



A SUSTENTABILIDADE E A CRIAÇÃO DO VALOR COMPARTILHADO: O CASO DA EMPRESA FABER CASTELL.

Jéssica Reis Pereira⁽¹⁾; Valéria Vasconcelos Perez⁽²⁾; Gabriella da Silva Santos⁽³⁾; Lucas dos Santos Consoli⁽⁴⁾; Antonio Suerlilton Barbosa da Silva⁽⁵⁾

¹ Estudante de Engenharia de Produção; Centro Universitário de Itajubá – FEPI; jessica_pereira06@hotmail.com

² Estudante de Engenharia de Produção; Centro Universitário de Itajubá – FEPI; valperez1992@gmail.com

³ Estudante de Engenharia de Produção; Centro Universitário de Itajubá – FEPI; gabriellasrsmg@gmail.com

⁴ Estudante de Engenharia de Produção; Centro Universitário de Itajubá – FEPI; lucas_consoli6@hotmail.com

⁵ Professor e orientador; Centro Universitário de Itajubá – FEPI; suerlilton@hotmail.com

RESUMO

O objetivo deste artigo é descrever como a empresa Faber Castell vem implementando seu programa de sustentabilidade e como a mesma lida com o conceito de criação de valor compartilhado, seguindo seus preceitos éticos e lidando com sua responsabilidade social. O tema é de extrema relevância no contexto atual, pois, a aceleração da degradação ambiental está acarretando a escassez de recursos e, é imprescindível que as organizações atuais trabalhem no quesito ser sustentável. No referencial teórico, foi apresentado de maneira sucinta os conceitos de sustentabilidade, bem como seu surgimento e posteriormente a definição da criação do valor compartilhado. Referente aos aspectos metodológicos foi realizado um estudo de caso, pelo método qualitativo, a partir de dados coletados de um estudo bibliográfico. Conclui-se que o sucesso da Faber Castell nos quesitos ambiental e a social são eficazes, pois a empresa sempre se mostrou proativa, procurando se antecipar aos problemas, reduzindo seu impacto ambiental e desperdícios de matéria prima na produção.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Criação de Valor Compartilhado, Faber Castell

INTRODUÇÃO

Em decorrência da revolução industrial, o consumo demasiado de recursos naturais e a poluição por parte das empresas, tornaram-se cada vez mais presentes, acarretando sinais catastróficos no ambiente. Consequentemente, a preocupação e a busca por meios alternativos se tornaram frequentes. Em 1968, foi proposta a primeira Conferência Internacional para tratar do problema em questão, que veio a ocorrer em 1972 em Estalcomo (ALMEIDA, 2010). Desde então, foram criados importantes documentos e acordos internacionais, os quais explanavam as possíveis ações para proteger o Meio Ambiente.

Termos como Sustentabilidade, Desenvolvimento Sustentável e Ecoeficiência, tornaram-se mais visíveis e foram explorados

por toda a capitalização. Com a expansão do ideal de ser sustentável, grande parte das organizações atuais buscam este objetivo, realizando práticas alternativas de prestação de serviços que não agredem o meio ambiente. Porter e Kramer (2011), citam que a atividade empresarial é vista como uma das principais causas de problemas econômicos, sociais e ambientais e que, parte das organizações continuam a ver a geração de valor de forma ultrapassada, sem enfoque no seu sucesso a longo prazo. Ainda segundo os autores, para obter sucesso, a organização deve usufruir do conceito do valor compartilhado, que circunda a geração de valor econômico, de forma a criar valor para a sociedade.

Considerando este contexto, o presente artigo tem por objetivo expor de maneira sucinta os conceitos de sustentabilidade e a criação de valor compartilhado, expondo o referido tema



em um estudo de caso na Empresa Faber Castell.

MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia utilizada no trabalho constituiu-se de pesquisa de caráter qualitativo, que de acordo com Dalfovo, Lana e Silveira (2008) conservando a ideia de que a pesquisa qualitativa não envolve a quantificação de fenômenos, em Administração ela pode ser associada com a coleta e análise de texto e a observação direta do comportamento.

O artigo compreende uma revisão bibliográfica com base em artigos e livros especializados para embasar os conceitos deste estudo.

Para alcançar o objetivo proposto optou-se por uma pesquisa descritiva, pois foi descrito os conceitos de sustentabilidade e criação de valor compartilhado, de caráter exploratório, pois relacionou-se a revisão de literatura as práticas executadas pela empresa analisadas no estudo de caso, realizado no presente artigo.

HISTÓRIA DA EMPRESA

Em 1761, 28 anos antes da Revolução Francesa, um dos eventos divisórios na história da humanidade, na pequena cidade alemã de Stein, surgia a Faber-Castell, para se tornar a maior empresa de lápis do mundo. Com mais de 250 anos de existência, a Faber-Castell é uma propriedade familiar em sua 8ª geração e emprega mais de cinco mil colaboradores mundialmente. É a mais antiga indústria alemã, sendo a terceira mais antiga do mundo ainda em atividade e, a maior fabricante mundial de lápis de cores em madeira, produzindo anualmente cerca de 2,5 bilhões de unidades, trazendo em cada um dos seus produtos a herança multissecular da sustentabilidade.

No Brasil, seu desembarque ocorreu em 1930. Com mais de 80 anos de existência, mantém atividades industriais em três cidades: São Carlos (SP), Prata (MG) e Manaus (AM). Em 1989 iniciou seus projetos florestais na região do município de Prata, no Triângulo Mineiro, contando atualmente com 9.539 hectares de terras distribuídas em 11 Parques Florestais a fim de garantir o baixo impacto ambiental de suas atividades, a sustentabilidade, a preservação da biodiversidade local e a produção mundial do EcoLápis.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, serão apresentados de maneira sucinta o desenvolvimento sustentável e a criação do valor compartilhado.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E PARÂMETROS DE SUSTENTABILIDADE

O conceito de desenvolvimento sustentável surgiu no documento Nosso Futuro Comum em meados dos anos 80 e foi definido como “aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas necessidades” (SUZUKI, 2009). Philippi (2001) complementa que o desenvolvimento sustentável busca satisfazer as necessidades e as aspirações humanas.

Sob o ponto de vista corporativo, o Desenvolvimento Sustentável ocorre quando há equilíbrio entre os fatores ecológicos, sociais e econômicos. Ou seja, utilizar conscientemente os recursos naturais, incentivando a inclusão social e gerando empregos.

Já a Sustentabilidade, pode ser considerada o grau de desenvolvimento sustentável de uma organização. Gladwin (1995) define sustentabilidade como um processo participativo que cria e desenvolve uma visão social, que usa conscientemente os recursos naturais, garantindo um alcance da alta economia e ainda preservando sistemas.

Para que as organizações se tornem sustentáveis as mesmas devem adaptar seus processos produtivos para o alcance de tal objetivo. Isso implica em optar por recursos que causem pouco ou nenhum impacto negativo e que ofereça produtos e serviços que contribuam para a melhoria do desempenho ambiental dos consumidores e clientes de uma indústria (CORAL, 2002).

Teles (2016) afirma que há diversas razões para as organizações se tornarem sustentáveis como a redução de custos a partir do uso de energia limpa, inovação, e ainda reduzir custos em relação a saúde, segurança, mão-de-obra e ainda contribuir para a melhor reputação da empresa.

CONCEITO DE CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO (CVC)

Em meados do século XX, o alto consumismo e a produção em massa desenfreada eram sinônimos de bem-estar da sociedade. Atualmente este conceito é inviável, criando uma nova versão do capitalismo, que incentiva o não egocentrismo das organizações onde as mesmas não devem focar apenas na obtenção

de lucro máximo, mas também devem abordar sobre as responsabilidades de atender as necessidades de sua sociedade (SANTOS 2013).

Com isso Kramer e Porter (2011) propuseram uma metodologia, que ao ver minimiza os problemas que o capitalismo traz a sociedade sendo este o valor compartilhado nas organizações. Definido como uma geração de valor que é um dever da empresa para benefício próprio e para a sociedade relacionada à mesma.

Portanto a importância do conhecimento do valor compartilhado se dá a partir da presente realidade.

Kramer e Porter (2011) discorreram sobre valor compartilhado afirmando que o mesmo abrange a geração de valor econômico de modo a gerar valor social para isso é preciso interligar o sucesso da organização ao benefício social.

Segundo Kramer e Porter (2011) e Santos (2013) existem três maneiras de a empresa criar valor econômico com a criação de valor social:

- Reconhecer produtos e mercados;
- Redefinir a produtividade na cadeia de valor;
- Promover desempenho de cluster locais;

RESULTADOS E DISCUSSÃO

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS DA FABER CASTELL

A seguir serão apresentadas as práticas sustentáveis realizadas pela Empresa em questão:

- Certificação ISO 14001

A ISO 14001 é a norma que especifica os principais requisitos de um sistema de Gestão Ambiental (SGA), dependendo do comprometimento de todos os níveis da organização (Braga, 2005).

A Faber Castell sempre procurou atuar como uma empresa proativa. Foi pioneira na implantação de algumas ações sociais e ambientais, como seu projeto de plantio de árvores para auto-suficiência na sua produção de lápis que surgiu em 1989, sendo referência para todo o mundo. Hoje o Ecolápis é a marca oficial da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, e toda madeira utilizada no processo possui certificação de que é manejada de forma

ecologicamente correta e economicamente viável.

- Tecnologia de pintura à base de água: A Faber-Castell dá mais um exemplo de pioneirismo ambiental com a tinta utilizada para o revestimento de seus lápis. Praticamente todos os lápis pretos e coloridos produzidos em Stein, nas vizinhanças de Nuremberg, são revestidos com tinta à base de água. Com esse processo, a Faber-Castell deixou de usar as tintas convencionais que usam solventes orgânicos para utilizar emulsões aquosas que não prejudicam o meio ambiente - uma tecnologia desenvolvida pela própria empresa. A unidade foi inaugurada por Klaus Töpfer, que na época era ministro alemão do meio ambiente e posteriormente se tornou diretor-executivo do programa ambiental da ONU. Nesse campo, a Faber-Castell estabeleceu novos padrões mundiais. Com a tecnologia à base de água, os pigmentos são dispersados na água. Isso significa que, diferentemente do que ocorre com o verniz à base de solvente, nenhum vapor nocivo é liberado durante o processo de secagem. Contudo, a tinta à base de água necessita de calor para o processo de secagem e, assim, requer um gasto maior de energia em comparação com o verniz à base solvente.

CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO POR PARTE DA FABER CASTELL

De acordo com a literatura de Kramer e Porter (2011), umas das formas de criação de valor compartilhado é inserir no mercado produtos que sejam benéficos aos consumidores e ambiente, e também uso de energia limpa, uso consciente de recursos, prática de reciclagem e reutilização de recursos naturais e matéria prima auxiliando no corte de custos operacionais, trazendo benefícios ao meio ambiente e a sociedade. Essas duas formas de criação de valor compartilhado são utilizadas no processo de produção do Ecolápis toda a madeira é aproveitada para evitar desperdícios de matéria prima.

Os resíduos, galhos, folhas e casca, são devolvidos ao solo para decomposição natural devolvendo nutrientes para a terra. A serragem é utilizada para geração de energia e produção de chapas e as cinzas vão para reaproveitamento nas indústrias de cimento.

O Ecolápis é o principal processo da empresa no desenvolvimento sustentável, seus benefícios podem ser observados abaixo:

- Para produção de uma tonelada de lápis de madeira reflorestada e certificada (Ecolápis) são necessários 100kw/h, já para produzir o lápis de resina (sem madeira) é necessário cerca de 1000 kw/h.
- O Ecolápis se decompõe na natureza em 13 anos, já o de resina precisa de 500 anos para se decompor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo as referências apresentadas preservar o meio ambiente e ainda garantir um desenvolvimento é o objetivo de todas as ações que garantam a sustentabilidade ambiental, logo conclui-se que apesar das dificuldades de uma empresa ter práticas de sustentabilidade, quando essas práticas são adotadas e executadas corretamente como no caso da Faber Castell, as mesmas são consideradas uma vantagem competitiva, uma vez que estas trazem à empresa uma boa imagem perante a sociedade, eliminando desperdícios da sua matéria prima em seus processos de produção, podendo obter maior lucro sobre o capital investido, e fazendo que a empresa não perca seu investimento presente desencadeando um maior sucesso econômico, ambiental e social no futuro. A Faber Castell sempre se mostrou proativa, procurando prevenir problemas e reduzindo seu impacto ambiental.

O sucesso da Faber Castell nos quesitos ambiental e a social são eficazes, pois a empresa sempre se mostrou proativa, procurando se antecipar aos problemas, reduzindo seu impacto ambiental e desperdícios de matéria prima na produção. Isso permite o que a empresa obtenha lucro podendo investir no capital social, oferecendo curso, planos de carreira e de salários para seus funcionários, além de oferecer projetos educacionais e de benefícios para sociedade em que a mesma está inserida (NASCIMENTO, CAETANO; GIMENEZ, 2010). Concluímos que apesar da complexidade de executar práticas sustentáveis, quando estas são adotadas e executadas corretamente, as mesmas são consideradas uma vantagem competitiva, uma vez estas trazem à empresa uma boa imagem perante a sociedade, elimina desperdícios em seus processos de produção, podendo obter maior lucro sobre o capital

investido, e fazendo que a empresa não perca seu investimento presente desencadeando um maior sucesso econômico, ambiental e social no futuro.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. N. de. **Sustentabilidade Ambiental como Estratégia Empresarial na rede Walmart**. VII Simpósio de Excelência e gestão e Tecnologia, 2010.

BRAGA, B. **Introdução à Engenharia Ambiental: O desafio do Desenvolvimento Sustentável**. 2. Ed. São Paulo. Ed. Pearson, 2005.

CORAL, E. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, 2002.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, Vol. 2, No 3, 2008.

FABER CASTELL: < http://www.faber-castell.com.br/44004/Home/fcv2_start.aspx > Acessado em: 07/04/2016.

GLADWIN, T. N.; KENNELLY, J. J.; KRAUSE, T. S.; KENNELLY, J. Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Journal*, v. 20, n. 4, p. 874-907, 1995.

KRAMER, M. R.; PORTER, M. E. **Estratégia da sociedade: o elo entre vantagem competitiva e responsabilidade social empresarial**. Harvard Business Review. Abr. 2007.

KRAMER, M. R.; PORTER, M. E. The big Idea: Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, vol. 89, n. 1-2, January/February, 2011.

NASCIMENTO, R. M.; CAETANO, R.; GIMENEZ, H. C. **Sustentabilidade como estratégia para o sucesso empresarial: Um caso aplicado pela Faber Castell**. ESPECIAIS, MEIO AMBIENTE E ECOLOGIA, SUSTENTABILIDADE, UNIP, 2010.



VII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA FEPI

Pesquisa Científica, Oportunidades e Desafios.

PHILIPPI, Luiz Sérgio. **A Construção do Desenvolvimento Sustentável. Educação Ambiental** (Curso básico à distância) Questões Ambientais – Conceitos, História, Problemas e Alternativa. 2. ed, v.5. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2001.

REIS, Paulo André Souto Mayor; AMARAL, Fernando Gonçalves. Fatores críticos de sucesso e critérios de sustentabilidade na gestão de mudanças organizacionais: um estudo de caso em uma empresa do ramo químico e petroquímico. *Revista Produção Online*, Florianópolis, SC, v.16, n. 1, p. 26-48, jan./mar. 2016.

RUMO SUSTENTÁVEL
<http://www.rumosustentavel.com.br/sustentabilidade-como-estrategia-para-o-sucesso-empresarial-um-caso-aplicado-pela-faber-castell/>: acesso 07/04/2016 às 11:11.

SANTOS, T. S. dos. **Criação de valor compartilhado nas organizações: um estudo de caso na empresa Centésimo**. 2013. 45 f. Monografia (Curso de Administração) – Universidade do Rio Grande do Sul: Escola de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Porto Alegre, 2013.

SUZUKI, G. T. **O Conceito de Sustentabilidade e Estratégia empresarial: o caso da Natura na Amazônia**. 2009. 111f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2009.