

ANÁLISE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE – EMPRESA MALWEE

João Frederico da Silva¹, Graziela Dias Alperstedt²

¹ Acadêmico(a) do Curso de Administração ESAG/UDESC - bolsista PIBIC/CNPq

² Orientadora, Departamento de Administração Empresarial/DAE - ESAG –
graziela@udesc.br

Palavras-chave: Gestão Ambiental. Empresas Têxteis. Práticas Sustentáveis.

O objetivo deste trabalho é analisar as práticas sustentáveis da empresa Malwee, do setor têxtil de Santa Catarina. Os fundamentos teóricos abrangeram os temas sustentabilidade, impactos ambientais e sociais, e práticas sustentáveis das empresas do setor têxtil. Os dados foram coletados a partir do relatório de sustentabilidade de 2014, disponibilizado no site da empresa. Com base nos dados coletados, foi averiguada a cadeia produtiva da organização, apresentada na Figura 1.



Fonte: site da empresa

Fig.1 - *Processo Produtivo Empresa Malwee*

Considerando os principais impactos causados pela empresa, bem como suas práticas sustentáveis da cadeia de suprimento, foram apurados os seguintes dados: exigência de qualidade em relação à matéria-prima; compras realizadas 90% com fornecedores brasileiros, apresentando alto investimento nacional; consumo de água na tinturaria na ordem de 984.870,6 m³, sendo possível a reutilização de cerca 13,48% dela (dados do segundo semestre de 2014); emissão (processo produtivo) de gases causadores do efeito estufa com valores apresentados em emissões diretas (escopo 1) na ordem de 21.160,21 toneladas de CO₂; na gestão de resíduos foram recicladas 3.782,24 toneladas de detritos, além de refinar 8420 litros de óleo e descontaminar

23.478 lâmpadas, além de aterrar 3.848,29 toneladas de resíduos. Considerando os clientes, a Malwee apresenta programas de incentivo, como o Programa Malwee Abraça o Varejo, campanhas e coleções voltadas para a sustentabilidade. De maneira geral, o relatório da Malwee apresenta algumas práticas sustentáveis destinadas aos fornecedores, à produção e aos clientes. Atualmente, a empresa realiza avaliações presenciais por meio de vistorias com inspetores de qualidade, que verificam a qualidade das peças, o cumprimento com a legislação trabalhista, além do recolhimento das guias de INSS e FGTS dos fornecedores. Futuramente, a empresa pretende avaliar 100% dos fornecedores Grupo Malwee, realizar auditorias em 100% dos fornecedores ativos e certificar 100% da confecções no programa desenvolvido pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). No setor de produção, a Malwee tem como objetivo principal encontrar o equilíbrio entre o desenvolvimento de coleções que atendam aos desejos dos brasileiros e que apresentem os menores impactos socioambientais possíveis, portanto, uma das maneiras encontradas pela empresa para minimizar os impactos é a redução do uso de produtos químicos nos processos têxteis utilizando critérios adotados internacionalmente. Outro aspecto em discussão é a criação de padrões de segurança para o uso de roupas infantis, além da aplicação de diversas tecnologias que evitam acidentes graves, como sufocamentos e enforcamentos. Até 2020, a empresa objetiva quantificar os impactos socioambientais de 100% dos produtos, Produzir 70% dos modelos utilizando matérias-primas ou processos que contribuam para o desenvolvimento sustentável, restringir o uso dos produtos químicos utilizados nos processos têxteis e desenvolver 10% dos modelos da marca Malwee com viés sustentável. Portanto, o Grupo Malwee apresenta um relatório de sustentabilidade bem definido que tem como base a *Global Reporting Initiative* (GRI), e expõe um questionário envolvendo todos os *stakeholders* identificando os pontos mais importantes a serem considerados pela empresa para melhoria, resultando em cinco principais questões: água, energia, trabalho infantil e trabalho forçado ou análogo ao escravo e ética e integridade. Contata-se que o relatório demonstra comprometimento com a minimização dos problemas comumente apresentados em uma empresa da área têxtil. Apenas pela análise de dados secundários não é possível inferir se as ações descritas se propõe a mitigar os impactos ou se têm como principal intenção a propagação da marca.