

A pesquisa, igualmente, foi descritiva-explicativa devido a descrição das características do caso. Segundo Gil (1991) algumas pesquisas descritivas aproximam-se das explicativas, servindo para proporcionar uma nova visão do problema de pesquisa.

A pesquisa observou questões que envolveram o desenvolvimento sustentável de uma gráfica de impressão flexográfica, a fim de tornar seu processo fabril menos impactante ao meio ambiente. Demonstrar que é possível uma empresa desenvolver políticas internas com foco em gestão ambiental, buscando novas formas de sustentabilidade que evitem a degradação ambiental.

A pesquisa envolveu acesso a documentos da empresa e entrevistas com gerentes e supervisores que vivenciaram tanto no planejamento como nas práticas socioambientais

descritas neste estudo.

5 AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

O ambiente competitivo tradicional estimulou as empresas a buscar o lucro a qualquer restringindo investimentos em sustentabilidade ambiental. Hoje, no entanto, a sociedade, frente a novos parâmetros competitivos, passou a implementar leis e códigos éticos de conformidade nos quais as empresas passaram a incluir em seu planejamento estratégico ações que priorizam o desenvolvimento de ações socioambientais alinhadas com a capacidade do ser humano interagir com o mundo, preservando o meio ambiente evitando comprometer os recursos naturais a gerações futuras. Esse objetivo, no entanto, é complexo, pois atende a um conjunto de variáveis interdependentes, mas que deve ter a capacidade de integrar questões sociais, econômicas e ambientais.

5.1 A EMPRESA

A empresa Suppry Etiquetas localiza-se no município de Estrela no estado do Rio Grande do Sul, que é um dos polos de diversificação de maior crescimento no estado do Rio Grande do Sul e atende, com seus serviços, todo o mercado nacional.

Seus diferenciais competitivos constituem-se na existência de Máquinas de última geração, profissionais capacitados e uma equipe de vendas atenta às necessidades mercadológicas. A mesma é ciente da necessidade de se reinventar em todos os seus processos e das implicações em pessoas e da necessidade de ater-se em desenvolver ações socioambientais.

5.2 IMPRESSÃO FLEXOGRÁFICA BANDA ESTREITA

O processo de impressão flexográfico, denominado de flexografia, reporta-se a dois processos distintos. O primeiro é a impressão de banda larga (embalagens) e o segundo é a impressão de banda estreita (etiquetas e rótulos), sendo este último o objeto do presente estudo, no qual a impressão de rótulos e etiquetas constitui-se na atividade principal da Suppry Etiquetas.

A flexografia é um processo de impressão direta, feito com a matriz, clichê de

borracha ou foto polímero, em relevo. O princípio é o mesmo dos carimbos, nos quais os elementos, que serão impressos, ficam em relevo na matriz e recebem tinta, sendo impressos no suporte a partir da pressão aplicada. Devido à sua velocidade e da grande tiragem em baixo custo, a flexografia se tornou uma opção competitiva para impressão de embalagens flexíveis, considerando que na flexografia cada cor corresponde a uma tinta diferente e as máquinas se utilizam de seis a doze tintas a base de água.

Com os avanços tecnológicos, Villas-Boas (2008) comenta que é necessário dividir o processo em três grandes grupos: as flexografias rudimentares, as convencionais e as de última geração. A flexografia rudimentar é utilizada em embalagens com o único propósito de proteger o produto, já que proporciona problemas de impressão visíveis a olho nu, como squash em excesso, falhas nas áreas de tinta uniforme e elementos com contornos muito irregulares. A flexografia convencional destaca-se como a mais empregada nos parques gráficos no Brasil e no mundo, devido ao baixo custo em altas tiragens e com resultados razoáveis de impressão. Villas-Boas (2008) salienta que este tipo de flexografia gera resultados melhores com impressos a traço, mas menor rendimento nos meios-tons, devido ao já citado ganho de ponto, causador da má definição em elementos pequenos e detalhados. Por último, a flexografia de última geração combina inovações nas matrizes, nas tintas e nos equipamentos de impressão responsáveis por melhor resolução com pontos invisíveis a olho nu, pela diminuição extraordinária do ganho de ponto, como também na redução significativa do squash, sendo este o modelo utilizado pela Suppry Etiquetas.

5.3 AÇÕES SOCIOAMBIENTAIS DA EMPRESA

A Suppry Etiquetas entende que todas as suas atividades podem infringir impactos positivos ou negativos no meio ambiente. Dessa forma a empresa mantém ações ambientalmente sustentáveis para que os impactos negativos gerados pela sua atividade industrial sejam minimizados e, se possível, que eles venham a ser neutralizados.

Neste porvir, o grande desafio da empresa é buscar um desenvolvimento ambientalmente sustentável, sendo essa uma das prioridades estratégicas definidas no âmbito estratégico da Suppry Etiquetas. Através do mesmo a empresa pretende promover uma economia que seja não apenas competitiva, mas também eficiente em termos de utilização dos recursos, tornando suas ações sociosustentáveis tanto na forma econômica

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 2, mai./ago. 2017.

como social e ambiental, a exemplo de:

- **Logística reversa:** desenvolvimento de parcerias com clientes, para que os mesmos reenviem as embalagens após o uso para futuro reaproveitamento na expedição. Esse processo também é feito com os tubétes de papelão, que servem como base para os rolos de etiquetas e rótulos e com linner que sobra após o uso das etiquetas e rótulos. Destaca-se que a implantação do sistema de logística reversa é mais um elemento rumo ao desenvolvimento sustentável do planeta, pois possibilita a reutilização e redução na produção e consumo de matérias-primas;
- **Caixas máster:** a produção utilizava-se de quatro modelos de caixas máster com medidas diferentes e todas elas confeccionadas em papel de onda dupla. Após finalização de testes passou-se a utilizar somente dois modelos de caixas máster confeccionados em papel de onda simples com ganhos ambientais por consumir menos recursos naturais;
- **Iluminação:** troca das lâmpadas fluorescentes da empresa por lâmpadas de LED, proporcionando até 80% na diminuição de energia em comparação com as soluções de iluminação tradicionais, além destas requererem menos manutenção devido à vida útil mais longa, com reflexos no meio ambiente na geração de energia;
- **Copos descartáveis:** disponibilização para cada colaborador de uma garrafa e um copo eliminando o uso de copos descartáveis, ficando estes apenas disponíveis a visitantes;
- **Comércio local:** priorização de fornecedores de matérias-primas e de bens de consumo locais e da região com redução do fluxo de caminhões em rodovias com reflexos na diminuição de gases tóxicos na atmosfera;
- **Certificações de procedência:** prioridade a fornecedores que prezem pelas boas práticas ambientais e que apresentem certificações de procedência de seus materiais comercializados, a exemplo de fornecedores de papel que precisam ter selo FSC, que garante que a madeira tenha origem de um processo produtivo manejado segundo uma gestão ecologicamente adequado, socialmente justa, viável economicamente e que cumpra as leis vigentes;

- **Tinta Base D'água:** uso de tintas à base d'água em seu processo de impressão reduzindo o uso de tintas a base de solventes;
- **Instituição na empresa no programa 5S:** implantação do Programa 5S que conscientizou os colaboradores da importância da qualidade no ambiente de trabalho, bem como a implantação de uma nova cultura que conta com o comprometimento das equipes de trabalho;
- **Tratamento de resíduos líquidos (água):** desenvolvimento da parceria com a Fundação Proamb localizada na cidade de Bento Gonçalves, que atualmente faz o tratamento de 100% da água utilizada em todos os processos produtivos da Suppry Etiquetas, dessa forma o material é descartado de forma correta minimizando danos ao meio ambiente;
- **Resíduos líquidos (solvente):** realização da parceria com a Multisolv para a reciclagem de solvente, os quais são filtrados para que os materiais sólidos sejam separados do líquido e na sequência enviados para destiladores, os quais são aquecidos até a ebulição. Nesse momento, o solvente evapora e deixa os contaminantes no destilador e o gás, em seguida o mesmo é condensado e resfriado para retomar ao estado líquido. Finalmente, passa por processo de reestabilização e rebalanceamento e se transforma novamente em solvente, pronto para ser reutilizado, desde que seja aprovado em laudo técnico. Caso ele não apresente condições de ser utilizado na mesma função, pode ser usado como gerador de energia térmica ou até ser incinerado para gerar energia;
- **Tratamento de resíduos sólidos (linner):** desenvolvimento da parceria com a Fundação Proamb para encaminhamento do linner, resíduo esse que sai após as etiquetas e rótulos serem destacados pelo cliente final. Dessa forma a empresa recolhe esse material que em seguida é destinado para que seja feito coo-processamento do material e reutilização do mesmo obedecendo aos princípios da política nacional de resíduos sólidos considerando a responsabilidade compartilhada da cadeia de fabricação do produto.
- **Selo carbono neutro:** A Suppry Etiquetas tornou-se uma das primeiras gráficas no estado do Rio Grande do Sul a ser certificada pela Maxi Ambiental com Selo Carbono Neutro.

5.4 AÇÕES FUTURAS DA EMPRESA

Um dos fatores que gera preocupação dentro da empresa é referente à energia, visto que no Brasil somos dependentes de usinas hidrelétricas para a geração de eletricidade, que, por seu turno, dependem da quantidade e distribuição das chuvas que abastecem os mananciais hidroelétricos. Os modelos climáticos mostram que, em um cenário de 4°C de aquecimento, o Brasil poderá perder um quarto de seu potencial de geração de energia hídrica que poderá ocasionar secas e apagões frequentes. Neste sentido, a empresa desenvolveu um projeto para instalação de placas fotovoltaicas com base nos seguintes princípios:

- A energia solar constitui-se em energia renovável e não poluente;
- As centrais de energia necessitam de pouca manutenção;
- Os painéis solares são a cada dia mais potentes e menos onerosos, tornando-se solução ambiental e economicamente viável;
- A energia solar é indicada em lugares remotos ou de difícil acesso, pois sua instalação em pequena escala não exige enormes investimentos em linhas de transmissão;
- Em países tropicais, como o Brasil, a utilização da energia solar é viável em praticamente todo o território devido à fonte solar;
- Em locais longe dos centros de produção energética, sua utilização ajuda a diminuir a procura energética nestes e consequentemente a perda de energia que ocorreria na transmissão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos limites para o desenvolvimento de ações ambientalmente sustentáveis foca-se em questões econômicas como eixo principal da organização da sociedade e que necessitam de uma reordenação do capitalismo. O capitalismo selvagem ou predatório permanece desconectado de outras preocupações que não sejam as exclusivamente direcionadas ao acúmulo de novas riquezas, desconsiderando o meio ambiente e suas características qualitativas, operando somente a partir da lógica do mercado, a exemplo da comercialização de biotecnologias que torna plantas, animais e microrganismos em riqueza econômica potencial (SANTOS, 2003).

Segundo Fontoura e Wittmann (2016) o desenvolvimento deve ser pautado na tríade:

econômico, social e ambiental e não somente na acumulação rígida do capital historicamente observado nas organizações pela tríade: burocracia, eficiência e eficácia, ou seja, a necessidade de uma visão interativa das externalidades organizacionais em todas as suas dimensões. (TENÓRIO, 2007; RAMOS 1989; MORGAN, 1996; TOFFLER, 1995).

Tachizawa (2011) e Amorim et al (2014) ressaltam que o atual modelo de desenvolvimento não está em equilíbrio com o meio ambiente natural e requer a construção do desenvolvimento sócio-sustentável e o reconhecimento de que os recursos naturais são finitos. Parte-se do pressuposto que o desenvolvimento sustentável está arraigado na cultura de pessoas determinadas em pensar e agir de forma ecológica em detrimento da degradação ambiental. Tachizawa (2011) salienta que, em relação ao desenvolvimento e ao meio ambiente, o ponto crucial para interpretação e compreensão dos problemas ecológicos, deve-se diagnosticar a preservação ambiental e ecológica, por partes organizacionais de forma permanente e contínua. Ao avaliar suas partes organizacionais viabiliza-se a busca de ações de sustentabilidade através da interpretação e da interação com meio ambiente com reflexos causados pelos mesmos.

Como perspectiva, Jacobi (2005), considera que é preciso globalizar não somente a economia, mas fundamentalmente, globalizar a consciência ecológica e a percepção sistêmica que não permite a desvinculação de determinado país ou tribo diante de problemas ambientais globais. Para tanto, é necessário que o conhecimento sobre a necessidade de preservação, aliado ao capitalismo natural, seja informado para toda a população por meio de medidas socioeducativas.

De acordo com Fidelman et al. (2012), as agendas que envolvem a discussão em torno do desenvolvimento e da sustentabilidade encontram-se cada vez mais caracterizadas por iniciativas das escalas regionais. Com base nesses preceitos, considera-se que essa perspectiva possibilita a conciliação de interesses conflitantes, como desenvolvimento econômico e sustentabilidade.

Desta forma, compreende-se que, embora o cenário deste século seja de dificuldades e limitações frente às crises da sociedade contemporânea, existem campos de possibilidades que precisam ser trilhados, principalmente quando se faz referência a formas de inserção da natureza no processo produtivo e na educação ambiental. Estes, certamente, irão promover

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 2, mai./ago. 2017.

efetivamente e de forma democrática os sinais de uma sustentabilidade que não se restringe à esfera ambiental, mas que se afirmam por ser uma sustentabilidade econômica, política, social, ambiental e educativa.

Segundo Lima (2010), o grande desafio a ser enfrentado em busca de um meio ambiente ecologicamente equilibrado e sadio reside no equilíbrio entre o homem e suas infinitas necessidades de consumo. Compreendem-se, neste sentido, que o tema meio ambiente e sua relação com o desenvolvimento sustentável são complexos e desafiadores e afetam um número cada vez maior de pessoas, seja por meio de manifestações climáticas da natureza ou pela escassez de recursos naturais.

Torna-se relevante uma melhor compreensão sobre a própria ideia de meio ambiente que não se restringe apenas à natureza, mas envolve outros aspectos da sociedade. A partir desta análise infere-se que a crise ambiental se identifica em múltiplas crises e problemas como, por exemplo, a má distribuição de renda, a pobreza, a fome e o racismo, nos quais o desenvolvimento sustentável não deve ser apresentado apenas como um *slogan* político. Assim, entende-se que as condições ambientais já estão prejudicadas pelo atual padrão de desenvolvimento e consumo, deste modo, o desenvolvimento sustentável pode também ser uma resposta a anseios interdependentes da sociedade.

A sustentabilidade consiste em encontrar meios de produção, distribuição e consumo dos recursos existentes de forma mais coesiva e ecologicamente viável envolvendo os múltiplos fatores socioambientais. Conforme apontam Hart e Milstein (2003), empresa sustentável pode se referir a estratégias empresariais e práticas que agreguem valor nas esferas econômica, ambiental ou social. Esta ilação é sustentada por Elkington (1994), a medida que contribui para o desenvolvimento sustentável ao gerar benefícios econômicos, sociais e ambientais conhecidos como tríades do desenvolvimento sustentável.

A partir da análise do tema proposto, que envolve desenvolvimento sustentável dentro do processo flexográfico, procurou-se desmistificar alguns paradigmas que a empresa enfrenta com relação a práticas sócio-sustentáveis. Desta forma a Supply Etiquetas passa a ser uma empresa que implementa ações e práticas socioambientais em processos de flexografia.

A partir das ações descritas neste trabalho sobre a empresa Suppry Etiquetas do caso em tela, verificou-se promoções ecológicas e socialmente sustentáveis de formas simples que remetem a ações conscientes que não se descuida do futuro, ou seja, uma ação que ocorre hoje e cujos efeitos repercutirão beneficemente ao longo do tempo, a exemplos de: implantação da logística reversa através de parcerias com clientes, para que os mesmos reenviem as embalagens para reaproveitamento; implantação de Caixas máster otimizando o uso de matéria-prima; racionamento na iluminação com a substituição das lâmpadas fluorescentes por lâmpadas de LED; eliminação dos copos descartáveis; estímulos a fornecedores locais diminuindo a emissão de gases em transporte de mercadorias; exigências de certificações de procedência, a exemplo de fornecedores de papel que precisam ter selo FSC; uso de tinta base d'água reduzindo os uso de solventes; instituição na empresa no programa 5S com a conscientização dos colaboradores da importância de melhorias no ambiente de trabalho e criação de uma nova cultura de qualidade de vida no ambiente de trabalho; tratamento de resíduos líquidos (água) com o desenvolvimento da parceria com a Fundação Proamb localizada na cidade de Bento Gonçalves; reciclagem dos resíduos líquidos (solvente) e tratamento e reutilização dos resíduos sólidos (*linner*) obedecendo aos princípios da política nacional de resíduos sólidos considerando a responsabilidade compartilhada da cadeia de fabricação do produto; certificação do selo carbono neutro pela Maxi Ambiental.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, R. A. R. **Meio ambiente e participação popular**. Brasília: Ministério da Meio Ambiente e da Amazônia Legal/IBAMA, 1999.

ALMEIDA, J. A problemática do desenvolvimento sustentável. In.: BECKER, Dinizar Ferminiano (Org.). **Desenvolvimento sustentável: necessidades e/ou possibilidades**. 4.ed. Santa Cruz: EDUNISC, 2002.

AMBROSE, G. HARRIS, P. **Fundamentos do design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

AMORIM, A. S.; ARAÚJO, M. F. F; CÂNDIDO, G. A. Uso do barômetro da sustentabilidade para avaliação de um município localizado em região Semiárida do Nordeste Brasileiro. **Desenvolvimento em Questão**, n.12, (25), jan./mar., p. 189-2. 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BRUNDTLAND, G et al. **Our common future** ('Brundtland report'). 1987.

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 2, mai./ago. 2017.

CAVALCANTI, C (org.). **Desenvolvimento e natureza**: estudos para uma sociedade sustentável. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2001.

COSTA, E. A. da. **Gestão estratégica**: da empresa que temos a empresa que queremos. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 15-16.

CRUZ, C. C. **A importância do design na embalagem**. Cobi Design. 2011.

ELKINGTON, J. **Cannibals wiith forks**: the triple bottom line of twenty-first century business. Capstone: Oxford, 1998.

ELKINGTON, J. Towards the sustainable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. **California Management Review**, v. 36, n. 3, p. 90-100, 1994.

FONTOURA B.B. Fernando; WITTMANN, M.L. Organizações e desenvolvimento: reflexões epistemológicas. **Revista do CEPE**. Santa Cruz do Sul, n. 43, p.101-118, jan./jun. 2016.

FIDELMAN, P. et al. **Governing large-scale marine commons**: contextual challenges in the Coral Triangle. *Marine Policy*, v. 36, n. 1, p. 42-53, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

GOMES, A. N. Sustentabilidade de empresas de base florestal: o papel dos projetos sociais na inclusão das comunidades locais. **Rev. Árvore. Viçosa** v.30 n.6. Dec. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rarv/v30n6/a10v30n6.pdf>>. Acesso em: 26 de abr. de 2011.

HART, S. L.; MILSTEIN, M. B. Creating sustainable value. **Academy of Management Executive**, v. 17, n. 2, pp. 56-67, 2003.

JACOBI, Pedro Roberto. Educação ambiental: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo. **Educação e Pesquisa**, ago. 2005, v.31, n.2, p. 233-250.

LAMÓGLIA, Luciane Botto e SERMANN, Lucia Izabel Czerwonka. A importância do pensamento sustentável nas organizações. **Seminário sobre sustentabilidade 3** (2008).

LEAL, C. E. A era das organizações sustentáveis. **Revista Eletrônica Novo Enfoque**, v. 8, n. 8, p. 1-11, 2009.

Lima, A. **Consumo e sustentabilidade**: em busca de novos paradigmas numa sociedade pós-industrial. Fortaleza, 2010.

LIMA E SILVA, 2000. Disponível em: <www.ibg-cean.org.br/...ambiental/o-que-e-omeio-ambiente.html>. Acesso em: mar. 2010.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

MESTRINER, F. **Design de embalagem**: curso avançado. 2 ed. Pearson. São Paulo, SP, 2011.

MILARÉ, E. Direito do ambiente. 4.ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2005.

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 2, mai./ago. 2017.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

NEGRÃO, C. CAMARGO, E. **Design de embalagem**: do marketing à produção. Novatec. São Paulo – SP, 2008. 336p.

POPAI – THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL. **Estatísticas – 2004**. Disponível em: <[http:// http://www.popaibrasil.com.br/](http://www.popaibrasil.com.br/)>. Acesso em: 17 jun. 2013.

RAMOS, A. Guerreiro. **A nova ciência das organizações**: uma reconceitualização da riqueza das nações. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1989.

SANTOS, L.G. **Politizar as novas tecnologias**. São Paulo: Ed.34, 2003.

SOUZA, N.J de. **Desenvolvimento econômico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SOUZA, R. P. L. de. **A visualidade das marcas institucionais e comerciais como campo de significação**. Tese de doutorado. São Paulo: PUC, 2001.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa** - estratégia de negócios enfocada na realidade brasileira. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

TENÓRIO, G. F. **Tecnologia da informação**: transformando as organizações e o trabalho. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

TOFFLER, A. **“Powershift”, as mudanças de poder**: um perfil da sociedade do século XXI pela análise das transformações e natureza do poder. Rio de Janeiro: Record, 1995.

VEIGA, J. E. da. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VILLAS-BOAS, A. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.

ZUKOWSKI, K. **Linguagem visual e cultura de consumo no design de embalagens**. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Design). Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo , SP, 2011.