

# 20 AÑOS

DE GESTIÓN SUSTENTABLE



**HUGGIES**

*Scott*

*Kleenex*

*Kotex*  
*Days*

poise

*Plenitud*





Proceso de elaboración del  
Reporte de Sustentabilidad:

**Coordinación general**

Dirección de Asuntos Legales y Corporativos  
asuntos.corporativos.ar@kcc.com.ar

**Creatividad, diseño y producción**

Happy Together Contenidos

**Asesoramiento y asistencia técnica**

Cacace-Buzón

Comunicaciones & RSE

**Impresión**

Certificate Code: IC-COC-100257

FSC License Code: FSC C 105427

Tapas papel CREATOR SILK de 350 g

FSC MIXED CREDIT

CERT NO.: SGS-COC-003753

Interior papel GARDAMATT de 150 g

FSC MIXED CREDIT

CERT NO.: SGS-COC-003743

Todos los derechos reservados, marzo 2013.



**Pablo Latrónico**  
VP LAO - Región Austral



En Kimberly-Clark la Sustentabilidad es una práctica cotidiana; es la forma en que decidimos trabajar para llevar nuestros productos a los consumidores: preservando los recursos naturales de los que todos dependemos y contribuyendo al progreso socioeconómico de las comunidades en las que operamos.

Desde hace 20 años, venimos trabajando de esa forma en Argentina. Durante dos décadas, hemos logrado construir sólidas relaciones con todos nuestros grupos de interés; comprendemos sus necesidades y diariamente les ofreceremos productos innovadores para cada etapa de su vida.

La celebración de nuestro vigésimo aniversario nos encuentra en un proceso de profundización de nuestra estrategia global de Sustentabilidad, incorporando sus tres ejes de trabajo –las personas, el planeta y los productos– a nuestro programa corporativo de Responsabilidad Social PROYECTAR.

Apostar a una gestión sustentable ha representado un valioso retorno en términos de reputación y de reconocimiento por parte de nuestros empleados y nuestra cadena de valor, cuyos miembros aprecian la adaptación de políticas y prácticas sostenibles.

Miramos al futuro con optimismo y trabajamos cada día para reafirmar la calidad de nuestros productos y procesos. También sabemos que el camino de la Sustentabilidad implica crecientes desafíos:

- Sostener planes de negocio cada vez más exigentes preservando el capital natural del planeta.
- Incorporar a nuestra cadena de valor iniciativas de sustentabilidad social y ambiental, y liderar esa tendencia.
- Garantizar la constante innovación en productos y servicios que aseguren una plataforma sustentable a mediano y largo plazo.

A través del proceso anual de nuestro Reporte de Sustentabilidad, encontramos una valiosa herramienta para compartir con todos nuestros públicos los progresos que vamos acumulando en materia de Sustentabilidad.

Nuevamente, los invito a leerlo y a sumarse a aportar desde el lugar de cada uno, para la construcción de un futuro más sustentable para todos.

Cordialmente,

**Pablo Latrónico**



**Fernando Hofmann**

*Director de Asuntos Legales y Corporativos  
LAO - Región Austral*



La Sustentabilidad forma parte de la esencia misma de Kimberly-Clark, y es ella quien nos ha permitido consolidar nuestras operaciones y negocios, contribuyendo al mismo tiempo con la creación de valor compartido.

En la eterna búsqueda de nuevas iniciativas y mejoras, hoy ya estamos trabajando en la estrategia Sustentabilidad 2015-20, que plantea desafiantes metas e integra las principales preocupaciones vinculadas al desarrollo sustentable –como el cambio climático y la preservación de los recursos naturales– con nuestros planes de negocio. No es posible trabajar sobre los principales temas de nuestro siglo sin tener una mirada amplia e integral sobre nuestro futuro.

Sustentabilidad 2015 se convierte en un poderoso marco de trabajo, en el cual todos los integrantes de Kimberly-Clark, no sólo en nuestro país sino en cada uno de los países en los que operamos, compartimos la siguiente visión:

- Consolidar vínculos éticos con todos nuestros grupos de interés
- Respetar nuestro planeta y conservar los recursos naturales
- Ofrecer productos de calidad superior que mejoren la vida de nuestros consumidores

Dicho enfoque hace también que amplifiquemos el alcance del impacto pasando de una visión más enfocada en nuestra huella operativa hacia un abanico más amplio de responsabilidades e iniciativas en toda la cadena de valor. El abordaje holístico que implementamos refleja la creciente complejidad de las cuestiones sociales y ambientales, y reconoce a la sustentabilidad en sus múltiples aspectos como una parte integral de nuestro negocio.

El único camino posible para avanzar hacia el logro de nuestras metas es ser cada vez más innovadores, con el compromiso dirigido hacia todos los grupos de interés, que en Argentina se reflejan en los objetivos del programa de Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresaria PROYECTAR. Desde allí intervenimos para:

- garantizar la transparencia de nuestras operaciones;
- renovar el compromiso con el desarrollo social;
- brindar productos esenciales para nuestros clientes y consumidores;
- incluir la RSE en las operaciones de nuestros proveedores;
- avanzar hacia la sustentabilidad ambiental;
- promover el desarrollo de nuestro talento interno.

Como es habitual, les entregamos nuestro Reporte de Sustentabilidad para compartir con ustedes la información sobre nuestra gestión del año 2012 y las expectativas para el próximo período. Les recordamos que pueden enviarnos sus comentarios y sugerencias sobre nuestro trabajo, particularmente en esta gestión donde hemos dado un paso más y contamos con certificación A de Global Reporting Initiative.

Atentamente,

**Fernando Hofmann**



# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2012

Comprometidos  
con un futuro más sustentable

Este quinto reporte de Sustentabilidad tiene el objetivo de comunicar a todos nuestros grupos de interés los resultados del trabajo en materia de Sustentabilidad que desarrollamos a lo largo de 2012 en nuestras operaciones industriales y comerciales en Argentina.

Los contenidos de la publicación se definieron sobre la base de un estudio de materialidad, herramienta que utilizamos para identificar y analizar los temas de mayor relevancia para nuestros *stakeholders*. Para ello, consideramos diversas fuentes de información, tanto externas como internas; se implementaron instancias de diálogo con proveedores y ONG, y se consideraron los resultados de dos estudios de opinión: uno entre consumidores y otro entre empresarios y líderes de opinión (ambos fueron realizados por consultoras independientes).

Entre los temas destacados por los grupos de interés se mencionaron los siguientes:

- Promoción del bienestar de los empleados
- Primera infancia y acompañamiento de la mujer y la familia
- Programas de inversión social en salud y educación
- Protección del medio ambiente
- Gestión del agua y cambio climático

Entre las expectativas para el trabajo futuro, las más relevantes son los programas de empleo para personas con capacidades diferentes y la disponibilidad de productos en formatos que puedan ser adquiridos por personas de bajos recursos. Ambos serán analizados por el Comité de Sustentabilidad para analizar la viabilidad de implementación en nuestras operaciones. Toda la información que se presenta fue revisada por cada una de las áreas y aprobada por el Grupo de Dirección.

Para esta nueva edición, continuamos utilizando los Lineamientos G3 propuestos por Global Reporting Initiative (GRI). Como parte de nuestro compromiso hacia una mayor transparencia en la comunicación de nuestra gestión, avanzamos un escalón y nos propusimos obtener Nivel de Aplicación A de GRI. Es un orgullo haber alcanzado tal logro y presentamos el certificado emitido por dicha entidad al final del documento.

Para acceder a la versión digital del Reporte de Sustentabilidad 2012, ingrese a nuestro sitio web, [www.kimberly-clark.com.ar](http://www.kimberly-clark.com.ar)

# ÍNDICE

# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2012



## REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2012

Carta de Pablo Latrónico  
Carta de Fernando Hofmann  
Reporte de Sustentabilidad 2012

## 1. HUELLA INNOVADORA

Kimberly-Clark en Argentina  
Visión, pilares y valores de Kimberly-Clark Argentina  
Principales magnitudes económicas  
Premios y reconocimientos de 2012  
Sustentabilidad 2015

## 2. HUELLA CORPORATIVA

Gobierno Corporativo  
Código de Conducta  
Gestión del Riesgo  
Grupos de Interés

## 3. HUELLA AMBIENTAL

El sistema de gestión ambiental  
Evaluando nuestro desempeño

- Gestión
- Desafíos ambientales

## 4. **HUELLA EN EL ENTORNO LABORAL**

---

Nuestro equipo de trabajo  
Desarrollo y oportunidades de crecimiento  
para nuestra gente  
Compensaciones y beneficios

## 5. **HUELLA SOCIAL**

---

+comUNIDAD  
Voluntariado

## 6. **HUELLA EN NUESTROS PRODUCTOS**

---

Calidad y satisfacción  
Comunicación responsable  
Planificación participativa

## 7. **HUELLA EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN**

---

Una gestión sustentable  
Relevamiento de proveedores  
Desafíos para 2013

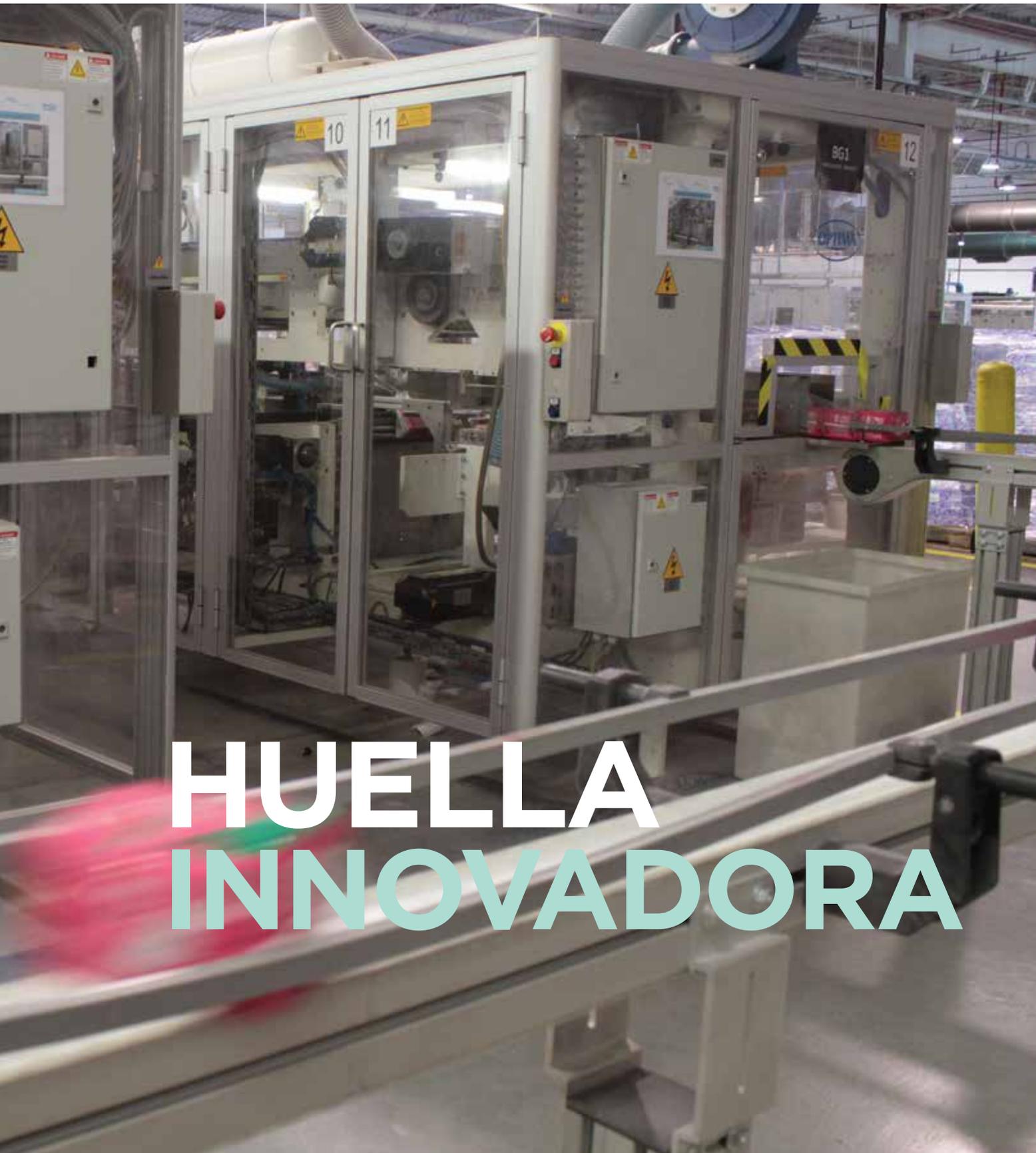


## **TABLA DE CONTENIDOS GRI**

---

1





**HUELLA  
INNOVADORA**



# 1

## DESARROLLAMOS PRODUCTOS INNOVADORES

Transformamos grandes ideas en productos esenciales para una mejor calidad de vida

## 20 AÑOS DE INNOVACIÓN EN LA ARGENTINA

La calidad de nuestros productos, el servicio al cliente y el trato justo hacia todas las personas han constituido los pilares del crecimiento de nuestra empresa, y hoy continúan siendo los principios rectores de nuestro compromiso con la sustentabilidad.



Pilares de crecimiento:  
calidad de productos,  
servicio al cliente, trato  
justo hacia todas las  
personas.



# KIMBERLY-CLARK ARGENTINA

Kimberly-Clark es la compañía líder mundial en el desarrollo de productos descartables para la salud, la higiene y el cuidado personal. Con más de 140 años de trayectoria global, en 2012 conmemoramos los 20 años de actividad en la Argentina. Son dos décadas de inversión e innovación que para nosotros significan renovar el compromiso y continuar apostando al país, como lo hicimos hasta ahora.

## K-C ARGENTINA EN NÚMEROS

**1351** EMPLEADOS

OFICINAS EN LA CIUDAD  
DE BUENOS AIRES

**3** PLANTAS  
INDUSTRIALES

PILAR, BERNAL, SAN LUIS

**3** CENTROS DE  
DISTRIBUCIÓN  
WORLD CLASS

ESTEBAN ECHEVERRÍA,  
PACHECO (PCIA. BS. AS.)  
SAN LUIS

A lo largo de nuestra historia, hemos transformado grandes ideas en innovadores productos, esenciales para una mejor calidad de vida. Nuestras marcas son elegidas por una de cada cuatro personas alrededor del mundo.

## NOVEDADES DE NUESTRAS SEDES

- Planta Bernal: En 2012 implementamos varios proyectos para mejorar la capacidad tecnológica y los sistemas de seguridad, y para optimizar los procesos de manufactura.
- Planta Pilar: Festejamos un año sin accidentes, fruto de la promoción de una cultura de seguridad con un compromiso grupal e individual.
- Planta San Luis: La evolución tecnológica de nuestra planta permitió el crecimiento de su actividad, así como el de todos los colaboradores.



**HUGGIES**

**EN ARGENTINA,  
ESTAS MARCAS  
ACOMPANAN  
A NUESTROS  
CONSUMIDORES  
A LO LARGO DE  
TODA SU VIDA**

**PLENITUD**

**SCOTT**

**KLEENEX**



**K-C PROFESSIONAL**

**POISE**

**LINA**

**KOTEX DAY'S**

Nuestra visión, nuestros pilares y valores corporativos<sup>[1]</sup> están inspirados en la Visión Corporativa Global, pero los hemos adaptado para darles una fuerte impronta local.

## NUESTRA VISIÓN

Ser una compañía líder con crecimiento y rentabilidad sustentable, asumiendo el compromiso de ser los mejores en todo lo que hacemos, con un equipo de personas con mentalidad ganadora y orgullosas de pertenecer a la empresa.

## NUESTROS VALORES

**PASIÓN**

**RESPECTO**

ACTITUD  
GANADORA

**TRABAJO  
EN EQUIPO**

CREDIBILIDAD

## NUESTROS PILARES

**Innovación**

NUESTRAS MARCAS

Foco en los  
consumidores  
y clientes

**EXCELENCIA**  
en la ejecución

Imagen corporativa

[1] Se han desarrollado para la Región River Plate, integrada por Argentina, Paraguay y Uruguay.

## DESEMPEÑO ECONÓMICO

Desde hace cuatro años tenemos un crecimiento sostenido, con récords de facturación y de volumen en todas las categorías. De la mano de una fuerte inversión e innovación, hemos renovado prácticamente todo el *portfolio* de productos en las distintas categorías con lanzamientos importantes en Scott, Huggies y Kotex Day's. Asimismo hemos invertido en maquinarias y en nuestras plantas y depósitos *world class*.

Nuestro fuerte foco en la innovación y una muy buena gestión nos han dejado, como resultado, un crecimiento de dos dígitos en continuidad con nuestra *performance* de años anteriores y del contexto regional.

Contribuimos indirectamente al crecimiento económico a través de cuatro factores: empleo, capacitación, intervención social e inversión. Somos el mayor empleador en la provincia de San Luis, con 546 empleados en nuestra planta de producción de pañales. Reconvertimos el canal pañaleras: en 2012 llegamos a más de 1350 locales y capacitamos a nuestros clientes para hacer cada vez más competitivo su negocio. Invertimos U\$S 400.000 en el centro Pacheco, y a través de los programas de intervención social alcanzamos a más de 500 familias en Pilar y 228 familias en Bernal con el programa Aprendiendo Juntos; además, hubo 1606 personas beneficiadas por los talleres que se desarrollaron en la Posta Sanitaria de Pilar.

Nuestros planes y previsiones para 2013 apuntan a reforzar y mantener nuestro liderazgo, prestando especial atención a la variable inflacionaria que, tal como sucede en todos los rubros del mercado, afecta nuestros costos y competitividad.

**Nuestro crecimiento está  
fundamentado en prácticas  
innovadoras y sustentables.**





Tenemos un crecimiento sostenido con récords de facturación y de volumen en todas las categorías.

Concepto (en millones de pesos)	2008	2009	2010	2011	2012
<b>VENTAS NETAS</b>	866	991	1262	1634	1939
<b>PATRIMONIO NETO</b>	132	243	262	319	410
<b>IMPUESTOS Y TASAS [2]</b>	22	27	48	96	118
<b>SUELDOS Y JORNALES, GRATIFICACIONES E INDEMNIZACIONES</b>	86	105	137	183	252
<b>CARGAS SOCIALES</b>	20	25	33	44	56
<b>PAGO A PROVEEDORES</b>	863	897	822	1069	1559
<b>INVERSIÓN SOCIAL (EN MILES DE PESOS)</b>	0,276	0,345	0,442	0,607	0,740

Concepto (en millones de dólares)	2009	2010	2011	2012
<b>EXPORTACIONES</b>	68	83	93	88
<b>INVERSIONES DE CAPITAL</b>	19	17	8	5

[2] Este concepto incluye el impuesto a las ganancias, impuesto sobre los ingresos brutos, impuesto sobre los débitos y créditos bancarios, tasa de alumbrado barrido y limpieza, tasa de seguridad e higiene, impuesto inmobiliario, impuesto de sellos CABA, tasa de efluentes, tasa de motores y calderas, tasa anual IGJ, tasas y tarifas de exportación, tasas y derechos de importación.

# PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2012

- **Premio a la excelencia exportadora La Nación – Banco Galicia:** categoría Gestión Sustentable en Comercio Exterior.
- **Premio Eikon:** tercera posición del Premio Eikon a la Excelencia en la Comunicación en la categoría “Publicaciones Institucionales”, por el Reporte de Sustentabilidad 2011.
- **Distinción RSC:** en la novena edición de Distinciones RSC “La noche de la solidaridad y la comunicación”, fue galardonado el programa Posta Sanitaria.
- **Ránking “Las 100 mejores empresas con mejor imagen del país” realizado por SEL Consultores (publicado en *Apertura*):** puesto número 19 en el ránking general. Puesto número 8 en categoría “Consumo Masivo”.
- **Ránking de las empresas con mejor prestigio del país realizado por CEOP (publicado en *Ámbito Financiero*):** puesto número 10.
- **Ránking de las empresas con mejor reputación del país realizado por MERCO (publicado en *Mercado*):** puesto número 9 en la lista de empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo.
- **Ránking Global News:** primera posición –por tercer año consecutivo– en el ránking que monitorea los artículos y notas periodísticas de Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad.
- **Premios FIP del Festival Iberoamericano de Promociones y Eventos:** en las categorías “Mejores ideas para espacio en góndola o espacio libre”, “Display y exhibidores” y “Ambientación y proyectos especiales”.
- **Premio Advantage Report 2012:** séptimo puesto en desempeño general y primer puesto en desarrollo de categorías.



## RECONOCIMIENTO

Recibimos premios y distinciones que demuestran el valor corporativo de excelencia de nuestra gestión.



Nuestros objetivos de sustentabilidad hacen foco en las personas, el planeta y los productos.

# SUSTENTABILIDAD 2015

En 2011, anunciamos nuestra estrategia de Sustentabilidad 2015, que incluye objetivos de desempeño para trabajar a lo largo de cinco años bajo tres pilares: las personas, el planeta y los productos.

Dicha estrategia nos plantea metas desafiantes, las cuales demandarán una integración total con nuestro Plan de Negocios 2015, un mayor foco en la innovación de nuestros productos en todo el ciclo de vida, la consolidación de nuestra reputación y la medición de nuestro progreso.

Sustentabilidad 2015 nos orienta sobre el camino a transitar en los próximos años para asegurar el éxito a largo plazo de nuestra empresa, llegando a un mayor número de personas con nuestros productos. A través de un enfoque integral, nuestra estrategia representa el ciclo completo de nuestras responsabilidades: aumentar nuestra contribución para la preservación del capital natural del planeta y para el progreso socioeconómico de las comunidades en las que operamos.



## PEOPLE

Prácticas de negocios justas y beneficiosas en relación con el empleo y la comunidad en la cual desarrollamos nuestras operaciones.



## PLANET

Prácticas ambientalmente sustentables que aseguren nuestra habilidad para crecer, aún con recursos limitados.



## PRODUCTS

Beneficios socioeconómicos creados y disfrutados por la sociedad.

A su vez, la nueva estrategia contempla una serie de metas globales en cada uno de los pilares. A través de nuestro programa insignia PROYECTAR, desarrollamos distintas iniciativas con la visión de crear un mejor futuro para todos.



# PROYECTAR



## COMUNIDAD

### ACCIONES

+comUNIDAD  
Sumando Valores

### OBJETIVO

Desarrollar iniciativas sociales orientadas a generar un impacto positivo en las comunidades, acercando oportunidades a los individuos para que desarrollen su potencial y mejoren su calidad de vida.

#### METAS 2012

1. Expandir Aprendiendo Juntos a Pilar y San Luis, con un alcance de 500 jóvenes: **CUMPLIDO**.
2. Efectuar donación de MedShare en Pilar: **NO CUMPLIDO**.
3. Llevar a cabo dos acciones de Sumando Valores: **PARCIAL**.
4. Desarrollar el programa de Huerta Comunitaria en la Posta Sanitaria: **NO CUMPLIDO**.

#### METAS 2013

1. Incorporar programa de pasantías con los alumnos del programa Aprendiendo Juntos.
2. Implementar nuevos programas junto a Fundación Caminando Juntos.
3. Llevar a cabo nuevas acciones de Sumando Valores.



## EMPLEADOS

### ACCIONES

Vivir Bien

### OBJETIVO

Mejorar la calidad de vida de todos los empleados bajo cuatro ejes principales: Trabajo, Esparcimiento, Salud Física y Salud Emocional.

#### METAS 2012

1. Dar continuidad a los objetivos del programa Vivir Bien: **CUMPLIDO**.

#### METAS 2013

1. Dar continuidad a los objetivos del programa Vivir Bien.
2. Implementar nuevas herramientas de comunicación e interacción para fomentar la diversidad.



## MEDIO AMBIENTE

### ACCIONES : OBJETIVO

Visión 2015

Mejorar en forma continua la gestión del medio ambiente de las plantas productivas de la empresa, fomentar la sustentabilidad en los productos y procesos, y contribuir a la reputación y ventaja competitiva al aumentar el desempeño medioambiental más allá del cumplimiento legal.

**METAS  
2012**

1. Dar continuidad a los objetivos de Visión 2015: **CUMPLIDO**.

**METAS  
2013**

1. Lanzar programa Agua.  
2. Dar continuidad a los objetivos de Visión 2015.



## PROVEEDORES

### ACCIONES : OBJETIVO

Integrity Project

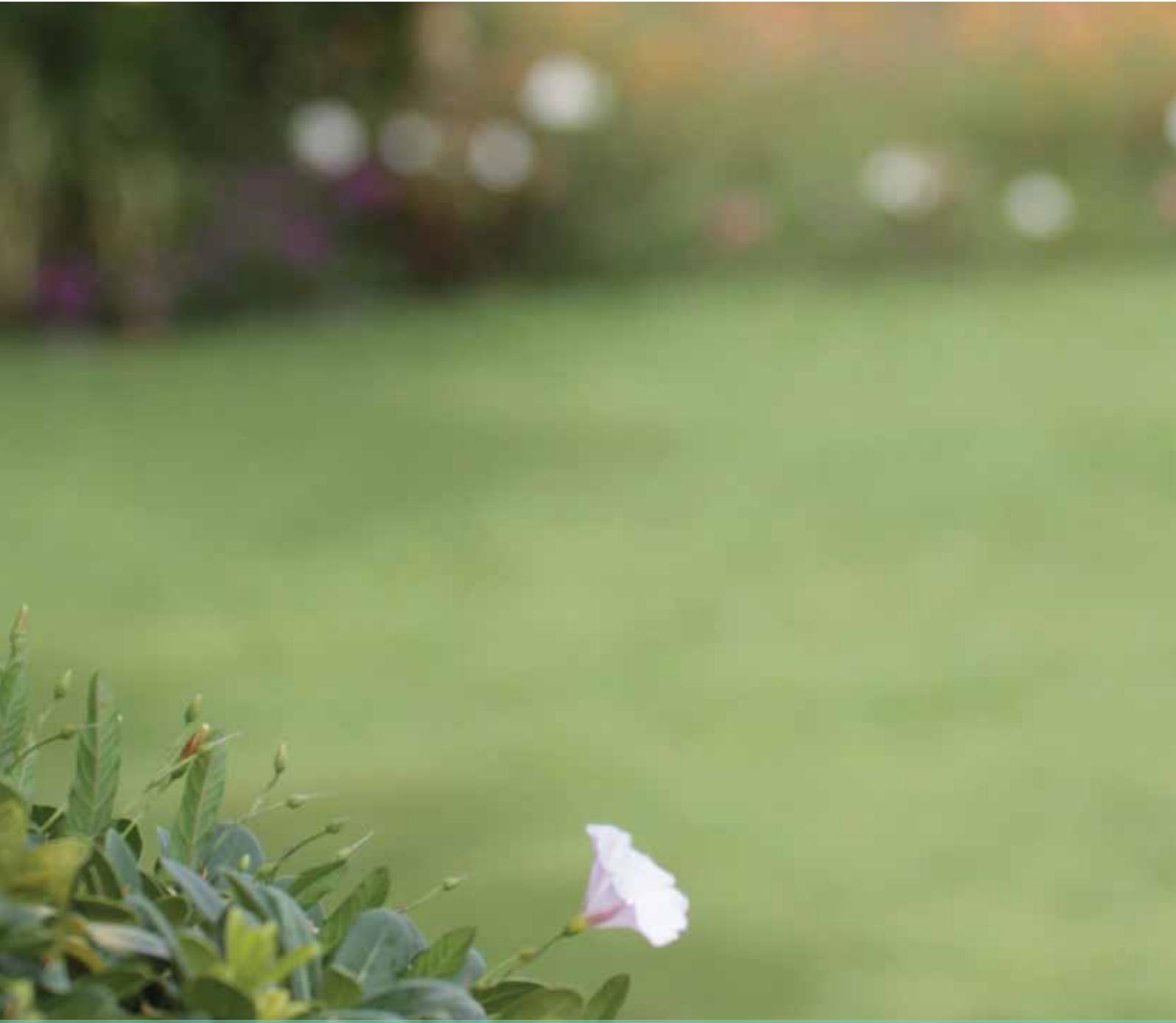
Estimular a los proveedores en el desarrollo de una gestión orientada a la RSE y la Sustentabilidad.

**METAS  
2012**

1. Entrenamiento sobre Responsabilidad Social para proveedores PyME: **CUMPLIDO**.  
2. Incorporación de distribuidores: **NO CUMPLIDO**

**METAS  
2013**

1. Concurso sobre PyMES y RSE.  
2. Incorporación clientes y distribuidores.



# PRESERVAR EL CAPITAL NATURAL

**PROGRESO  
SOCIOECONÓMICO**  
de las comunidades en  
las que operamos

Reforzar y  
mantener nuestro  
liderazgo  
**para el 2013**

Hacemos foco en las personas, el planeta y los productos

**CONSERVAR Y PROTEGER**  
EL CAPITAL NATURAL DE NUESTRO PLANETA

**MEJORAR  
LA CALIDAD  
DE VIDA**

ADOPTAMOS  
PRÁCTICAS  
AMBIENTALES  
SUSTENTABLES

TRANSFORMAMOS  
GRANDES IDEAS  
EN PRODUCTOS  
INNOVADORES

**CRECIMIENTO  
SOSTENIDO**

2





# HUELLA CORPORATIVA

# 2

## INTEGRIDAD EN NUESTRA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gobierno corporativo, gestión  
de la sustentabilidad y relación  
con los grupos de interés

# LA TRANSPARENCIA DE NUESTRA GESTIÓN

Establecemos un vínculo con nuestros grupos de interés que asegura el cumplimiento de todos los requisitos legales y regulatorios, así como los parámetros éticos que nos ayudan a crecer de manera sustentable.

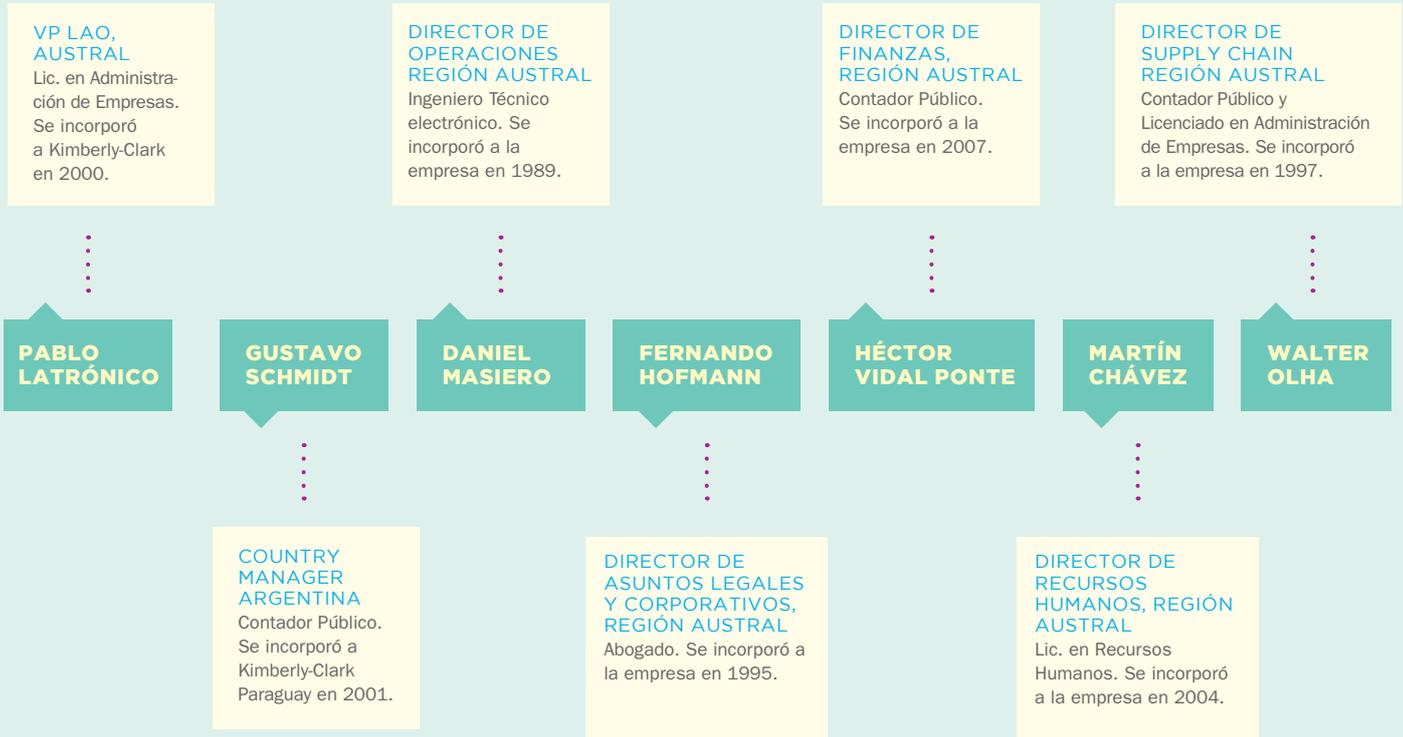
En Kimberly-Clark Argentina disponemos de un conjunto de principios que norman el diseño, la integración y el funcionamiento del más alto órgano de gobierno de la Empresa: el Directorio y sus comités de apoyo.

Encargados de identificar y manejar los riesgos y decisiones que guían nuestras operaciones en el país, el Grupo de Dirección está compuesto por entre uno y cinco miembros titulares y sus respectivos suplentes. Dicho grupo está supervisado por el VP LAO, Austral y conformado por el Country Manager de Argentina y cinco Directores regionales.

Esta estructura y sus respectivos comités supervisan y guían la gestión del negocio, así como las relaciones con nuestros grupos de interés. Además, establecen y aprueban el alcance de nuestras políticas y procedimientos operativos fundamentales en materia de ciudadanía, manejo ambiental, sustentabilidad y responsabilidad social corporativa, entre otras.

Tanto el Directorio como el Grupo de Dirección envían informes periódicos a la casa matriz con los temas más relevantes de las operaciones locales, ya sean financieros, comerciales, ambientales, de manufactura, gobierno corporativo, abastecimiento y recursos humanos, entre otros.

Todas nuestras plantas reciben anualmente tres visitas de evaluación, incluida una auditoría interna de Medio Ambiente, Salud y Seguridad, y una global cada tres años. Cada una de las mencionadas instancias es considerada por la casa matriz para evaluar la gestión local en relación con los objetivos de sustentabilidad establecidos por la empresa.



## REMUNERACIÓN Y EVALUACIÓN DEL DIRECTORIO

El Comité de Dirección recibe una remuneración fija mensual y otra parte variable anual que se calcula en función de los resultados económico-financieros y los objetivos de desempeño relacionados con la Sustentabilidad y RSE. Al finalizar el período, la casa matriz se encarga de evaluar el nivel de ejecución del Directorio, así como el nivel de cumplimiento del Plan Global de Negocios, que incluye indicadores de desempeño económico, ambiental y social para nuestras plantas y marcas.



Nuestro Directorio vela por la transparencia y rigurosidad en el desarrollo de la Empresa.

## COMITÉ INTERNO DE SUSTENTABILIDAD

Con el fin de alinear nuestras iniciativas como región, contribuir con las estrategias globales de la Compañía, y definir los próximos pasos en el área de Sustentabilidad a nivel local, formamos el Comité de Sustentabilidad multidisciplinario de la región Austral, compuesto por representantes de nueve áreas de la compañía: Recursos Humanos, Marketing, Trade Marketing, RSE, PR, Operaciones, Calidad y Desarrollo, Distribución y Supply Chain.

El Austral Sustainability Council es una fuente de motivación y compromiso muy importante para todo nuestro equipo, y su trabajo está enfocado en las dimensiones Personas, Planeta y Producto. A nivel global, cada dimensión tiene metas fijadas a 2015, que debemos cumplir trabajando en conjunto.

El Comité contribuirá al cumplimiento de estas metas globales por medio del desarrollo de nuevos planes, estrategias, objetivos y métricas, a fin de continuar posicionando a la empresa como una referente en cuanto a las prácticas sustentables que lleva a cabo.



### SERGIO NACACH NUEVO PRESIDENTE ENTRANTE DE KIMBERLY-CLARK LAO

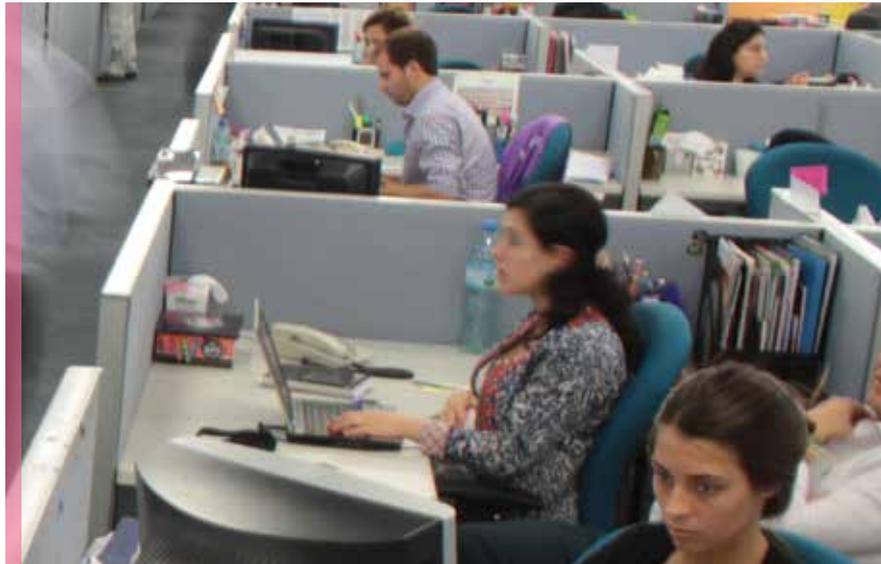
Con la convicción de fortalecer la región, su gestión estará focalizada en la gente como ventaja competitiva relevante, la estrategia para un crecimiento productivo y una cultura corporativa que respete las individualidades de cada país de la región LAO.



# CÓDIGO DE CONDUCTA

En Kimberly-Clark Argentina trabajamos de acuerdo con los lineamientos propuestos por el Código de Conducta<sup>[3]</sup> de la Compañía, que ofrece pautas para desarrollar las operaciones de la Empresa con integridad y altos estándares éticos en tres áreas básicas: la conducta frente al equipo, frente a otros y frente a la Compañía.

Ponemos a disposición de nuestros empleados una línea para denuncias anónimas sobre violaciones al Código de Conducta corporativo. Durante 2012 no se reportaron incidentes de ningún tipo que incumplieran con la norma.



## CÓDIGO DE CONDUCTA

A través del Código de Conducta se establece formalmente un conjunto de valores, principios y normas que orientan la actuación y ayudan a garantizar la sustentabilidad tanto de la empresa como de sus grupos de interés.

[3] Mayor información sobre el Código de Conducta en el Reporte de Sustentabilidad 2010 y en [www.cms.kimberly-clark.com/umbra-coimages/UmbracoFileMedia/code\\_of\\_conduct\\_fileUpload.pdf](http://www.cms.kimberly-clark.com/umbra-coimages/UmbracoFileMedia/code_of_conduct_fileUpload.pdf)

# CONTENIDOS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

## DIVERSIDAD Y NO DISCRIMINACIÓN



### DERECHOS HUMANOS

(EXPLOTACIÓN INFANTIL, CASTIGOS FÍSICOS, ABUSO FEMENINO Y CUALQUIER OTRA FORMA DE ABUSO HUMANO, TRABAJO FORZADO U OBLIGATORIO, DISCRIMINACIÓN ILEGÍTIMA EN EL EMPLEO Y LA OCUPACIÓN)

### Políticas públicas

NO PERMITE LA PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS O ACTIVIDADES DE LOBBY

### LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

## CONSUMIDORES

### CLIENTES Y PROVEEDORES

### Confidencialidad de la información de consumidores y empleados

### CONFLICTOS DE INTERESES

### SEGURIDAD, RESPETO Y NO VIOLENCIA EN EL LUGAR DE TRABAJO

## COMPETENCIA

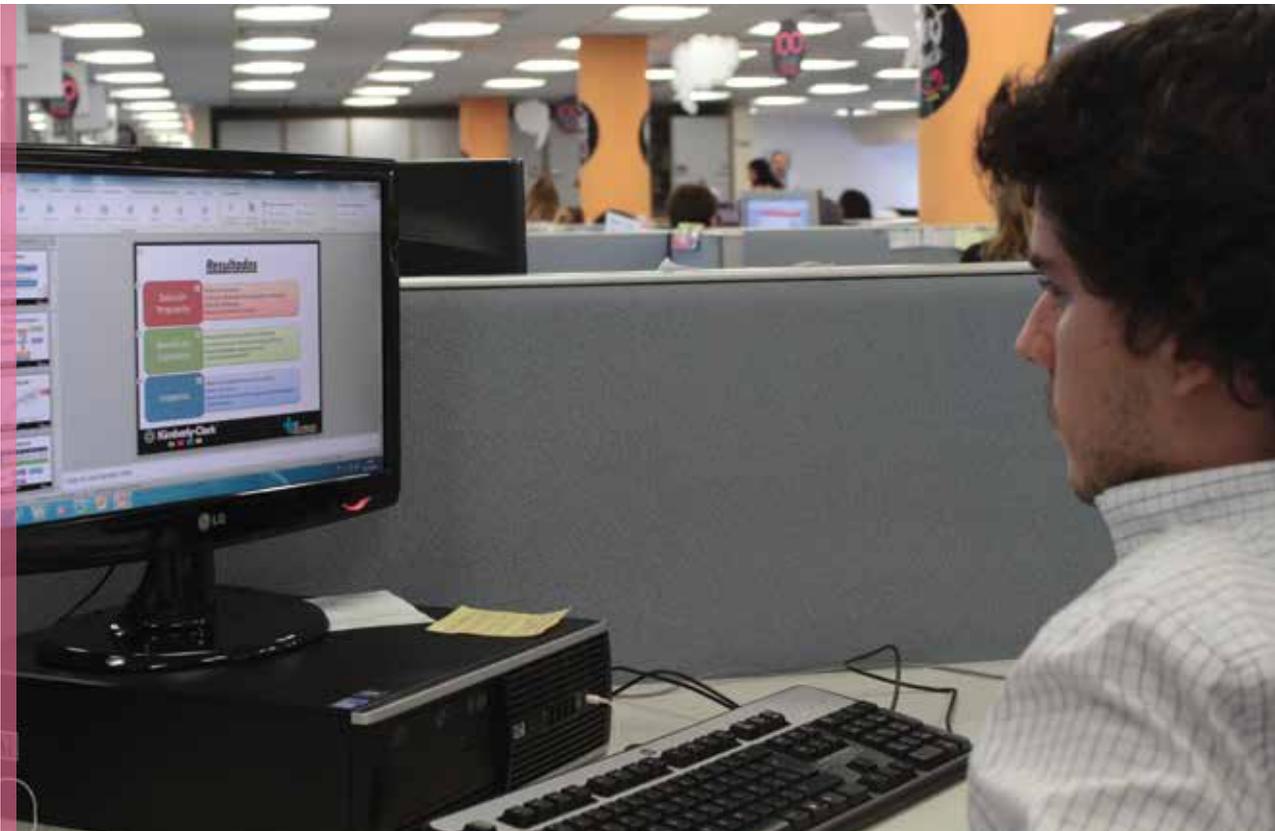
“

Potenciamos habilidades relativas a las buenas prácticas y conductas éticas.

## GESTIÓN DEL RIESGO

Como todos los años, la casa matriz audita cinco áreas operativas (Marketing, Ventas, Recursos Humanos, Abastecimiento y Finanzas) para evaluar el desempeño y la eficacia de los mecanismos de control de los que disponemos para asegurar el buen funcionamiento de nuestros procesos y la propiedad de nuestras operaciones.

En conformidad con la Ley Sarbannes Oxley de los Estados Unidos, la auditoría se focaliza en evitar fraudes y casos de corrupción, respetar las normas y leyes de anti-corrupción, y verificar la transparencia financiera. El área de Legales es responsable de realizar auditorías internas para controlar y prevenir contingencias en cada sector de la Compañía. Esto incluye un relevamiento de cada procedimiento y su posterior revisión para verificar la corrección de los desvíos que se hubieren detectado.





## A LO LARGO DE 2012 SE REALIZARON LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES

- **Capacitaciones sobre Políticas y Prácticas Anticorrupción:** Para asegurar que todos comprendan la importancia y la vigencia del código, se llevaron a cabo capacitaciones para el 100% de los empleados. La iniciativa busca generar aún mayor compromiso y conocimiento sobre los estándares éticos de la compañía.
- **Divulgación interna de la Política Anticorrupción:** Utilizamos las herramientas de comunicación interna, como la revista *Juntos*, para recordar distintos aspectos del Código de Conducta y la importancia que tiene el cumplimiento de la Política de Anticorrupción para cada área de la compañía.
- **Semana de la ética y el cumplimiento:** En 2012 cumplimos 140 años de trabajo ético y transparente en el mundo y lo festejamos con la Semana de la Ética y el Cumplimiento. Desde Argentina convocamos a los empleados a participar de sorteos y acciones que promueven la reflexión sobre los valores de la honestidad y la conducta correcta. En este sentido, desarrollamos un Concurso de Ensayos, en cuyo marco los colaboradores fueron invitados a compartir una experiencia personal que demostrara el compromiso de hacer lo correcto en el trabajo cotidiano, reflejando valores como honestidad e integridad. Tres jueces del Departamento de Cumplimiento, Comunicaciones y Control interno de Kimberly-Clark fueron los encargados de nombrar cinco ganadores.

Además, los empleados pudieron participar de sorteos todos los días de la semana y accedieron a la red de la Semana de la Ética y el Cumplimiento. A su vez, las sedes de Puerto Madero, Pilar, Bernal y San Luis recibieron material de concientización y difusión sobre el tema.

“

Conocemos los perfiles de las personas, instituciones y organizaciones a las cuales impactamos con nuestro negocio.

## GRUPOS DE INTERÉS

Nos conectamos diariamente con diferentes grupos de interés que están influenciados directa o indirectamente por el desarrollo de nuestra actividad. De acuerdo con el grado de proximidad con la empresa y características de cada uno, implementamos diferentes mecanismos de comunicación y/o participación:



Además, nos integramos con otros actores del mercado a través de nuestra participación activa en distintas comisiones o comités de trabajo de Cámaras y Asociaciones Empresarias relacionadas con nuestra actividad:

- Cámara Argentina de la Industria Cosmética y Perfumería (CAPA)
- Cámara Argentina de Anunciantes (CAA)
- Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP)
- Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCyP)
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AmCham)
- Asociación de Industrias de Marca (ADIM)
- Cámara Empresaria del Parque Industrial Pilar (CEPIP)

ÁREA PRIMARIA DE INTERÉS

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN

**CLIENTES Y CONSUMIDORES**

Higiene y salud
Buen servicio al cliente
Sustentabilidad del producto
Calidad y seguridad del producto

- Promociones
- Etiquetado del producto
- Centro de atención al consumidor
- Reuniones con clientes
- Información *online*
- Club Huggies



**EMPLEADOS**

Compensaciones y beneficios
Oportunidades de desarrollo
Desempeño
Salud y seguridad
Equidad
Sustentabilidad
Participación de los empleados

- Reuniones de equipo
- Intranet
- Encuestas de clima
- Reuniones abiertas
- Voluntariado
- Gestión del desempeño
- Reuniones con el Directorio
- Revista interna



**PROVEEDORES**

Contratos
Requerimientos de sustentabilidad
Prácticas laborales
Calidad

- Integrity Project
- Auditorías



**COMUNIDAD**

Oportunidades laborales
Impactos locales
Relaciones con la comunidad

- Prensa
- Programas de inversión social y de voluntariado



**GOBIERNO**

Cumplimiento legal
Políticas públicas

- Reuniones con funcionarios
- Participación en cámaras empresarias





Política de Medio Ambiente

Kimberly-Clark Argentina se erige como una empresa comprometida con la excelencia en el cuidado del medio ambiente.

mejorar nuestra conducta es una prioridad.

# CRECIMIENTO SUSTENTABLE

## CRECIMIENTO PRODUCTIVO

### INDICADORES DE DESEMPEÑO

económico, ambiental y social

Supervisar y guiar la gestión del negocio

ALTOS ESTÁNDARES ÉTICOS

Comité de Sustentabilidad de la región Austral

**seguridad y respeto** en el lugar de trabajo

TRANSPARENCIA FINANCIERA anticorrupción

**TRANSPARENCIA Y RIGUROSIDAD** en el desarrollo de la empresa

### UNA DE LAS COMPAÑÍAS MÁS ÉTICAS DEL MUNDO

El Instituto Ethisphere, uno de los más importantes *think tanks* en ética de los negocios de Estados Unidos, incluyó a Kimberly-Clark en su selección de "Las empresas más éticas del mundo 2012". Se trata de una selección de 145 compañías que trabajan en la promoción de normas éticas y prácticas de negocios, que superan los mínimos requisitos legales en ética y cumplimiento, que introducen ideas innovadoras beneficiosas para el público y que obligan a sus competidores a imitarlas.

Más información en <http://ethisphere.com/>

**145**  
COMPAÑÍAS SELECCIONADAS

**40**  
EMPRESAS FUERA DE EE. UU.

# 3





# HUELLA AMBIENTAL



# 3

## REDUCIMOS EL IMPACTO AMBIENTAL DE NUESTRAS OPERACIONES

Presentamos una mejora  
continua en la gestión del  
medio ambiente

# GESTIONAMOS DESAFÍOS AMBIENTALES

Tenemos la desafiante tarea de conservar y proteger el capital natural de nuestro planeta, por lo que decidimos reforzar nuestros esfuerzos sobre la gestión de aquellos recursos de los que más dependemos y sobre los que podemos generar un mayor impacto: fibra, agua y energía.

Contar con lineamientos corporativos de Kimberly-Clark Corporation nos brinda la oportunidad de acceder a las mejores prácticas ambientales en materia de gestión de los recursos y de los riesgos existentes, así como dar respuesta a las exigencias legales y normativas vigentes en nuestro país. A su vez, atravesar por los ciclos de auditoría interna y de mejora continua de nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA) nos permite identificar los desafíos de la gestión ambiental que poseemos como empresa de producción de productos de consumo masivo.

Durante 2012, no se desarrollaron nuevas políticas ni modificaciones de procedimientos a nivel corporativo o local. No obstante, se implementó un nuevo sistema de control de documentos a través de nuestro portal de internet donde se pone a disposición toda la información de los sistemas de gestión corporativa. El desarrollo de estas iniciativas también impacta en nuestros sistemas de gestión de la información y nos permite avanzar cada vez más hacia procesos de gestión de la información más clara para todo el personal y los miembros del equipo de trabajo.

En el período de reporte anterior se comunicó que se realizaría, durante este año, la auditoría del Sistema de Gestión de la planta San Luis. Esta actividad no logró su realización por razones presupuestarias.

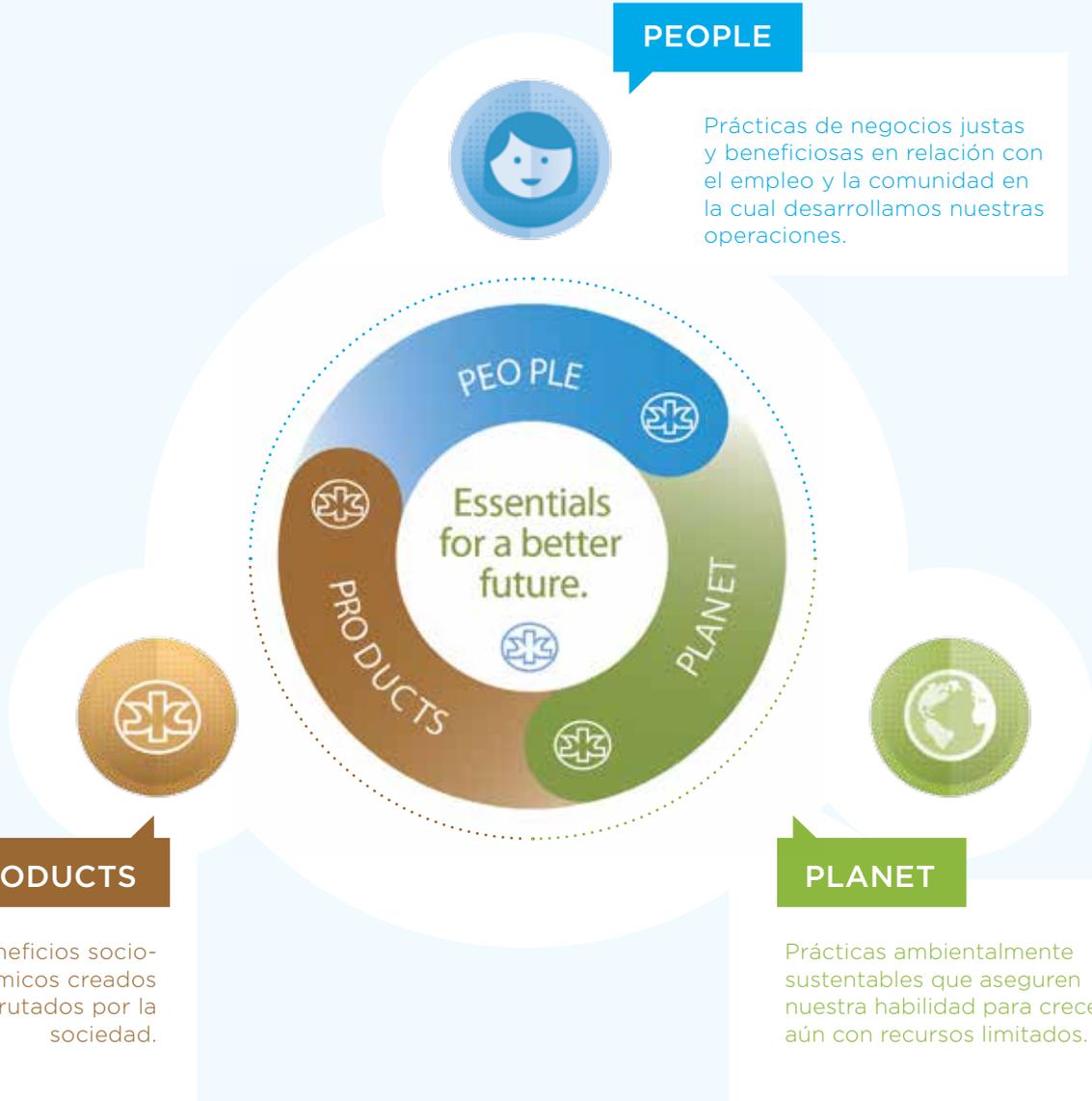
Nuestros desafíos se encuentran íntimamente vinculados con los aspectos esenciales definidos en nuestra Visión Corporativa Global y la Estrategia 2015 <sup>[4]</sup> desarrollada en consecuencia.

Durante el período 2012 hemos realizado diversos gastos e inversiones ambientales, mayormente vinculadas con la gestión de los residuos que se generan en nuestras plantas. Por eso tenemos ingresos económicos, aunque no siempre resultan saldos positivos.

---

[4] Presentada en el primer capítulo de este reporte.

# VISIÓN CORPORATIVA GLOBAL





**SALDO DERIVADO DE LA GESTIÓN AMBIENTAL**

	2012		
	BERNAL	PILAR	SAN LUIS
<b>INGRESOS ASOCIADOS AL RECICLADO DE RESIDUOS</b>	-	440.076	7.896.457
<b>SUBTOTAL INGRESOS</b>	-	440.076	7.896.457
<b>EGRESOS ASOCIADOS AL TRATAMIENTO DE RESIDUOS</b>	35.000	287.508	4.299.860
<b>EGRESOS ASOCIADOS AL TRATAMIENTO DE EMISIONES</b>	2.950	-	-
<b>OTROS</b>	432.000	-	38.036
<b>SUBTOTAL EGRESOS</b>	469.950	287.508	4.337.896
<b>SALDO DERIVADO DE LA GESTIÓN AMBIENTAL</b>	469.950	152.568	3.558.561



Adoptamos un enfoque preventivo para minimizar el impacto medioambiental de nuestras operaciones.

El compromiso ambiental se refleja en el programa corporativo “Visión 2015”, que tiene como principal objetivo la mejora continua en la gestión del medio ambiente.





Contamos con un registro mensual del uso de agua en nuestras plantas productivas.

## AGUA

**Objetivo: reducir en un 25% el consumo de agua y mantener la calidad de los efluentes para el año 2015.**

El consumo de agua para uso industrial sigue siendo el consumo de la planta de Bernal. Durante 2012 se realizó la instalación de los caudalímetros en las plantas de San Luis y Pilar.

Teniendo en cuenta la importancia dada a este aspecto en nuestra Visión 2015 y los objetivos asociados a él en la industria papelera, nos satisface encontrarnos con un desempeño inferior a la meta establecida corporativamente (30 metros cúbicos por tonelada de papel producido).

Las plantas de Pilar y San Luis continuaron sin alterar sus procesos productivos, consumiendo agua subterránea, en la planta de Pilar, y agua provista por los servicios públicos, en la planta de San Luis. El caudalímetro colocado en la planta de Pilar, hacia mediados del año, indica que el volumen de agua para consumo humano alcanza en el período los 8.135 m<sup>3</sup>. Por su parte, la instalación del caudalímetro en la planta de San Luis nos permite estimar un volumen anual consumido de 25.959 m<sup>3</sup>. [5]

Los efluentes asimilables a domiciliarios de la planta de Pilar son tratados en la planta de tratamiento de efluentes propia, mientras que la planta de San Luis cuenta con cloacas. Por su parte, los efluentes asimilables a domiciliario en la planta de Bernal son tratados y conducidos al sistema cloacal municipal.

### EFLUENTES INDUSTRIALES - PLANTA BERNAL

Los efluentes industriales de la planta Bernal son tratados en las instalaciones de tratamiento primario existentes. Los valores de composición de la demanda química de oxígeno que surgen de las muestras tomadas del efluente durante el período de reporte se han mantenido por debajo de los parámetros legales vigentes en la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, en algunas ocasiones, durante 2012 hemos superado los parámetros de calidad del efluente en términos de sólidos suspendidos totales. En consecuencia, incorporamos una serie de filtros al sistema de tratamiento.

[5] En función de la información obtenida en el período 12/06/12 - 28/10/12.

## CONSUMO DE AGUA



### PLANTA BERNAL

Indicador	2010	2011 [6]	2012 [7]
Consumo de agua (m <sup>3</sup> )	438.875	1.011.995	517.258
Volumen total de agua reciclada (m <sup>3</sup> )	1.180.594	50.600	1.137.968
Volumen total de agua reciclada (%)	73%	5%	69%
Consumo de agua (m <sup>3</sup> /BDMT ) [8]	25,82	56,74	25
VOLUMEN TOTAL DE AGUAS RESIDUALES: EFLUENTES LÍQUIDOS DE PROCESO (m <sup>3</sup> )	430.100	991.755	506.913

El agua de la planta de San Luis es utilizada en las torres de enfriamiento y, dadas las concentraciones de sales existentes y la evaporación derivada de la baja humedad ambiente, resulta necesaria una frecuente purga de las torres, lo cual se evidencia en un alto consumo del recurso.

[6] Datos actualizados al período enero 2011 - diciembre 2011.

[7] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.

[8] Bone Dry Metric Tone, por su sigla en inglés. Corresponde a la cantidad de agua consumida por tonelada de papel seco producido.

# ENERGÍA Y EMISIONES

**Objetivo: reducir en un 5% los gases con efecto invernadero, para 2015.**

Durante este período el consumo de energía –directa e indirecta– en San Luis se prevé similar al realizado el período anterior. Por su parte, Pilar se proyecta levemente menor. Sin embargo, en Bernal durante el período de reporte el consumo de energía directa, derivada del consumo de gas natural, y el consumo de energía indirecta, derivada del consumo de energía eléctrica de la red pública, se vio incrementado respecto del período anterior en un valor aproximado del 17%. Este aumento se vincula al crecimiento de producción que experimentó la planta de Bernal.

## CONSUMO DE ENERGÍA EN PLANTAS



### PLANTA BERNAL

Indicador	2010	2011 [9]	2012 [10]
<b>Consumo directo de energía (en GJ)</b>			
Gas natural	139.277	175.889	200.107
Gas GLP	3	0	0
Fuel oil	10	7,184	10,36
Gas oil	-	8,79	8,65
<b>SUBTOTAL</b>	<b>139.290</b>	<b>183.083</b>	<b>200.126</b>
<b>Consumo indirecto de energía (en GJ)</b>			
Vapor	48.483	-	-
Electricidad [11]	80.633	82.386	96.314
<b>SUBTOTAL</b>	<b>80.633</b>	<b>82.386</b>	<b>96.314</b>
<b>Consumo total de energía (en GJ)</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>219.923</b>	<b>265.469</b>	<b>296.440</b>

[9] Datos actualizados al período enero 2011 - diciembre 2011.

[10] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.

[11] Se ajustan los valores dada la utilización errónea de un factor de conversión de unidades de energía.



El objetivo está puesto en reducir un 5% de los gases de efecto invernadero, para el año 2015.



**PLANTA PILAR**

Indicador	2010	2011 [12]	2012 [13]
<b>Consumo directo de energía (en GJ)</b>			
Gas natural	149	403	294
Gas GLP	-	-	-
Fuel oil	-	-	-
Gas oil	-	-	-
SUBTOTAL	149	403	294
<b>Consumo indirecto de energía (en GJ)</b>			
Vapor	-	-	-
Electricidad [14]	30.622	30.938	26.836
SUBTOTAL	30.622	30.938	26.836
<b>Consumo total de energía (en GJ)</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>30.770</b>	<b>31.341</b>	<b>27.129</b>

**PLANTA SAN LUIS**

Indicador	2010	2011 [12]	2012 [13]
<b>Consumo directo de energía (en GJ)</b>			
Gas natural	-	0	440
Gas GLP	-	0	0
Fuel oil	-	-	-
Gas oil	-	-	-
SUBTOTAL	-	0	440
<b>Consumo indirecto de energía (en GJ)</b>			
Vapor	-	-	-
Electricidad [14]	135.871	139.828	139.867
SUBTOTAL	135.871	139.828	139.867
<b>Consumo total de energía (en GJ)</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>135.871</b>	<b>139.828</b>	<b>140.308</b>

[12] Datos actualizados al período enero 2011 - diciembre 2011.

[13] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.

[14] Se ajustan los valores dada la utilización errónea de un factor de conversión de unidades de energía.

Hacia fines de 2012, realizamos en las plantas diversas actividades con el propósito de minimizar los consumos de energía y, de esta manera, ser cada vez más eficientes. Las actividades desarrolladas implicaron el cambio de equipamientos y el cambio en el comportamiento del personal.

En la planta de Bernal, hemos iniciado durante este año distintas iniciativas que nos permitirán en el año próximo generar reducciones en el consumo de energía eléctrica y mejorar la performance ambiental de nuestros productos. Estas iniciativas son las siguientes:

- Abordamos la modificación de los motores del refinador para poder realizar variaciones de velocidad de funcionamiento de acuerdo con las necesidades.
- Compramos dos bombas para retorno de condensado a alta presión y temperatura a la caldera. Una vez completada su instalación, será factible el retorno del condensado a una temperatura mayor que la actual. La consecuencia de este proceso será la reducción de la energía necesaria para generar el vapor en la caldera.
- Hacia fines de año recibimos la visita de un equipo técnico de la empresa fabricante de la capota para secado de papel, que realizó un estudio intensivo de toda la capota de alta temperatura para secado de papel. Esto permitió el incremento de la eficiencia de todo el sistema y la reducción del gas consumido para el secado del papel. Esta actividad implicó una reducción estimada del 20% en el consumo de gas natural utilizado en capota y quedamores.
- Avanzamos en la modificación de los controles de procesos mediante la compra de un tubo pitot<sup>[15]</sup> que nos permite realizar mediciones de caudal de aire sobre la capota, bombas de vacío y otros equipos para así monitorear su eficiencia. Este equipo nos permite realizar estudios de procesos sobre algunos de los flujos de la planta como vacío, aire caliente, vapor y otros.
- Instalamos una regadera de limpieza dentro del economizador. Este equipamiento permite una limpieza automática de los tubos de un equipo destinado a aprovechar los gases de escape calientes de la capota para calentar aire fresco de ingreso. Manteniendo limpios los tubos de intercambio de calor, puede alcanzarse una mejor transferencia de calor y una consecuente reducción de la necesidad de energía.
- Revisamos la curva de carga de la prensa de succión, equipo con el cual se prensa el papel para retirar el contenido de agua presente. Con este fin se han adquirido celdas de carga para realizar la revisión de la presión que se le aplica a la prensa y de esta forma modificar las eficiencias de proceso.

---

[15] Instrumento que permite medir velocidades de flujos en ductos y cañerías.

En la planta de San Luis, por su parte, durante el período de reporte se realizaron pruebas de modificación de los sistemas de iluminación en la planta, en el cual se procedió al reemplazo de luminarias de vapor de sodio por iluminación LED, previéndose el avance del proyecto para 2013.

Estas iniciativas realizadas presuponen la reducción del consumo energético a través de la conjunción de los esfuerzos de las distintas plantas; el impacto y la reducción del consumo energético se harán evidentes durante el próximo año.

Las emisiones de gases con efecto invernadero se encuentran asociadas al consumo de energía adquirida en la red eléctrica nacional y a la utilización de gas natural. Los restantes combustibles fósiles se dan para la operación en situaciones de cortes imprevistos de energía y/o gas natural.



**Estamos trabajando en la reducción del consumo energético a través de la conjunción de los esfuerzos de las distintas plantas.**

# CUIDANDO LA ENERGÍA



## EMISIONES DE GASES CON EFECTO INVERNADERO

### PLANTA BERNAL

Indicador	2010	2011 [16]	2012 [17]
Emisiones indirectas [18] (t CO <sub>2</sub> )	11.445	11.648	13.617
Emisiones directas (t CO <sub>2</sub> )	2.131	2.842	3.062
Gas natural	2.130	2.691	3.061
Gas GLP	0,05	-	-
Fuel oil	0,21	151	0,22
Gas oil	-	0,18	0,17
<b>EMISIONES TOTALES (t CO<sub>2</sub>)</b>	<b>13.576</b>	<b>14.491</b>	<b>16.679</b>

### PLANTA PILAR

Indicador	2010	2011 [16]	2012 [17]
Emisiones indirectas [18] (t CO <sub>2</sub> )	4.346	4.374	3.794
Emisiones directas (t CO <sub>2</sub> )	2,27	6,17	4,49
Gas natural	2,27	6,17	4,49
Gas GLP	-	-	-
Fuel oil	-	-	-
Gas oil	-	-	-
<b>EMISIONES TOTALES (t CO<sub>2</sub>)</b>	<b>4.348</b>	<b>4.380</b>	<b>3.798</b>

### PLANTA SAN LUIS

Indicador	2010	2011 [16]	2012 [17]
Emisiones indirectas [18] (t CO <sub>2</sub> )	19.286	19.770	19.775
Emisiones directas (t CO <sub>2</sub> )	-	-	6,74
Gas natural	-	-	6,74
Gas GLP	-	-	-
Fuel oil	-	-	-
Gas oil	-	-	-
<b>EMISIONES TOTALES (t CO<sub>2</sub>)</b>	<b>19.286</b>	<b>19.770</b>	<b>19.782</b>



Implementamos iniciativas para reducir el consumo de energía y las emisiones de gases a la atmósfera.

La realización de las iniciativas anteriores, asociadas a la mejora de la eficiencia energética de las operaciones, ha tenido un objetivo indirecto de reducción de las emisiones de gases con efecto invernadero. Dado que las actividades detalladas fueron realizadas en el último trimestre de 2012, los impactos en la reducción de las emisiones de gases con efecto invernadero podrán ser observados en el próximo año.

Adicionalmente, otras emisiones indirectas de gases con efecto invernadero se vinculan con la actividad logística desarrollada por las empresas contratistas con las que trabajamos, así como con las actividades de movilidad de nuestro personal desde y hacia sus hogares, por su propia cuenta o con los vehículos provistos por la empresa cuando sus funciones lo precisan. Durante el período de reporte no hemos logrado avanzar sobre los dos primeros aspectos, que constituyen uno de los principales desafíos para el corto y el mediano plazo.

Más aún: en la planta de Pilar contamos con una combi y un micro para el traslado de las personas desde determinados sitios hasta la planta localizada en el Parque Industrial de Pilar. Este servicio se encuentra tercerizado y entendemos que en el mediano plazo debemos abordar su gestión como parte de nuestra huella energética y de carbono.

No obstante lo anterior, hemos estimado una aproximación de las emisiones indirectas derivadas de la utilización de los vehículos de flota propia, en función de las distancias recorridas durante el transcurso del año, la antigüedad de los vehículos de la flota propia y un estándar de consumo por unidad de 10 km por litro. El consumo de nafta para las 98 unidades disponibles alcanzaron los 276.408 litros, lo cual se traduce en la emisión aproximada de 628 toneladas de CO<sub>2</sub> en el año.<sup>[19]</sup>

Las emisiones asociadas a las sustancias que agotan la capa de ozono se vinculan específicamente con la existencia de equipos de acondicionamiento de aire en las instalaciones productivas y administrativas. Nuestro departamento de Mantenimiento cuenta con inventarios de los equipos existentes en todas las plantas, así como también del estado de carga de los gases que los mismos contienen. Durante el período de reporte fue necesario reemplazar en ellos un total de 11 kg de gas freón 22 para los equipos de la planta San Luis.

[16] Datos actualizados al período enero 2011 - diciembre 2011.

[17] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.

[18] Se realiza una corrección en el cálculo de las emisiones indirectas derivada de una interpretación errónea de las unidades de los factores de emisión de la red eléctrica nacional.

[19] Cálculo basado en la herramienta "Mobile Combustion - GHG Emissions Calculation Tools, version 2.0" del Greenhouse Gas Protocol Initiative, [www.ghgprotocol.org](http://www.ghgprotocol.org)



# SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS Y PROCESOS

**MINIMIZAR  
EL IMPACTO  
MEDIOAMBIENTAL**  
de nuestras actividades

para 2015  
**REDUCIR 25%  
EL CONSUMO  
DE AGUA**

Optimización de los procesos de segregación de residuos

**CONSERVAR Y PROTEGER**  
EL CAPITAL NATURAL DE NUESTRO PLANETA

**REDUCCIÓN  
DEL CONSUMO  
ENERGETICO**

PLANTAS  
CADA VEZ  
**MÁS  
EFICIENTES**

REDUCCIÓN DE  
LAS EMISIONES DE  
GASES CON EFECTO  
INVERNADERO

**CUIDAMOS  
EL ENTORNO**

La utilización de fibra de celulosa en las plantas de San Luis y Pilar genera la emisión de polvo –o material particulado– difuso en cantidades no significativas y emisiones controladas no difusas. La emisión de esta corriente se produce en el sector de producción. Contamos con mecanismos que nos permiten controlar y minimizar las fuentes de emisión no difusa, o sea, la puntual, consistente de la conducción del aire capturado a través de piletas con agua donde es retenido el material con una alta eficiencia de remoción.

Durante el ejercicio de reporte, nuestras emisiones de material particulado se han mantenido dentro de los valores establecidos por la ley. En este período, en nuestra planta de San Luis fueron emitidas aproximadamente 7 toneladas de material particulado.

La planta de Pilar no posee caldera ni tampoco quemadores. Se calcularon las mediciones de los humos de soldadura, que se encuentran por debajo del límite de detección. Por otra parte, contamos con un NPC,<sup>[20]</sup> consistente en filtros de manga que en su interior contienen el polvo extraído del manto, que retiene las partículas de polvo que se generan en la planta para que no sean emitidas al ambiente. El sistema conformado por los equipamientos disponibles permite que a lo largo de todas las líneas de producción se realicen aspiraciones del polvo suspendido hacia el interior del equipo, para luego ser retenido en un manto. Este manto es aspirado constantemente por una cámara que envía el polvo impregnado a una colección final.

Las emisiones de NO<sub>x</sub>, SO<sub>2</sub> y material particulado (PM10) son medidas tanto en el conducto número 1 de la caldera como en el quemador de la planta de Bernal, con una frecuencia anual, de acuerdo con la Ley 5965 y su decreto reglamentario de Emisiones Atmosféricas del Organismo Provincial de Desarrollo Sostenible de la provincia de Buenos Aires. Las mediciones realizadas en el año 2012 resultaron por debajo de los parámetros establecidos en la mencionada reglamentación.

Por otra parte, las facilidades del equipo, la caldera, nos permiten obtener mediciones constantes y online de monóxido de carbono, lo cual entrega un parámetro de calidad del funcionamiento de la misma y las potenciales emisiones asociadas. Estas mediciones online arrojaron resultados muy por debajo de los límites legales.

---

[20] Nozzle Purgue Collector, denominación en inglés para el equipo compuesto por filtros de mangas para la eliminación de polvo ambiente.

# RESIDUOS



Trabajamos para alcanzar nuestros objetivos corporativos de la “Visión 2015”.

**Objetivo: No realizar envío de residuos (productivos) a relleno sanitario para el año 2015.**

Continuamos avanzando en los procesos de gestión internos de la información, la disminución de la generación de los residuos y la optimización de los procesos de segregación de los residuos, con miras al cumplimiento de nuestros objetivos de Visión 2015 para mejorar nuestro desempeño y huella ambiental.

Según las pautas de la normativa legal ambiental referente a la gestión de residuos peligrosos y/o especiales, definimos los procesos de tratamiento aplicables a los residuos. Buscamos para los residuos no peligrosos desarrollar alternativas de reciclado y recuperación, trabajando una fuerte etapa de segregación interna.

Durante el período de reporte, hemos dejado de comprar celulosa reutilizada y hemos mejorado la eficiencia de los equipos, disminuyendo la cantidad de celulosa reutilizada. También hemos disminuido la utilización de Blanco 2,<sup>[21]</sup> dada la prioridad otorgada a los papeles higiénicos premium que utilizan menor cantidad de papel reciclado.

## GENERACIÓN DE RESIDUOS



### PLANTA BERNAL

Tipo de residuo	Destino	2010	2011 [22]	2012 [23]
LODOS DE TRATAMIENTO PRIMARIO (t)	Reutilización proceso ladrillos	1.699	1.362	1.300
CELULOSA REUTILIZADA (t)	Reingreso al proceso	1.425	1.300	562
BLANCO 2 (t)	Proceso	2.478	2.075	387
PAPEL DE DIARIO (t)	Proceso	64	-	-
METAL (t)	Reciclado	68	31	24
CARTÓN CORRUGADO (t)	Reciclado	177	81	100
OTROS (t)	Relleno sanitario	-	178	94
<b>TOTAL GENERADO (TN)</b>		<b>5.912</b>	<b>5.027</b>	<b>2.467</b>

[21] Blanco 2 es un insumo consistente en papel reciclado especial reutilizado dentro del proceso productivo de la pulpa de celulosa en la planta de Bernal.

[22] Datos actualizados al período enero 2011 - diciembre 2011.

[23] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.



Disminuimos nuestra huella ambiental a través del correcto tratamiento de los residuos y la búsqueda de oportunidades de reciclado.

## GENERACIÓN DE RESIDUOS



### PLANTA SAN LUIS

Tipo de residuo	Destino	2010	2011 [24]	2012 [25]
CELULOSA (t)	Reciclado/ reingreso al proceso	1.915	1.845	1.737
PLÁSTICO (t)	Reciclado	342	566	1.376
RELLENO SANITARIO (RECLAIMER Y DOMICILIA- RIOS) (t)	Relleno sanitario	1.128	800	1.076
CELULOSA/ PLÁSTICOS MEZCLADOS (t)	Reciclado	974	628	1.130
CARTÓN CORRUGADO (t)	Reciclado	858	1.335	1.548
<b>TOTAL GENERADO (t)</b>		<b>5.217</b>	<b>5.174</b>	<b>6.867</b>

El incremento en la generación de residuos plásticos y residuos de celulosa y plásticos mezclados relevado durante el año 2012 se corresponde con procesos de mejora de la gestión de la información.

## GENERACIÓN DE RESIDUOS



### PLANTA PILAR

Tipo de residuo	Destino	2010	2011 [24]	2012 [25]
CELULOSA (t)	Reciclado	907	371,4	12,77
PLÁSTICO (t)	Reciclado	425	342,9	451,83
MERMA RECUPERO DE TOALLAS (t)	Relleno sanitario	-	-	-
CELULOSA/ PLÁSTICOS MEZCLADOS (t)	Reciclado	181	169,1	187,27
CARTÓN CORRUGADO (t)	Reciclado	79	69,3	76,23
OTROS (t)	Relleno sanitario	126	113	84,66
<b>TOTAL GENERADO (t)</b>		<b>1.718</b>	<b>1.066</b>	<b>812,76</b>

[24] Datos actualizados al período enero 2011 - diciembre 2011.

[25] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.

## PRODUCTOS

Continuamos avanzando con la mirada puesta en nuestros objetivos corporativos de Visión 2015, acompañados por las investigaciones y desarrollos desde Kimberly-Clark Corporation y recorriendo iniciativas propias en el ámbito local. De esta manera, pretendemos alcanzar lo siguiente para 2015:

- Contar con proveedores de fibra certificada al 100%.
- Contar con un 25% de las ventas netas generadas por productos ambientalmente innovadores.
- Reducir el impacto ambiental del packaging en un 20%.

Desarrollar nuestros productos requiere, indudablemente, del consumo de materiales. Teniendo eso en cuenta, trabajamos con dedicación en la búsqueda de la minimización de los consumos, la potencialidad de reciclado de las salidas no productivas y la utilización de materiales que se adecuen a las políticas corporativas respecto de la certificación de fibras.

Continuamos desarrollando nuestros productos mediante la utilización de proveedores de fibra certificada según las prácticas corporativas.



Continuamos desarrollando nuestros productos a través de proveedores de fibra certificada.

## MATERIALES CONSUMIDOS

### PLANTA BERNAL

Materiales	2010	2011 [26]	2012 [27]
Cartulina para tubetes	1.254	1.355	1.420
Caños para bobinas	102	57	86
Fibras	19.274	19.059	21.762
Fibra larga	2.551	2.478	2.653
Fibra corta	12.756	14.506	18.140
Fibra reciclada	3.967	2.075	969
Láminas	598	596	635
Cajas / estuches	2.308.479	2.449.068	2.551.000
Adhesivos	192	195	171
Químicos	359	325	340
Tissue producido	17.963,61	19.670	21.449
Tissue convertido	17.285,91	17.202	17.846

[26] Valor consumido durante el período enero 2011 - diciembre 2011.

[27] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.



Cuidamos el entorno a partir de la mejora de nuestros productos.

#### PLANTA SAN LUIS

Materiales	Unidad	2010	2011 [28]	2012 [29]
Celulosa	t	24.873	24.465	21.057
Celulosa recuperada	t	768	1.091	536
SAM (material superabsorbente)	t	13.983	13.914	12.904
SAM recuperado	t	20	281	28
Adhesivos	t	1.832	1.941	1.838
Lycra	t	236	221	156
Polietileno	m <sup>2</sup>	-	19.639.413	5.017.212
Laminado	m <sup>2</sup>	175.101.703	186.827.773	180.886.570
No tejido	ml	59.819.357	59.623.135	54.146.611
No tejido	m <sup>2</sup>	544.603.625	560.865.835	497.961.665
Frontal	ml	5.033.823	5.362.837	6.182.661
Tissue	t	540	501	457
Bolsa	UN	89.400.026	94.667.732	88.599.121
Otros	N/A	52.150.038	-	-

#### PLANTA PILAR

Materiales	Unidad	2010	2011 [28]	2012 [29]
Adhesivos	t	294	331	209
Airlaid material	t	65	54,7	53
Bolsas cristal / impresas	UN	84.080.778	88.422.285	59.054.618
Cajas	UN	1.329.989	1.433.791	933.768
Químicos	ml	1.300	3.632	1.971
No tejido	m <sup>2</sup>	31.088.633	27.368.385	25.275.888
Papel siliconado	t	35	6,16	12,55
Papel siliconado	m <sup>2</sup>	8.421.797	8.154.300	10.240.925
Lámina Stretch	t	11	9,7	7,9
Polietileno	m <sup>2</sup>	57.584.903	36.619.864	33.222.193
Celulosa	t	3.656	3.104	2.939
Celulosa	UN	2.854.834	3.386.639	2.939.299
SAM (material superabsorbente)	kg	113.637	137.449	95.991
Tape	m	2.532.034	2.921.275	1.061.900

[28] Valor consumido durante el período enero 2011 a diciembre 2011.

[29] El valor contempla el consumo real hasta el mes de octubre 2012 y su proyección a diciembre 2012. Este valor será actualizado por su valor real en el próximo reporte.

[30] Los valores son medidos internamente dado su reingreso a proceso.

# MATERIALES VALORIZADOS 2012 <sup>[30]</sup>

Durante 2012 hemos continuado con las iniciativas de valorización de los materiales, procurando mantener nuestros esfuerzos y mejorar la performance desarrollada internamente.

## PLANTA BERNAL

**4,7% de FIBRA** RECUPERADA INGRESADA  
A PROCESO

## PLANTA SAN LUIS

**4,5% de CELULOSA** RECUPERADA INGRESADA  
A PROCESO

**2% de SAM** RECUPERADO INGRESADO  
A PROCESO

# 4





# HUELLA EN EL ENTORNO LABORAL

A photograph of an office environment. In the foreground, a man in a white shirt is seated at a desk, looking at a laptop. Behind him, other employees are visible at their workstations, some looking at computers. The office has a modern feel with cubicles and overhead lighting.

4

## ALENTAMOS EL DESARROLLO PERSONAL

La superación y  
el compromiso con  
nuestros valores

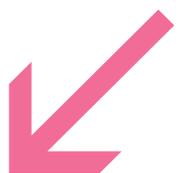
## IMPULSO AL TALENTO INTERNO

En Kimberly-Clark ofrecemos oportunidades de desarrollo personal y profesional a personas con ganas de crecer y superarse permanentemente; personas comprometidas con nuestros valores para contribuir con la visión de la Empresa.

En un contexto de creciente competitividad, demanda de productos innovadores y búsqueda de un servicio de excelencia, estamos orgullosos de contar con un equipo motivado y capaz de ser una de las principales fortalezas de la compañía.

Contar con un excelente equipo de colaboradores nos desafía a trabajar permanentemente para ofrecer oportunidades de desarrollo, un esquema de compensaciones y beneficios completo y atractivo, y un ambiente de trabajo seguro y respetuoso, que los aliente a desplegar su potencial al máximo.

**Oportunidades de desarrollo,  
esquema de compensaciones  
y beneficios, ambiente de  
trabajo seguro y respetuoso.**



# NUESTRA FILOSOFÍA

*People Philosophy* es la propuesta de valor para nuestros empleados que describe cómo los acompañamos para “liberar su poder” y qué se espera de ellos. Se basa en siete dimensiones:

- **Recibir:** Somos una compañía abierta a incluir personas que provengan de diferentes contextos y culturas. Se valora la diversidad de opiniones, formas de pensar, etc. y se entiende que desde la diferencia se construyen más y mejores resultados.
- **Soñar:** Somos una compañía con una cultura de superación, de ir más allá para superar las metas personales y profesionales, que reúne gente con ambición, con sueños, que busquen alcanzar sus aspiraciones y que tengan ganas de asumir riesgos.
- **Creecer:** Queremos gente con ganas de crecer junto con la Compañía. Promovemos la búsqueda de nuevas oportunidades de desarrollo y la mejora permanente en la forma de hacer las cosas.
- **Ganar:** Promovemos una cultura ganadora, basada en que cada uno tome responsabilidad por los objetivos del negocio y los haga suyos. Trabajamos con el foco puesto en el logro de resultados y en cómo cada uno puede colaborar para alcanzarlos.

Promovemos el equilibrio saludable entre la vida laboral y personal de nuestros colaboradores.



- **Celebrar:** Somos una compañía que no solo promueve los logros, sino que reconoce y recompensa el desempeño, los esfuerzos y los resultados sobresalientes.
- **Vivir bien:** Ayudamos a encontrar o mejorar un correcto balance entre la vida personal y profesional. Somos pioneros en construir un ambiente de trabajo sano y seguro.
- **Compartir:** Estamos fuertemente comprometidos con la comunidad y con el cuidado del medio ambiente. Buscamos diversos ámbitos a través de los cuales podamos compartir con la sociedad y fortalecer nuestro vínculo.

Durante 2012, implementamos una nueva estructura salarial a nivel corporativo con el objetivo de mantener una posición competitiva en el mercado. Además, modificamos el sistema de Gestión del Desempeño “K-C Performance & Development”, e incorporamos nuevos procesos de selección, entre ellos el programa de Jóvenes Profesionales. Como todos los años, sumamos nuevas acciones para enriquecer nuestro programa VIVIR BIEN, por el cual nuestros colaboradores mantienen un equilibrio saludable entre su vida personal y profesional.



**Somos pioneros en construir un ambiente de trabajo sano y seguro.**



# PERFIL DE NUESTRO EQUIPO DE TRABAJO

## DISTRIBUCIÓN



ARGENTINA	LUGAR DE TRABAJO	CANTIDAD DE EMPLEADOS
	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	365
	Pilar, Pcia. de Buenos Aires	196
	Provincia de San Luis	546
	Clas	29
	Bernal, Pcia. de Buenos Aires	215
	<b>TOTAL</b>	<b>1.351</b>

## DISTRIBUCIÓN DE LAS MUJERES EN CARGOS GERENCIALES A LO LARGO DE LOS AÑOS



## ROTACIÓN POR SITE



	SAN LUIS		PILAR		BERNAL		CLAS		CABA	
<b>TOTAL EMPLEADOS</b>	23		33		8		0		50	
<b>TASA TOTAL</b>	1,70%		2,44%		0,59%		0%		3,70%	
<b>GÉNERO EMPLEADOS</b>	18 HOM-BRES	5 MUJERES	33 HOM-BRES	0 MUJERES	7 HOM-BRES	1 MUJERES	-	-	20 HOM-BRES	29 MUJERES
<b>TASA POR GÉNERO</b>	1,33%	0,37%	2,44%	0%	0,52%	0,07%	-	-	1,48%	2,15%

# DATOS DEMOGRÁFICOS

## POR NIVEL EDUCATIVO

**54,9%**  
TOTAL: 742

**34% UNIVERSITARIA**  
TOTAL: 459

**11,1% PRIMARIA**  
TOTAL: 150

## POR ANTIGÜEDAD

**34,9%**  
**10 años o más**  
TOTAL: 471

**38,4%** hasta 5 años  
TOTAL: 519

**26,7%** hasta 10 años  
TOTAL: 361

## POR GÉNERO

**83,5%**  
**HOMBRES**  
TOTAL: 1128

**16,5%**  
**MUJERES**  
TOTAL: 223

## POR NIVEL JERÁRQUICO

**51,5%** OPERADORES  
TOTAL: 696

**29,8%** EMPLEADOS  
TOTAL: 402

**6,6%** JEFES  
TOTAL: 89

**4,1%** GERENTES  
TOTAL: 56

**7,1%** SUPERVISORES  
COORDINADORES  
TOTAL: 96

**0,9%** DIRECTORES  
TOTAL: 12

## POR TIPO DE CONTRATO

**56,4%** BAJO CONVENIO  
TOTAL: 762

**43,6%** fuera de convenio  
TOTAL: 589

## ROTACIÓN POR GÉNERO

**2,59%** MUJERES  
TOTAL: 35

**6%** HOMBRES  
TOTAL: 81



## ROTACIÓN



Concepto	2009	2010	2011	2012
<b>INGRESOS</b>	102	156	51	141
<b>EGRESOS</b>	87	79	36	116
<b>ÍNDICE DE ROTACIÓN</b>	7,9%	6,5%	7%	9%

## ROTACIÓN POR EDAD

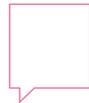
**63,8%**  
de 30 a  
50 años  
TOTAL: 74

**29,3%** menores  
de 30  
TOTAL: 34

**6,9%** mayores de 50 años  
TOTAL: 8



## FRANJA DE EDAD



**9,3%** mayores de 50 años  
TOTAL: 126

**27,2%** menores  
de 30  
TOTAL: 368

**63,4%**  
de 30 a  
50 años  
TOTAL: 857

En caso de que las posiciones deban ser desvinculadas de la Compañía por razones ajenas a la persona, reciben el servicio de *outplacement*, que consiste en reorientar positivamente a los ejecutivos, redefiniendo su horizonte profesional con herramientas que ayudan al diseño de estrategias para alcanzar nuevos objetivos laborales.

## NUEVA HERRAMIENTA DE BÚSQUEDAS INTERNAS

En 2012, implementamos una nueva Intranet regional corporativa llamada "Ofertas Laborales de LAO", en la cual los representantes de Recursos Humanos de toda la región de Latinoamérica publican las búsquedas internas. En el período de este reporte, se registraron 73 búsquedas internas, todas ellas concretadas.

## COMPENSACIONES Y BENEFICIOS

En 2012 implementamos una nueva estructura salarial propia basada en la metodología *Market Based Compensation*, la cual nos permite mantener una posición competitiva en el mercado, diferenciar el pago basado en la performance y lograr una consistencia global en materia de compensaciones. Para determinar el grado salarial de un puesto, realizamos el proceso de homologación con la información de mercado y en función de ello la ubicamos dentro de nuestra estructura salarial de 18 niveles.

Cada año, realizamos una encuesta de remuneraciones junto a una consultora externa con el propósito de evaluar la competitividad de los salarios, así como nuestras políticas y prácticas de Recursos Humanos. En la misma, nos comparamos con un selecto grupo de 20 compañías, similares a Kimberly-Clark por su nivel de ingresos y características del negocio. Con el fin de tener aún mayor consistencia, participamos y analizamos los resultados de otras encuestas salariales externas, lo cual nos permite tener un análisis más completo de mercado y de las posiciones de nuestra compañía.

Los empleados reciben un paquete de compensaciones variables y beneficios asignados de acuerdo a su nivel jerárquico, más todas las ventajas incluidas dentro del programa Vivir Bien. Cada año, se incorporan y ponen en marcha nuevos beneficios vinculados con las necesidades de todos los empleados de la compañía.

“

Contamos con un equipo de profesionales de alto rendimiento, motivado y comprometido.



# TRABAJO EN EQUIPO



# CLIMA LABORAL

En Kimberly-Clark trabajamos con una política de Puertas Abiertas. Esto significa que los ejecutivos de la Compañía, tanto los directores de área como el vicepresidente de la región, así como los líderes de las distintas áreas, están siempre disponibles para dialogar y escuchar las opiniones, dudas, sugerencias y comentarios de los colaboradores. Con el objetivo de optimizar la comunicación y participación entre todos los niveles, generamos una serie de iniciativas y encuentros informales entre el liderazgo, los supervisores y los empleados.

- **Desayunos con el equipo de liderazgo.** Un grupo de colaboradores elegido por el área de Recursos Humanos puede transmitir sus inquietudes a fin de aclararlas y/o solucionarlas. Organizamos encuentros con el vicepresidente de la región Austral, los directores, el gerente general de Argentina y los gerentes de planta.
- **Reuniones de nivelación entre departamentos.** Tiene como fin mejorar los servicios entre departamentos y fijar compromisos de mejora, que luego son seguidos y medidos.
- **Trabajo en equipo.** Entre los colaboradores y su líder. Fomentamos el liderazgo de los colaboradores como agentes de cambio, impulsando además ideas e iniciativas, muchas veces originadas en los programas de capacitación.
- **Socio de negocios (*business partner*).** Cada área cuenta con un *business partner* cuya misión es trabajar con el director del área y los miembros de su equipo, ofreciendo un canal de comunicación permanente para el planteo de inquietudes, dudas, sugerencias, expectativas personales, etc.

## CONECTADOS

Promovemos el bienestar y el desarrollo de los equipos de trabajo a través de una gestión participativa, que mantiene conectados a todos los colaboradores de la Empresa, independientemente de su ubicación geográfica o del puesto de trabajo que ocupan.

- **Comités multifunción.** Funcionan en todas las plantas de producción para incrementar la intervención de los empleados en temas corporativos. Hay, por ejemplo, comité de fiesta de fin de año, comité de edición de la revista corporativa, comité de Seguridad, comité del programa Vivir Bien, etc.
- **Encuesta corporativa K-C “Input to Action”.** El último año que corporativamente se realizó la encuesta “Input to Action” fue 2010. Entonces participó voluntariamente el 100% de los colaboradores, de los cuales 946 eran de la región River Plate. En 2012 la Corporación decidió posponer la encuesta un año más para que los equipos locales tuvieran suficiente tiempo para implementar y medir los planes de acción definidos en 2010. En su lugar se implementó una nueva herramienta: One K-C Jam.
- **One K-C Jam.** Con el objetivo de escuchar las ideas y opiniones de todos los empleados de Kimberly-Clark Global, se implementó por primera vez una *jam session* online durante 5 días. Consistió en un foro virtual moderado por distintos líderes, en el que estaban invitados a participar todos los colaboradores alrededor del mundo, y a través del cual todos podían expresar su punto de vista sobre las iniciativas en curso, aportar sugerencias y colaborar en la construcción de una cultura One K-C.

Una *jam session* online durante 5 días que permitió compartir ideas y opiniones entre empleados.



## LA MEJOR EMPRESA PARA TRABAJAR

Por tercer año consecutivo, recibimos el primer puesto en el ránking *Great Place to Work*® para Latinoamérica dentro de la categoría de Empresas Multinacionales. La implementación de planes de mejora continua para el desarrollo de nuestro talento interno y el respeto que predicamos por un equilibrio con la vida personal son las claves para destacarnos en una encuesta dirigida a 3 millones de empleados en 45 países de Latinoamérica.

Adicionalmente, y por segunda vez, fuimos elegidos como la segunda mejor empresa para trabajar en la Argentina, dentro de la categoría de más de 1000 empleados, por la consultora *Great Place to Work*® (GPTW).

Este año, además de publicar el ránking, GPTW premió a nueve empresas según sus iniciativas en alguna de las áreas de evaluación de la encuesta. Nosotros recibimos una distinción especial en la categoría “Desarrollo de personas”.



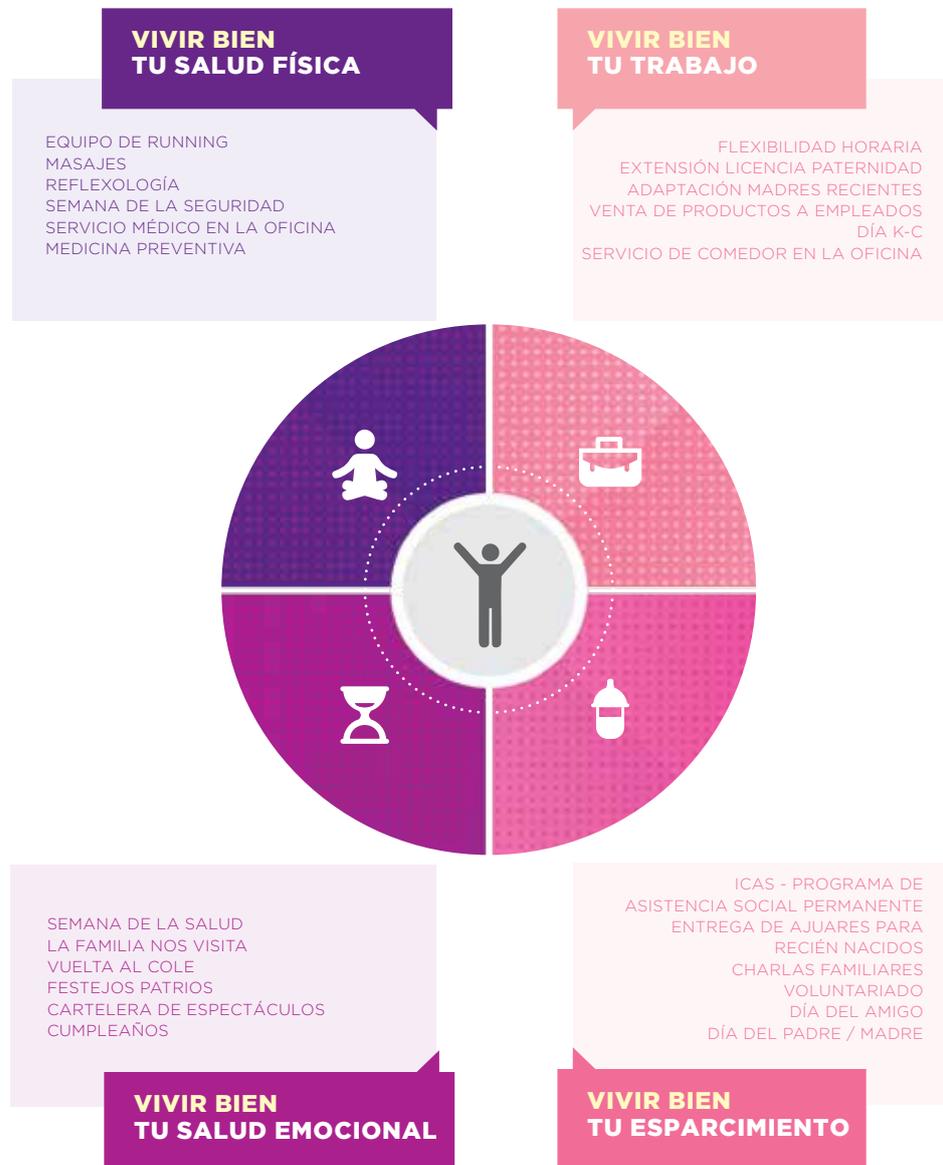
**El desarrollo de nuestro talento interno y el equilibrio con la vida personal son las claves que nos convierten en el mejor empleador.**



# PROGRAMA VIVIR BIEN



En Kimberly-Clark promovemos una visión de compañía saludable, basada en el bienestar general de las personas, en su salud física, emocional y espiritual a través de las diversas propuestas que desarrollamos dentro de nuestro programa Vivir Bien, que está conformado por cuatro pilares:



## RECONOCIMIENTO POR EL CUIDADO DE LA SALUD DE LOS EMPLEADOS

La planta de Mogi Kimberly-Clark fue reconocida por el National Business Group on Health (Grupo Nacional de Salud en los Negocios), una asociación estadounidense sin fines de lucro que nuclea a distintas empresas preocupadas por la salud de sus empleados, con el Premio Mejores Empleadores por la promoción de estilos de vida saludables dentro de la Compañía.

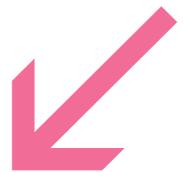
Premiada dentro de la Categoría de Oro 2012, junto con otras 66 empresas, Kimberly-Clark obtuvo, además, una Distinción Global por sus esfuerzos en el cuidado de la salud física, emocional y bienestar general de sus empleados y familias.



Las principales acciones del programa<sup>[31]</sup> incluyen flexibilidad de horarios, vacaciones adicionales, el programa de adaptación de madres recientes, la política de madres múltiples, la extensión de licencia por paternidad, espacios verdes, venta de productos K-C a empleados, servicio de comedor, la iniciativa Vuelta al Cole, la tarjeta de beneficios Vivir Bien, sesiones de masaje, yoga y reflexología, entre otros.

[31] Mayores detalles sobre este programa en el Reporte de Sustentabilidad 2011, pp. 50 y 51.

**La empresa promueve el bienestar y el desarrollo de su equipo a través de una gestión participativa que conecta a todos los colaboradores.**



## SERVICIOS DE SALUD



El departamento de Servicios de Salud es el encargado de optimizar la salud individual y organizacional, y es el responsable por la coordinación de programas de desarrollo ocupacional en el lugar de trabajo. Anualmente se realiza un chequeo médico para toda la compañía, y en caso de ser necesario se trabaja en forma conjunta un plan de acción.

### PROGRAMA DE ASISTENCIA AL EMPLEADO

El 100% de los empleados tienen a disposición el servicio de un grupo de profesionales de la empresa ICAS para recibir atención y asesoramiento inmediato en temas económico-financieros, psicológicos, contables, legales, etc. El servicio es totalmente gratuito para el empleado y su uso puede ser extendido a toda su familia, las 24 horas del día, los 365 días del año.

### LA SEMANA DE LA SALUD

Durante octubre de 2012, se realizó la Semana de la Salud en cada uno de nuestros establecimientos. Hubo controles odontológicos y oftalmológicos, grupos de entrenamiento, masajes, reflexología, charlas médicas y de interés general, clases de cocina, una jornada de deportes al aire libre, una campaña de donación de sangre y clases de primeros auxilios, entre otras actividades.



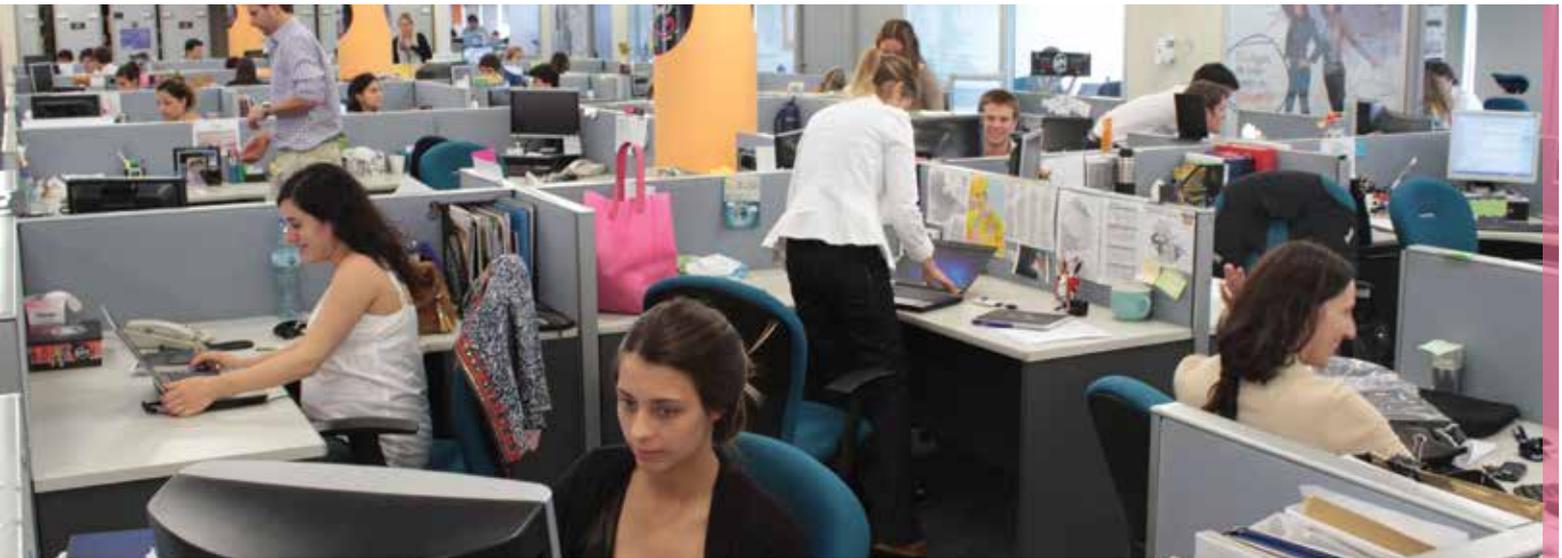
# GESTIÓN DE TALENTO

Potenciar el talento interno forma parte de nuestra cultura de desarrollo y crecimiento. A través de las siguientes iniciativas, facilitamos a nuestros empleados oportunidades de carrera que promueven el conocimiento, fomentan el liderazgo y mejoran la comunicación entre profesionales de diferentes áreas.

## GPD (GLOBAL PERFORMANCE & DEVELOPMENT)

*Global Performance & Development* es el programa corporativo de gestión de desempeño de Kimberly-Clark, que incluye a todos los empleados administrativos y profesionales. Esta herramienta, que vincula el desempeño de los empleados con la compensación, se implementa en cinco etapas:





Con el propósito de que el programa funcione en forma adecuada, realizamos 44 sesiones de entrenamiento, de modo que todos los participantes conozcan mejor las etapas y los conceptos involucrados.

### **EPO (EVALUACIÓN DE PERSONAL OPERATIVO)**

Es una herramienta que permite, a través de un proceso formal, evaluar el desempeño del personal operativo fomentando un diálogo efectivo y constante entre los operadores y sus líderes. Sus objetivos son alinear el desempeño de las personas con las expectativas de Kimberly-Clark, fijar metas desafiantes y desarrollar los comportamientos y competencias de la Compañía en los operarios.

### **PROGRAMA DE JÓVENES PROFESIONALES**

En el mes de febrero lanzamos la primera edición del programa Jóvenes Profesionales con un doble objetivo: atraer nuevos talentos para nutrir a la Compañía de profesionales con alto potencial y seguir desarrollando a Kimberly-Clark como marca empleadora, para destacarla en un mercado altamente competitivo.

El programa fue diseñado para formar a jóvenes profesionales con el potencial de ser los futuros líderes de la organización, tanto a nivel local como en el exterior. Los seleccionados ingresan a la compañía por un año cumpliendo una jornada de 6 horas diarias. Durante ese período, los jóvenes rotan entre tres áreas, trabajando en distintas locaciones de la empresa. En cada una, participan de un proyecto distinto con el fin de que conozcan el funcionamiento interno del área, se familiaricen con los conceptos y funciones básicas, y realicen un aporte concreto dentro del proyecto específico al que son asignados. A su vez, completan su formación con distintas

capacitaciones orientadas a desarrollar la visión de negocio y las habilidades de gestión. Durante todo el proceso, están acompañados por un mentor encargado de guiarlos en su desarrollo profesional.

En 2012, convocamos a jóvenes estudiantes o recién graduados de las carreras de Ingenierías, Ciencias Económicas, Ciencias Exactas o Ciencias Sociales interesados en desempeñarse en las áreas de Producción, Calidad, Abastecimiento, Ventas, Marketing, Trade Marketing y Recursos Humanos. Después de un proceso de selección que incluyó tests *online*, instancias de entrevistas grupales y entrevistas individuales, en el mes de mayo se incorporaron 13 jóvenes profesionales que ocuparon sus primeras semanas en un intenso programa de inducción.

## PROGRAMA DE DESARROLLO POR EXPERIENCIAS

Esta iniciativa consiste en un intercambio de profesionales entre países, con el objetivo de promover el desarrollo de futuros líderes de la organización y compartir mejores prácticas y experiencias operativas.

El programa contempla dos modalidades: *Cross Border Development (CBD)* y *SWAP*.

- Los CBD son asignaciones temporales por las cuales una persona se moviliza a otra operación de la Compañía para desarrollar un proyecto.
- Los SWAP son intercambios entre dos profesionales con perfiles similares de dos países distintos.

El programa dura hasta tres meses e incluye un viaje mensual para visitar a la familia o para que un miembro de la familia visite al colaborador en el país de destino.

Entre 2011 y 2012, diez colaboradores participaron de un CBD. En algunos casos, colaboradores de otros países vinieron a trabajar a K-C Argentina y otros tomaron proyectos en otras filiales de la Compañía, en Estados Unidos, Colombia y Perú.



## INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS

En 2012, tres operarios de la planta Bernal viajaron a la planta de Mogi das Cruces, en Brasil, para participar en un taller de cambio de bobinas en líneas convertidoras de higiénico, orientado a desarrollar las habilidades y los conocimientos de nuestros operadores y todos aquellos que estén involucrados directamente con este proceso. Adicionalmente, recibimos en nuestra planta de San Luis a diferentes dotaciones de planta que vinieron a aprender acerca de nuestras buenas prácticas. Capacitamos a 50 personas de Chile durante cuatro meses para la apertura de la planta ubicada en ese país. Asimismo, realizamos entrenamientos para dotaciones de las plantas de Kimberly-Clark ubicadas en Sudáfrica y Rusia.

**1800 hs.**  
ENTRENAMIENTO  
EN MÁQUINA

**300 hs.**  
ENTRENAMIENTO  
DE PROCESO

## TALLER DE COACHING

Este taller nos permite desarrollar herramientas de liderazgo en todos nuestros líderes de equipos de trabajo. Este año fueron capacitados más de 80 empleados entre directores, gerentes y jefes en herramientas de gestión del liderazgo y feedback.

## PROGRAMA DE DESARROLLO ACELERADO

En 2012 incorporamos el programa de Desarrollo Acelerado, que nos permite definir a los futuros líderes de la organización en el presente y hasta dos años adelante. Cada director postula sus candidatos, que luego son avalados por todo el Comité de Dirección. Una vez ingresados, acceden a un conjunto de beneficios diferenciales: son administrados salarialmente por encima de lo establecido en la política; se los participa de todos los entrenamientos de capacitación y/o proyectos especiales; participan de una evaluación específica con una devolución profunda y personalizada del reporte; son la primera opción ante la posible cobertura de una vacante de mayor jerarquía, y tienen prioridad para SWAPS/CBD (experiencias de trabajo en otros países).

**El programa tiene una duración anual y todos los candidatos son revisados y reconfirmados cada año.**

**Acompañamos a nuestros  
colaboradores en el logro  
de resultados.**



# PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Uno de los principales desafíos de la gestión en Recursos Humanos consiste en adelantarse a la actualización continua de técnicas y metodologías de trabajo.

Durante 2012 implementamos cinco programas de capacitación con el propósito de desarrollar aptitudes y conocimientos que ayuden a nuestros empleados a realizar un progreso tanto personal como profesional. Los programas implementados este año fueron los siguientes:

## PROGRAMA DE DESARROLLO GENERAL - PDG

**Dirigido a:** Empleados de la Compañía que están fuera de convenio.

**Objetivo:** Brindar herramientas y conocimientos que permitan contribuir al desarrollo profesional y personal.

**Modalidad:** Comprende cuatro ejes de entrenamiento.

HERRAMIENTAS DE AUTODESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una edición del taller "Los 7 hábitos" de F. Covey, con 50 participantes.</li> </ul>
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción al Negocio: 2 ediciones y 37 participantes</li> <li>Introducción al Negocio para JP: 1 edición con 12 participantes</li> </ul>
HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 talleres de Excel, 26 asistentes.</li> <li>1 taller de Excel para JP: 12 asistentes.</li> </ul>
INGLÉS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clases grupales de idioma. 137 participantes, agrupados por nivel.</li> </ul>

## MIRADA INTEGRAL

A través de las diferentes propuestas impulsadas desde RRHH, potenciamos el desarrollo tanto profesional como personal de nuestro equipo de trabajo para contribuir a la formación de un equipo de excelencia.

## PROGRAMA DE DESARROLLO DE LÍDERES (PDL)

**Dirigido a:** Líderes.

**Objetivo:** Impulsar un estilo de liderazgo que implique guiar, motivar y desarrollar a su gente, administrar eficientemente los recursos y las políticas de la Compañía y promover la innovación permanente.

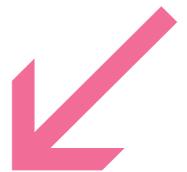
**Modalidad:** Está compuesto por tres talleres: “Liderazgo inspirador”, “Presentaciones inspiradoras” y “Mentalidad de acción y superación”. “Liderazgo inspirador” consta de tres módulos de 16 horas cada uno. “Presentaciones inspiradoras” consta de un solo módulo, al igual que “Mentalidad de acción y superación”.

**Participantes:**

- “Liderazgo inspirador”: 13 líderes
- “Presentaciones inspiradoras”: 13 líderes
- “Mentalidad de acción y superación”: 63 líderes



En 2012 implementamos cinco programas de capacitación para fomentar el progreso personal y profesional.



# TRABAJO EN EQUIPO

**1.351**

**EMPLEADOS**  
EN TODO EL PAÍS

**formación**  
de nuestros  
empleados

horario flexible

**58%**

de los empleados  
tiene un contrato  
de trabajo

**BAJO CONVENIO**

**METODOLOGÍAS**  
DE TRABAJO  
**INNOVADORAS**



# DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL



Durante 2012 implementamos cinco programas de capacitación profesional.

**PROGRAMA DESARROLLO DE ANALISTAS (PDA)**

**Dirigido a:** Profesionales y/o estudiantes que estén ocupando posiciones de analistas en la Compañía y que tengan un desempeño destacado.

**Objetivo:** Desarrollar habilidades de gestión que sean complementarias a sus funciones y herramientas de liderazgo para desarrollar una visión global del negocio.

**Modalidad:** Consta de tres niveles, cada uno de un año de duración, a lo largo del cual se realizan distintos talleres dictados por consultoras especializadas en el tema.

<p style="text-align: center;"><b>PDA I</b></p> <p style="text-align: center;"><b>46 PROFESIONALES, 48 HS. DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;">VISIÓN GLOBAL DEL NEGOCIO (SIMULADOR)</p> <p style="text-align: center;">LOS 7 HÁBITOS</p> <p style="text-align: center;">TALLER DE NEGOCIACIÓN</p> <p style="text-align: center;">EL NEGOCIO DE K-C</p>	<p style="text-align: center;"><b>PDA II</b></p> <p style="text-align: center;"><b>48 PROFESIONALES, 56 HS. DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;">GESTIÓN DE PROYECTOS</p> <p style="text-align: center;">CONVERSACIONES DIFÍCILES</p> <p style="text-align: center;">PENSAMIENTO ESTRATÉGICO</p> <p style="text-align: center;">TALLER DE CREATIVIDAD</p>	<p style="text-align: center;"><b>PDA III</b></p> <p style="text-align: center;"><b>25 PROFESIONALES, 48 HS. DE CAPACITACIÓN</b></p> <p style="text-align: center;">SIMULADOR DE NEGOCIOS</p> <p style="text-align: center;">NEGOCIACIÓN (METODOLOGÍA HARVARD)</p> <p style="text-align: center;">TALLER DE RESILIENCIA</p>
--	---	---



## PROGRAMA DE LÍDERES EN PLANTA (PLP)

**Dirigido a:** Supervisores de las tres plantas.

**Objetivo:** Facilitar al participante la adquisición de competencias de gestión, dentro de un concepto actualizado de Supervisión Efectiva, haciendo foco en los siguientes ejes:

1. **Comprensión de su rol en Kimberly-Clark**
2. **El rol del supervisor en la construcción de equipos altamente eficaces**
3. **Desarrollo de habilidades interpersonales**
4. **Ocuparse de la gente**

**Modalidad:** Se dicta durante un año y medio, y está dividido en nueve módulos definidos por el área de Recursos Humanos.

## EDUKCAR: PROYECTO DE FORMACIÓN TÉCNICA PARA EMPLEADOS

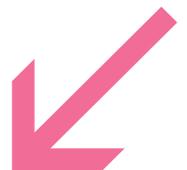
**Dirigido a:** Los 47 empleados dentro de convenio, ya sean líderes de máquina o técnicos de línea, acompañados por los supervisores LEAN de producción y calidad, jefes, coordinadores, analistas de Producción y Mantenimiento.

**Objetivo:** El programa se basa en los conceptos de autodesarrollo, gestión del cambio, interacciones productivas y comunicación efectiva, entre otras, potenciando el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores.

**Convenio:** Con la Universidad Tecnológica Nacional (UTN).

Este programa comenzó en 2010 con herramientas técnicas y luego, dadas las necesidades detectadas, se transformó en un programa de entrenamiento para el desarrollo de habilidades de comunicación, integración y trabajo en equipo.

La formación de nuestros  
colaboradores es una  
estrategia clave en la  
gestión del capital humano.





Los cursos de entrenamiento hacen foco en los conceptos de innovación, trabajo en equipo e integración.

## CURSOS DE ENTRENAMIENTO

Adicionalmente, realizamos los siguientes entrenamientos <sup>[32]</sup>:

- Taller de innovación
- Team building (trabajo en equipo)
- Talleres de integración

En 2012 incorporamos una nueva herramienta online, *Harvard Manage Mentor (HMM)*, para el desarrollo de habilidades profesionales y de liderazgo. Dicha herramienta permite a los empleados acceder al asesoramiento de líderes de negocios reconocidos a nivel mundial, así como a información práctica que pueden aplicar de manera inmediata para cubrir sus necesidades de desarrollo en el día a día. La herramienta ofrece un menú de cursos ordenados por cada comportamiento K-C y diferenciados por cada rol de K-C. Son en total 44 módulos que cubren diferentes temáticas.

A partir del éxito de la implementación de *LEAN Manufacturing* en nuestras plantas, en 2012 ampliamos el ámbito de aplicación e implementamos *LEAN Non Manufacturing* en oficinas. A través de esta iniciativa, todos los colaboradores tienen acceso a un sitio web donde pueden cargar sus ideas y sugerencias, a partir de las cuales se ponen en marcha planes de acción.

Más de 500 empleados participaron de los entrenamientos sobre el programa, superando las 29.600 horas/hombre por capacitación. Los temas abordados fueron:

- Introducción a LEAN (Conocimiento de conceptos básicos)
- Simple Problem Solving (Metodología LEAN de Resolución de Problemas)
- Continuous Improvement Level I (Herramientas LEAN y liderazgo de eventos LEAN)

63 agentes  
entrenados en SPS

44 PROYECTOS  
en desarrollo

4 CONCLUIDOS



130 OPORTUNIDADES DE  
MEJORA DETECTADAS

46 agentes de  
cambio Austral

AHORRO ESTIMADO:  
4.000 hs.

AHORRO ESTIMADO:  
U\$S 1.750.000

[32] Para mayor detalle, consultar pp. 57 y 58 del Reporte de Sustentabilidad 2011.



Más de 500 empleados participaron de los entrenamientos sobre el programa, superando las 29.600 horas/hombre por capacitación.

**CANTIDAD DE HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN POR DOTACIÓN**

NIVEL	2012
GERENTES / JEFES	34,98
SUPERVISORES, COORDINADORES Y EMPLEADOS (ANALISTAS)	48,38
OPERARIOS	16,19

5





# HUELLA SOCIAL



5

# CONTRIBUIMOS AL PROGRESO SOCIAL

Asumimos un compromiso  
con las comunidades donde  
operamos

# RENOVAMOS EL COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOCIAL

El ámbito comunitario es el mejor escenario para contribuir al bienestar de la sociedad y garantizar año tras año la sostenibilidad de nuestros proyectos e iniciativas de inversión social.

A través de nuestro programa de inversión social +comUNIDAD, fortalecemos nuestras relaciones con el contexto local, incorporamos nuevos beneficiarios e invertimos recursos para mejorar aspectos sociales de la vida comunitaria.

Los programas integrados en +comUNIDAD se han desarrollado sobre la base de un estudio previo de los beneficiarios y sus necesidades, y cuentan con instancias de monitoreo y revisión por parte de los actores intervinientes para evaluar sus resultados y el impacto concreto. Estos programas se encuentran estructurados en tres áreas de trabajo:

## +comUNIDAD



### +comUNIDAD Educación

Orientado a brindar distintas herramientas de promoción social a niños desfavorecidos de entre 0 y 4 años (primera infancia) y a adolescentes (de 18 a 25 años), con el fin de facilitar su inserción y desarrollo competitivo en la sociedad.



### +comUNIDAD Calidad de Vida

Orientado a mejorar la calidad de vida de la comunidad mediante el deporte, la cultura, el esparcimiento y la recreación.



### +comUNIDAD Salud

Orientado a la prevención y educación de la salud en las comunidades en las que opera la Compañía, dirigido especialmente al grupo familiar.



En el marco de +comUNIDAD se llevaron a cabo los siguientes programas:

## +COMUNIDAD SALUD



### PROGRAMA DE ATENCIÓN PRIMARIA DE LA SALUD POSTA SANITARIA DE PILAR 2012

Desde hace cuatro años, trabajamos en conjunto con Pilar Solidario, la Asociación Promotora de la Educación y el Deporte (APRED) y la Facultad de Ciencias Biomédicas de la Universidad Austral, en convenio con la Municipalidad de Pilar, para el desarrollo de un Centro de Atención Primaria de la Salud en Pilar, provincia de Buenos Aires.

La misión de esta iniciativa es mejorar el nivel individual y colectivo de la población, promoviendo cambios cualitativos en las actitudes y hábitos relacionados con el cuidado de la salud. El objetivo primordial consiste en propiciar un entorno saludable y fomentar la responsabilidad de las personas para que puedan afrontar adecuadamente los problemas cotidianos.

### SERVICIOS PRESTADOS A LO LARGO DE 2012

- Diagnóstico de la situación de la salud de la comunidad.
- Planificación de acciones concretas en respuesta a las necesidades y demandas de la comunidad con talleres y capacitación de agentes sanitarios.
- Atención y control de mujeres embarazadas.
- Revisión pediátrica.
- Programa de promoción y prevención.
- Programa de educación alimentaria y evaluación nutricional.
- Programa de educación para una maternidad saludable.

### LOGROS

Actualmente, el programa impulsa y brinda asistencia integral a una población de 25.000 personas de los barrios Las Lilas y Monterrey en Derqui, partido de Pilar, provincia de Buenos Aires.

Además, implementamos nuevos programas de capacitación y profundizamos las actividades iniciales.

### Programa de educación comunitaria

Los talleres de educación sanitaria abarcaron las siguientes temáticas:

- Alimentación adecuada. Higiene y seguridad en la preparación de alimentos.
- Prevención de enfermedades transmitidas por el agua.
- Estimulación de la lactancia.
- Cuidados en el embarazo y del recién nacido.
- Derechos de la mujer embarazada y del recién nacido.
- Prevención de infecciones respiratorias agudas.

### Programa de modificación de hábitos alimentarios autosustentado

Este programa fue creado con el objetivo de mejorar el estado nutricional de la comunidad por medio de la educación alimentaria y del autoabastecimiento de alimentos a través del desarrollo de una huerta familiar.



### Programa de evaluación nutricional y educación alimentaria

Consiste en la detección de trastornos asociados a la malnutrición a través de la utilización de índices y tablas de crecimiento de niños y adultos. Los casos detectados son derivados con previa evaluación clínica a CEPTRAN (Centros de Educación, Prevención y Tratamiento Nutricional).

### Programa de educación infantil escolar

El programa consiste en recibir la visita de jardines de infantes de la comunidad a la Posta Sanitaria y realizar actividades de promoción de la salud en las escuelas primarias del área programática.



### Programa de educación para una maternidad saludable

Se brindan talleres en forma periódica sobre la estimulación de la lactancia materna y los cuidados durante el embarazo y del recién nacido. En cada encuentro se crean lazos de confianza entre los profesionales médicos y las mujeres embarazadas.

### Programa de uso racional de medicamentos

En la Posta Sanitaria funciona una farmacia que provee medicamentos y asesoramiento sobre su uso adecuado, poniendo especial énfasis en el seguimiento de pacientes con enfermedades crónicas.





Nos comprometemos con la vida y nutrición saludable de las poblaciones cercanas a nuestras plantas.

#### Actividades de docencia en la Posta Sanitaria

Rotación de alumnos de la materia de Atención Médica Primaria, quienes realizan el relevamiento de familias que se atienden en la Posta Sanitaria, contribuyendo a la detección de factores de riesgo y a la elaboración de actividades preventivas dirigidas a la salud familiar de la comunidad.

#### Capacitación de microemprendedores del barrio de Pilar

El ciclo de Capacitación para micro-emprendedores se brindó en el marco del proyecto que la Asociación Promotora de la Educación y el Deporte (APRED) promueve en la comunidad de los barrios Las Lilas y Monterrey, para acercar a la población mejores condiciones de vida. A lo largo del año se realizaron cuatro sesiones de capacitación, en cada una de las cuales participaron entre 18 y 25 personas.

Los siguientes datos resumen las actividades desarrolladas en los últimos cuatro años, actualizados a diciembre de 2012.

Concepto	2009	2010	2011	2012
<b>HISTORIAS CLÍNICAS FAMILIARES</b>	400	495	647	735
<b>CONSULTAS ACUMULADAS</b>	7.070	10.434	13.491	15.090
<b>CONSULTAS ANUALES</b>	-	-	3.057	1.588
<b>TALLERES ACUMULADOS</b>	59	81	90	93
<b>BENEFICIARIOS DE LOS TALLERES</b>	1.200	1.411	1.556	1.606
<b>TALLERES ANUALES</b>	-	21	9	3
<b>PARTICIPANTES DE TALLERES</b>	-	323	145	50
<b>CONSULTAS OBSTÉTRICAS (PROMEDIO/MES)</b>	-	20	20	26

## TAREAS DE VOLUNTARIADO



## +COMUNIDAD EDUCACIÓN



### APRENDIENDO JUNTOS

El programa educativo Aprendiendo Juntos busca favorecer la inserción laboral y social de jóvenes de bajos recursos, de entre 16 y 21 años, de las localidades de Quilmes y Bernal. A través de un programa de formación integral, los beneficiarios desarrollan competencias tendientes a su inserción y permanencia laboral, logrando a su vez un crecimiento de su participación activa y compromiso ciudadano con la comunidad donde residen.

Para su implementación, articulamos el sector social, el gubernamental y el privado, ya que esta iniciativa fue desarrollada con el trabajo conjunto de la Fundación Conciencia, la Dirección General de Educación de la Municipalidad de Quilmes, la Dirección General de Cultura y Educación de la provincia de Buenos Aires, el Ministerio de Educación de la Nación a través del programa PROMEDU y Kimberly-Clark.

En 2012, iniciamos las gestiones con el Colegio N° 5 “Ingeniero Álvarez” de Condarco, en San Luis, y expandimos el programa a la localidad de Pilar, provincia de Buenos Aires, con un alcance de 500 jóvenes. Este paso nos permitió invitar a los vecinos de la Posta Sanitaria de Pilar, vinculando así ambos proyectos.

Actualmente las escuelas beneficiarias son las siguientes:



En este período, 228 personas participaron de nueve cursos de 40 horas de duración, sobre distintas temáticas relacionadas con la química, la electromecánica y la electrónica.



Promovemos el desarrollo de las comunidades donde operamos, a través de la educación.

Cursos	Participantes		
	2010	2011	2012
Taller Introducción en Cromatografía Líquida de alta performance	No se dictó	24	25
Curso de análisis y diseño de sistemas tecnológicos	No se dictó	24	No se dictó
Introducción a la Electrónica	No se dictó	No se dictó	25
Desarrollo de Sistemas Embebido	No se dictó	No se dictó	25
Curso de manejo de herramientas informáticas y electrónica de desarrollo orientadas a la programación, simulación y depuración de micro controladores.	No se dictó	22	No se dictó
Curso de montaje de dispositivos y componentes en electrónica analógica y digital y reparación de un equipo electrónico.	No se dictó	42	No se dictó
Proyecto Introducción al Laboratorio de Química.	No Se dictó	28	30
Proyecto Informática aplicada a dispositivos de accionamiento y control en motores eléctricos y equipos electro-neumáticos.	25	18	No se dictó
Técnicas Analíticas instrumentales en química	15	No se dictó	No se dictó
Aula de automatización con PLC	16		No se dictó
Proyecto de Orientación Vocacional en Química	No se dictó	18	24
Proyecto de Orientación Vocacional en Mecánica	No se dictó	20	20
Proyecto Curso de Orientación Electromecánica	56	No se dictó	No se dictó
Asistente de Laboratorio Química	31	No se dictó	No se dictó
Laboratorio de procesamiento de placas cobreadas	27	No se dictó	No se dictó
Diseño de circuitos eléctricos	No se dictó	No se dictó	30
Diseño de circuitos industriales	No se dictó	No se dictó	27
Curso de herrería y soldadura	No se dictó	No se dictó	22

**Proyecto de Orientación Vocacional**

Destinado a todos los alumnos próximos a recibirse de Técnicos Químicos y Técnicos Electromecánicos, este curso brinda información sobre las posibilidades de inserción en el mundo laboral. El curso “El título, el futuro laboral y el futuro universitario” tiene una duración de 40 horas, y a lo largo de 2012 participaron 20 alumnos.



# MEJORAR Y FORTALECER ASPECTOS SOCIALES

REALIZAMOS  
**PROGRAMAS  
DE EDUCACIÓN  
ALIMENTARIA  
Y EVALUACIÓN  
NUTRICIONAL**

**12.000**  
**COLABORADORES**  
en el programa  
**PEQUEÑOS PASOS**

El Programa de Atención  
Primaria de la Salud  
brinda asistencia integral

INICIATIVAS DE  
**INVERSIÓN  
SOCIAL**

**35%**  
de los  
empleados  
realizan  
**TRABAJO  
VOLUNTARIO**

**a 25.000  
personas**

## +COMUNIDAD



### PROGRAMA NUESTRO ARTE

Para mejorar la calidad de vida de las personas a través de la cultura, Nuestro Arte utiliza el aprendizaje musical como un espacio para expresarse a través del arte.

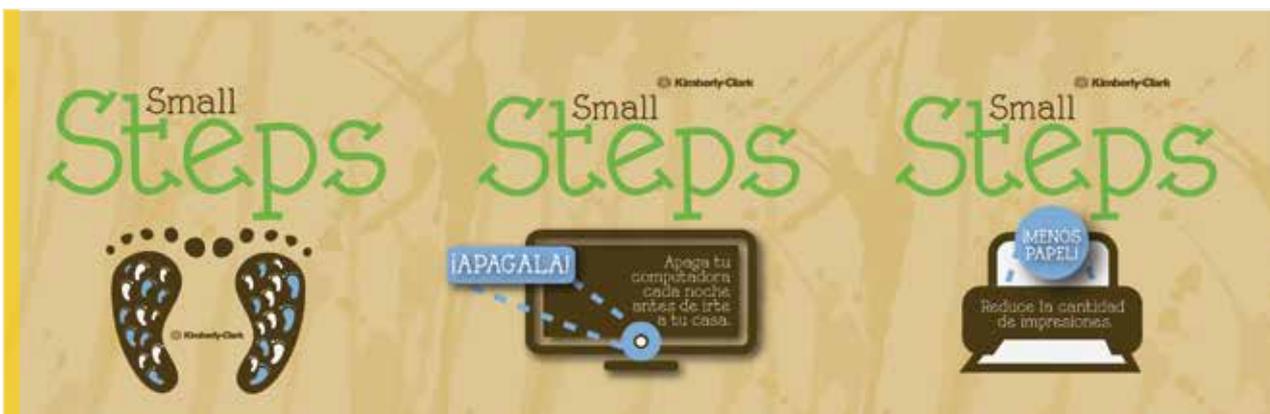
En 2012 la principal actividad fue un coro institucional conformado por alumnos de entre 13 y 18 años de la Escuela de Educación Técnica N°2 "Paula Albarracín de Sarmiento", ubicada frente a nuestra planta de Bernal.



### HACER LA DIFERENCIA PASO A PASO

En 2011 lanzamos una campaña a nivel global con el fin de concientizar a los empleados sobre cómo incorporar pequeños hábitos que ayudan a reducir el impacto en el medio ambiente. En 2012, asumimos la misión de comprometer a 15.000 colaboradores en el programa Pequeños Pasos, orientado a la sustentabilidad.

Al cierre de esta edición, 12.000 colaboradores ya eligieron empezar a implementar pequeñas acciones, con un impacto ambiental positivo. [33]



[33] Más información sobre este programa en <http://www.sustainabilityreport2010.kimberly-clark.com/people/involving-employees-in-sustainability.asp>

# ACCIONES Y ALIANZAS EN TEMAS GENÉRICOS DE INTERÉS SOCIAL

## SUMANDO VALORES

Por cuarto año consecutivo, continuamos con el programa Sumando Valores, que promueve acciones que impactan positivamente en la sociedad y valores que caracterizan nuestra cultura corporativa. En 2012, elegimos el 5 de junio, día del Medio Ambiente, para llegar a más de 1.500 referentes y comunicar que es tiempo de despertar y comprometerse con el planeta. También ofrecimos consejos ecológicos en Facebook.



## PLANTACIÓN DE ÁRBOLES EN SAN LUIS

Combinamos fondos con el Ministerio de Medio Ambiente para el desarrollo de las siguientes iniciativas:

- **Programa Invernaderos Verdes.** Se adquirieron tres estructuras metálicas para invernaderos construidos con botellas PET en La Toma, Fraga y Concarán.
- **Forestación de Autopistas Provinciales.** 5.000 ejemplares de Prosopis alba para el tramo Buena Esperanza-Arizona (115 km) de la Autopista 55 (sur).
- **Reutilización de Efluentes de Plantas de Tratamiento.** Llevamos adelante dos proyectos de forestación y parqueización para la reutilización de efluentes de Plantas de Tratamiento de líquidos cloacales:
  - **Villa General Roca.** Se plantaron 100 ejemplares de acacia visco y 100 de aguaribay o pimienta, especies nativas, y se confeccionaron los canales de riego.
  - **Juana Koslay.** Se prevé forestar con 1.000 ejemplares de acacia blanca, fresnos y eucaliptos un área de plantación de 5 hectáreas. Se confeccionó el plano altimétrico de curvas de nivel del área afectada y actualmente se está efectuando el zanjeo de canales.



## “LUZCA BIEN... SIÉNTASE MEJOR”

Como socios de la Cámara Argentina de la Industria de Cosmética y Perfumería, apoyamos esta iniciativa que tiene como misión fortalecer la autoestima de mujeres con cáncer, ayudándolas a mejorar su imagen y ganar confianza. Durante 2012 se brindaron 106 talleres de automaquillaje que beneficiaron a más de 1466 mujeres.

## VOLUNTARIADO: EL ROL DE NUESTROS COLABORADORES

Durante 2012 ofrecimos a nuestros colaboradores distintas instancias de participación voluntaria que abarcaron las problemáticas educación, medio ambiente y trabajo social.

- **Voluntarios en Aprendiendo Juntos.** Los alumnos de la Escuela Técnica N° 2 de Bernal que asisten a los cursos de capacitación dictados en el marco de Aprendiendo Juntos visitaron la planta de Kimberly-Clark en esa localidad. Durante la jornada, recorrieron las instalaciones y algunos empleados participaron voluntariamente de la visita, dando charlas sobre los procesos productivos, el funcionamiento de la planta, sus orígenes y aspectos a tener en cuenta en materia de cuidado personal y prevención de accidentes.
- **Voluntariado Gerencial de la Fundación Caminando Juntos en el Centro Educativo San Ignacio.** Participaron 60 voluntarios de varias empresas, seis de los cuales eran de Kimberly-Clark, y 40 personas de la comunidad del barrio Intendente Alvear, en Malvinas Argentinas.
- **Participación en el South American Business Forum.** Participamos de la octava edición del South American Business Forum (SABF), conferencia organizada por estudiantes del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA). El encuentro, que reunió a 100 jóvenes de los cinco continentes, promueve el diálogo entre los universitarios y líderes económicos, políticos y empresarios para contribuir al debate sobre el desarrollo sostenible de la región. Recibimos en nuestras oficinas a 35 estudiantes universitarios de distintos países del mundo, que presenciaron talleres cuyos contenidos estuvieron relacionados con el desafío que implica armar un plan de comunicación en un contexto de nuevas tecnologías (Facebook, Twitter, YouTube), y el reclutamiento 2.0 vía LinkedIn.
- **Programa Invertir Vale la Pena.** Los voluntarios de Kimberly-Clark participaron de un curso gratuito sobre alfabetización financiera destinado a alumnos del último año de educación escolar. El programa, que se lleva a cabo en la escuela Padre Mujica de Capital Federal, tiene por objetivo motivar a los jóvenes de las comunidades más vulnerables a ser la próxima generación de líderes emprendedores. Los cursos están compuestos por 12 clases de dos horas cada una, y los distintos voluntarios de Kimberly-Clark fueron capacitados para estimular al alumno en cada clase por medio de preguntas y reflexiones que les permitan elaborar conceptos e interpretar situaciones, alentándolos a ser constructores activos del proceso de aprendizaje.
- **Fundación Caminando Juntos.** Bajo el lema “Viví unido”, celebramos el día anual de Voluntario. Nuestros empleados se acercaron a la Reserva Ecológica



de Costanera Sur y, junto a colaboradores de otras empresas socias, dedicaron su tiempo para contribuir con el medio ambiente, plantando 100 árboles autóctonos. Además, se desarrollaron otras cinco actividades paralelas en diferentes puntos de la ciudad y GBA, de las cuales participaron más de 200 voluntarios.

- En Los Troncos del Talar, en Tigre, se pintaron murales en una escuela pública.
- Una kermesse, un torneo de fútbol y otros deportes movilizaron a más de 240 chicos en el colegio Mano Amiga de Pilar.
- En el Centro Educativo San Ignacio, de la Fundación Manos Abiertas en Malvinas Argentinas, se realizaron talleres de educación vial, higiene dental y navegación segura en Internet para los niños, talleres de cocina para las mamás, y de armado de currículums y *role playing* de entrevistas para los más jóvenes.
- En el Centro Maternal de la Villa 21-24 de Barracas: pintura, reacondicionamiento del lugar y apoyo escolar.

Un hecho destacado es que desde noviembre, los colaboradores que lo deseen pueden realizar una contribución a la Fundación que se descuenta de su recibo de sueldo, y desde la Empresa, realizamos una contribución por el mismo monto. Hasta el momento participan de este programa 104 empleados y se han recaudado 22.320 pesos a través de la donación conjunta.



- **Nochebuena para Todos.** Cada año repetimos el programa Nochebuena para Todos, en cuyo marco los empleados de todas las localidades contribuyen con el armado de 40 cajas navideñas para familias carenciadas de San Luis, Pilar, José C. Paz y La Matanza.

	2009	2010	2011	2012
<b>CANTIDAD DE CONVOCATORIAS</b>	8	4	5	8
<b>CANTIDAD DE VOLUNTARIOS</b>	390	394	494	510

## DONACIÓN HUGGIES

En 2012, Huggies montó un “Pañal Gigante” armado con 7.000 pañales pequeños, cuyas dimensiones fueron registradas en el Libro Guinness de los Récords como el más grande del mundo. Con el objetivo de contribuir a mejorar la salud y la educación en la primera infancia, donamos la misma cantidad de pañales a comedores de la Fundación Caminando Juntos.

## LOS HECHOS RELEVANTES DE 2012 Y LOS DESAFÍOS PARA 2013

En 2012 fortalecimos nuestros programas de inversión social, manteniendo un contacto cercano con los principales actores de cada proyecto, a fin de relevar las principales necesidades que demanda la comunidad donde operamos.

- Incorporamos nuevas instancias de capacitación y servicio en la Posta Sanitaria de Pilar.
- Ampliamos el alcance de nuestro programa educativo Aprendiendo Juntos.
- Dimos continuidad al programa Sumando Valores, destacando el valor de la conciencia ecológica.
- Desarrollamos tres proyectos forestales en la provincia de San Luis.
- Renovamos nuestro compromiso como socios fundadores de la Fundación Caminando Juntos.

### INVERSIÓN SOCIAL 2013

Durante 2013 trabajaremos en profundizar cada uno de nuestros programas sociales, desarrollando nuevas actividades en función de las necesidades identificadas, con los siguientes objetivos:

- Obtener mayor involucramiento de empleados en programas de voluntariado.
- Desarrollar nuevos programas para el medio ambiente.
- Implementar nuevas acciones dentro de nuestros programas sociales.



Durante 2013 trabajaremos en profundizar cada uno de nuestros programas sociales.

**8 PROGRAMAS IMPLEMENTADOS**

**510 VOLUNTARIOS**

**35%** de empleados realizan **TRABAJO VOLUNTARIO**

INVERSIÓN 2012  
**\$740.000**

**25 hs.** laborales promedio mensuales  
**DONADAS PARA EL TRABAJO VOLUNTARIO**

# 6



# HUELLA EN NUESTROS PRODUCTOS

# 6

## EL RECONOCIMIENTO DE NUESTRAS MARCAS

Los clientes y consumidores conocen y confían en la calidad e innovación de nuestros productos

# PRODUCTOS ESENCIALES PARA NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES

Nuestra estrategia de Sustentabilidad 2015 comprende el diseño de productos innovadores con un ciclo de vida sustentable, que puedan satisfacer las necesidades esenciales de nuestros clientes y consumidores.



Nuestras marcas son reconocidas por millones de personas en todo el mundo desde hace más de 140 años, y desde hace dos décadas en nuestro país.

Nuestros productos están organizados localmente en cinco unidades de negocio según el segmento de mercado al que están destinados.

**Nos esforzamos por ofrecer el mejor producto, de la mejor manera y en el mejor lugar.**



**HUGGIES**

## CUIDADO DEL BEBÉ

pañales : ropa interior

toallitas húmedas descartables

# NUESTRAS MARCAS

## CUIDADO FAMILIAR



papel higiénico

paños reutilizables

rollos de cocina

pañuelos descartables

servilletas

## CUIDADO FEMENINO



toallas  
femeninas

protectores  
diarios

tampones



## CUIDADO DE ADULTOS

pañales

toallitas

ropa  
interior

productos para  
etapa de climaterio

## LÍNEA PROFESIONAL

higiene y limpieza  
para empresas





Operamos con los más altos estándares con el fin de ofrecer productos seguros.

## CALIDAD Y SATISFACCIÓN

Nuestra aspiración es conocer en profundidad las características, preferencias y necesidades de nuestros consumidores. Para ello, realizamos distintos tipos de investigaciones de mercado cualitativas y cuantitativas, cuyos resultados utilizamos para el desarrollo de nuevos productos que satisfagan esas demandas.

Adicionalmente, monitoreamos la satisfacción de nuestros consumidores a través de encuestas realizadas por nuestro Centro de Atención al Consumidor o ICC (*Interactive Contact Center*). Ponemos a disposición de los clientes una línea gratuita de atención, dirección de mail, página web y redes sociales para que puedan recibir un asesoramiento personalizado a sus dudas, comentarios, quejas y/o sugerencias.



El área de ICC trabaja junto a los departamentos de Calidad y Desarrollo de cada planta de fabricación, a los que se envían todas las sugerencias y reclamos para ser considerados e investigados respectivamente. Importantes lanzamientos de nuevos productos y/o modificaciones técnicas han surgido a partir del contacto permanente con los consumidores.

Esta metodología de trabajo, que incluye la detección temprana de irregularidades, con su consecuente procedimiento de solución, surgidas de la comunicación con los consumidores, ha permitido que durante 2012 no se presenten denuncias en defensorías del consumidor y afines contra Kimberly-Clark.

Desde su inicio en 2009 hasta septiembre de 2012, el ICC ha recibido la siguiente cantidad de mails, llamados, contactos, reclamos y consultas:

“  
Escuchamos a nuestros consumidores a través de diferentes canales de diálogo.”

2009 | 2010 | 2011 | 2012

**MAILS**



**LLAMADAS**



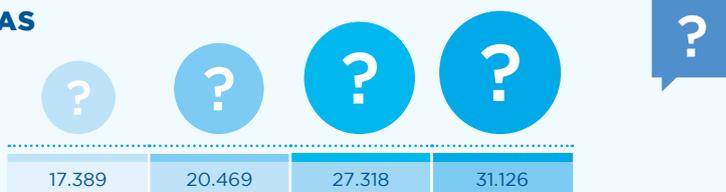
**CONTACTOS**



**RECLAMOS**



**CONSULTAS**



## NUEVOS DESARROLLOS

Sabemos que la innovación es la clave para el desarrollo de nuevos productos, y la guía para contribuir con la salud y el bienestar de nuestros consumidores.

### NUEVOS HUGGIES ACTIVE SEC PARA PRINCESAS Y CAMPEONES

Huggies renovó su línea Active Sec ofreciendo pañales especialmente diseñados con una absorción diferenciada para varones y mujeres, sumando innovación y practicidad en sus productos. Alineados con nuestra visión de compañía saludable, basada en el bienestar general de las personas, en su salud física y emocional, la página de Círculo Huggies renovó su imagen e incluyó tres nuevas secciones: videos de consultas contestadas por un doctor, aplicaciones online para recibir información durante el embarazo y demostración 180° de las principales características y calidad de cada producto.

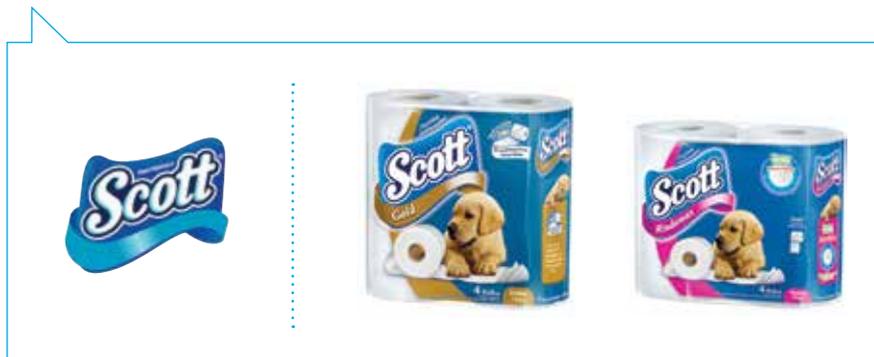


### NUEVO DISEÑO PARA KLEENEX

La marca de pañuelos descartables Kleenex renovó los diseños y características de sus líneas Clásico y Dermosedada, pensadas para el bienestar de la mujer de hoy. No solamente se mejoró el sistema de apertura, se redujo el tamaño de los packs y su espacio de almacenamiento, sino que además son más económicos, lo que permite un menor desembolso por parte del consumidor.

## LANZAMIENTO DE SCOTT RINDEMAX Y SCOTT GOLD

Scott sigue desarrollando soluciones innovadoras para la higiene y el cuidado de la familia. En esta oportunidad, lanzó dos nuevas presentaciones de papel higiénico: Scott Rindemax, un papel higiénico de doble hoja que gracias a su nueva textura de Microtejido® es más absorbente y más resistente, por lo que ofrece mayor rendimiento; y Scott Gold, el papel higiénico más premium de la línea, que gracias a la pura fibra virgen utilizada en su formación, brinda más suavidad y blancura, lo que lo hace mucho más agradable al contacto con la piel. A su vez, Scott incorpora a todos sus productos de Doble Hoja un control dermatológico, que agrega valor a la marca, ya que asegura a sus consumidores un papel dermatológicamente comprobado para sus familias.



## DAY'S SE UNE A KOTEX

La línea de protección femenina Day's® se unió a Kotex, la marca internacional de cuidado íntimo para la mujer, y presentó su nueva marca Kotex Day's con productos superiores en protección y confort. A través del diseño de sus empaques, el tamaño ultradelgado y la incorporación de innovación tecnológica, Kotex Day's brinda a las mujeres dos líneas completas, discretas y prácticas de productos premium: Caja Negra y Bolsas de Colores. Para contribuir a la salud física de las consumidoras, la línea en bolsas de colores Kotex Day's ofrece protectores diarios con un ingrediente natural que ayuda a preservar el pH de la zona íntima.



## PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA



La división de Kimberly-Clark Professional incorporó este año una nueva filosofía para relacionarse con sus clientes de manera excepcional. A través de talleres participativos, el equipo de K-C Professional definió sus objetivos en el corto, mediano y largo plazo, enfocados en dejar de ser una empresa que se base en el qué para pasar a ser una compañía que brinda soluciones personalizadas pensando en el porqué de cada cliente.

## PROYECTO POISE

El lanzamiento del Proyecto Poise tiene el objetivo de incluir a mujeres de entre 45 y 65 años a través del emprendimiento de nuevos proyectos. Se convocó a las mujeres en la etapa de la maduritud a ingresar en la página del concurso, describir su proyecto e invitar a tres amigas a que apoyen su idea a través de Facebook. Más de 780 mujeres de todo el país eligieron compartir sus proyectos personales dentro de cinco categorías diferentes, y un jurado seleccionó tres finalistas. Sus historias fueron publicadas en la página del concurso a través de un video, mostrando el sueño de cada una de ellas. La decisión final fue del público, que votó a través de Facebook para definir el proyecto ganador, a nombre de Marcela Markunas, quien ideó un sitio web para el intercambio de recetas con personas de todo el mundo.

Proyecto Poise buscó impulsar y acompañar a las mujeres, motivándolas y guiándolas para que disfruten de esta etapa reconociendo todo lo bueno que trae una madurez llena de vitalidad y energía.

## NUESTRO NEGOCIO ES LA GENTE

La gente es el bien más importante, porque hace que nuestros lugares de trabajo funcionen. Y nosotros hacemos que sus lugares de trabajo sean excepcionales. Para esto, contamos con plataformas comerciales que apuntan a generar lugares de trabajo más saludables, más seguros y más productivos. “Usá menos, hace más. Por un mundo sustentable” es el eslogan del programa de sustentabilidad de Kimberly-Clark Professional (KCP) que se basa en tres pilares:

- Conservar nuestras materias primas, manufactura, transporte y disposición final.
- Contribuir con responsabilidad social y foco en la campaña de lavado de manos.
- Innovar en el diseño y el uso de nuestros productos.

**Con mi familia en el avión!**

**ORLANDO · RIO NUEVA YORK**

Ganá un Viaje con toda tu Familia a uno de estos 3 increíbles destinos!

Mandá por sms al 3000, ICC espacio, la hora y minutos que figuran en el pack o ingresá esos datos en [www.promokimberly.com.ar](http://www.promokimberly.com.ar)

Marcas: HUGGIES, Kotex, Scott, Pampers, Baby Wipes.

Procesador de datos: la empresa que organiza el concurso es la Sociedad Anónima de Promoción y Marketing "Promo Marketing" S.A. con domicilio en Av. Corrientes 1234, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Resistencia para toda la familia.

Nuevo Scott® Soft® Baby Wipes. Calidad que madre más.

Simply Clean Princess Huggies

10 millones de mujeres en el mundo eligen cuidarse con Kotex.

Day's ahora es Kotex Day's para traerte lo máximo en cuidado íntimo.

PROTECCIÓN · CONFORT · DISEÑO

Sumate vos también.

## COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Nuestro respeto por quienes consumen los productos de Kimberly-Clark se expresa en el principio de comunicación responsable al que adherimos y que practicamos en nuestras publicidades desde siempre. Se trata del Código de Ética del Consejo de Autorregulación Publicitaria al que la Compañía suscribió de manera voluntaria. El objetivo de dicha suscripción consiste en asegurar que en la comunicación de nuestros mensajes se respete la integridad moral, no se practique la competencia desleal y se valore la integridad humana en general.

# CONSOLIDAMOS NUESTRA PRESENCIA EN REDES SOCIALES

Luego de una investigación y planificación estratégica, en septiembre de 2011 decidimos incorporar las redes sociales como nuevo canal de comunicación e intercambio con potenciales y actuales clientes, consumidores, colaboradores de la Compañía y la comunidad en general.



## EN FACEBOOK

En la fanpage, [www.facebook.com/kimberly-clarkARG](http://www.facebook.com/kimberly-clarkARG), publicamos notas relacionadas con RSE, novedades institucionales, concursos y preguntas sobre calidad de vida. Además, contamos con diferentes tabs o pestañas como “Bienvenida”, “Nuestras marcas”, “RSE”, “Fotos”, “Concursos” y “Ganadores del concurso”, que ofrecen múltiples contenidos de interés a los más de 71.760 fans.



## EN TWITTER

En la cuenta de Twitter, @kimberlyclarkAR, compartimos notas, publicamos comentarios sobre las novedades institucionales y proponemos consignas para interactuar con la comunidad online a través de hashtags que instalan dichas temáticas. En particular, #RSEen140 comparte tips de Responsabilidad Social Empresaria e invita a los más de 6.907 followers a retwittearlos de manera de promover actitudes sustentables.



## EN YOUTUBE

Por último, para completar la estrategia online, creamos el canal de YouTube, [www.youtube.com/kimberlyclarkARG](http://www.youtube.com/kimberlyclarkARG), donde compartimos videos sobre los distintos programas de RSE de la compañía, novedades institucionales y comerciales de las marcas, entre otros. Este canal corporativo tuvo 92.389 reproducciones desde su lanzamiento.

## ANIVERSARIO

Para festejar el primer año en los medios sociales, realizamos un video que fue amplificado en todas las redes y que recopila los mejores posteos, tweets y fotos que compartieron los miembros de la comunidad online de la compañía.

facebook

Buscar personas, lugares y cosas



Kimberly-ClarkARG | Buscar amigos | Inicio

# KIMBERLY EN FACEBOOK



- Noticias
- Mensajes
- Eventos
- Fotos
- Buscar

## USUARIOS

MÁS DE **5.000** PERSONAS VISITAN NUESTRA FANPAGE CADA MES

**71.760** SEGUIDORES

## CONCURSOS

**15** CONCURSOS durante 2012

**8.600** participantes | 21 premios

## POR GÉNERO

**37,5%**  
HOMBRES 

**62,4%**  
MUJERES 

Anuncios  Ver todos

**Kimberly-Clark Argentina**  
www.kimberly-clark.com.ar



Seguinos en las redes sociales!  
**facebook:** /kimberly-clarkARG  
**you tube:** /kimberlyclarkARG  
**twitter:** @kimberlyclarkAR

**Para Campeones y Princesas**  
www.kimberly-clark.com.ar



Huggies lanza su nueva línea para Campeones y Princesas!

**Kotex Day's**  
www.kimberly-clark.com.ar



Nuevos packaging de Kotex Days



A través de las redes sociales buscamos fortalecer el diálogo con nuestros consumidores.

Trabajamos de forma sinérgica en nuestro departamento de Asuntos Corporativos, para integrar las visiones de Relaciones Públicas y Redes Sociales, logrando una optimización de los recursos y la comunicación. Las acciones destacadas del año fueron:

## CONCURSOS - PROMOCIONES

- **Período septiembre - diciembre 2011**

Cantidad: 8 concursos-promociones

Participantes: 1.095 en total

- **Período enero - diciembre 2012**

Cantidad: 15 concursos-promociones

Participantes: 5.569 en total

## APLICACIONES

- **“Kimberly-Clark está en tu vida”**, bajo el concepto “1 de cada 4 personas alrededor del mundo utiliza un producto de Kimberly-Clark”.

Cuándo: Octubre 2011.

Qué: Invitamos a los usuarios de Facebook a enviar mensajes con frases de afecto a aquellos amigos que estuvieran presentes en su vida.

Premio: Por cada mensaje enviado desde la aplicación, los fans participaron por un premio, a la vez que nos comprometimos a donar un producto a la Posta Sanitaria de Pilar.

Resultados: Se enviaron 12.568 mensajes.

- **“Supermercado Kimberly-Clark”**

Cuándo: Julio 2012.

Qué: Lanzamos una tienda virtual donde los usuarios debían cumplir con el listado de productos en un determinado tiempo.

Premio: Los Top 5 ganaron bolsones de productos Kimberly-Clark.

- **Aplicación por el Día del Niño**

Cuándo: Agosto 2012.

Qué: Los usuarios subían fotos que convertíamos en un collage con el logo de la compañía y la opción de compartirla.

# PROMOS EN LA RED



Incentivamos la participación de nuestros fans de las redes sociales y damos a conocer nuestras novedades.





# SATISFACER LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES

## CONTACTO PERMANENTE CON CONSUMIDORES

**REDES SOCIALES**  
nuevo canal de comunicación

FACEBOOK  
[/kimberly-clarkARG](#)

TWITTER  
[@kimberlyclarkAR](#)

YOUTUBE  
[/kimberlyclarkARG](#)

Línea  
Profesional

Cuidado  
familiar

Cuidado  
del bebé

Cuidado  
femenino

## DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

CALIDAD Y  
SEGURIDAD DE  
LOS PRODUCTOS

productos  
**INNOVADORES**



Establecemos relaciones de confianza, transparencia y respeto con nuestra cadena de valor.

## FOMENTAMOS EL DESARROLLO DE NUESTROS CLIENTES

Reconocemos la importancia de construir una cadena de valor cuyos integrantes sean afines a nuestros valores y pilares corporativos. Es por eso que utilizamos nuestra experiencia y trayectoria institucional para convertirnos en socios estratégicos de nuestros clientes, potenciar su crecimiento y la sustentabilidad de sus operaciones.

### CLUB HUGGIES

Para apoyar el crecimiento y el desarrollo de nuestras 1350 pañaleras activas, incorporamos desde el área de trade marketing novedades en el Club Huggies, tales como promociones exclusivas, regalos para clientes, capacitaciones para su negocio y herramientas para que puedan mejorar su rentabilidad.

### ACADEMIA HUGGIES

A partir de 2012, decidimos cambiar el formato a Mesas de Trabajo, porque identificamos que en las academias el pañalero tenía un rol muy pasivo y además la gran mayoría ya había concurrido más de una vez. Las mesas de trabajo consisten en jornadas de medio día en las cuales los pañaleros asumen una participación más activa en una serie de capacitaciones moderadas por un capacitador externo que propone una serie de disparadores relacionados con el negocio para generar un debate, compartir experiencias y buscar soluciones comunes. En 2012 se realizaron 31 mesas de trabajo en las que fueron capacitados 1000 pañaleros.



### INICIATIVA GARRAHAN

Junto a nuestro canal comercial “Pañaleras Huggies”, llevamos adelante una iniciativa de Responsabilidad Social para el Hospital Garrahan. Dispusimos urnas en 200 pañaleras, donde los consumidores podían dejar sus tapitas plásticas que luego fueron entregadas para su reciclado a la Fundación Garrahan.

**+1.000.000** de TAPITAS recolectadas para la Fundación Garrahan  
**EN SOLO UN MES Y MEDIO**



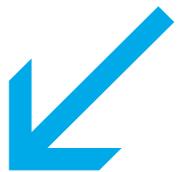


## PROMO FIESTAS

Desde hace cinco años realizamos la Promo Fiestas en el canal pañalero con el objetivo de asistir al punto de venta y brindarle una herramienta más para fidelizar y atraer clientes. Participaron de esta acción 500 puntos de venta de todo el país, quienes recibieron un kit promocional con todos los elementos necesarios para armar un sorteo destinado al consumidor final y piezas para ambientar la tienda.

Adicionalmente, formamos dentro de la compañía una Brigada Navideña, en la que colaboradores de distintos sectores de Kimberly-Clark salieron a la calle en equipos a implementar la acción y ambientar las pañaleras. De esta manera, fomentamos el trabajo en equipo e integración con otras áreas, sumando presencia en un canal estratégico de la compañía.

**Establecemos relaciones de confianza, transparencia y respeto con nuestros clientes.**



# SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Contamos con diversos procedimientos para determinar la satisfacción de nuestros clientes. En el caso de las pañaleras, a fines de 2011 solicitamos a una consultora externa la implementación una investigación de mercado como herramienta de evaluación y medición de la tarea de los retailers en los puntos de venta, con los siguientes objetivos:

- Conocer el nivel de satisfacción de las pañaleras con los retailers en general y con K-C en particular.
- Conocer las fortalezas y debilidades de cada uno de los retailers.
- Medir la satisfacción con las acciones realizadas (mesa de trabajo, activaciones, etc.).
- Obtener aprendizajes de las mejores prácticas de cada uno de los retailers.
- Construir un tablero de control para cada retailer.

Se realizaron 420 encuestas entre los retailers a fines de 2011 y comienzo y mediados de 2012. Los resultados obtenidos arrojaron lo siguiente:

Ante la pregunta “¿Cuán satisfecho está con la marca Huggies, considerando todos los servicios que le brinda la marca?”, y con una escala de evaluación del 1 al 10, los retailers calificaron siempre por arriba de 9, globalmente 9,4, siendo los resultados más altos y persistentes que vio la consultora en su experiencia de trabajo con empresas líderes en consumo masivo:



La **satisfacción** global de **Huggies** fue puntuada en un **9,4**



Entre los atributos espontáneos de la marca Huggies, los pañaleros que clasificaron con un puntaje de 10 destacaron:

**CALIDAD DE LOS PRODUCTOS • ES LA MARCA ELEGIDA POR LOS CONSUMIDORES • SERVICIO QUE LE BRINDA LA EMPRESA • VARIEDAD DE PRODUCTOS • BUENA PUBLICIDAD • ATENCIÓN AL RETAILER • BUEN PRECIO • BUENAS PROMOCIONES • PRODUCTO MÁS VENDIDO • MARCA RECONOCIDA / BUENA MARCA •**

## GARANTIZAMOS LA SEGURIDAD Y CALIDAD DE NUESTRAS OPERACIONES

Cuidamos la calidad y seguridad de todos los productos en cada uno de nuestros procesos productivos. Contamos con un Sistema de Gerenciamiento llamado Quality Management System (QMS), que garantiza la calidad con la misma arquitectura de las normas ISO9001/2008. Asimismo, protegemos la seguridad de las materias primas que utilizamos cumpliendo con las exigencias de la ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica) contenidas en las distintas resoluciones que regulan su comercialización.



Ofrecemos productos seguros, con la mejor calidad y con un servicio de excelencia.



## NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN PACHECO

Este año culminamos el proyecto de tercerización de la operación y mudanza de los productos de Kimberly-Clark Professional desde Bernal a un nuevo centro de distribución en Pacheco, que demandó una inversión de U\$S 400.000. Esto contribuye a mejorar las relaciones comerciales con sus clientes a la vez que brinda mayores beneficios, como capacidad de almacenamiento y despacho, menor cantidad de movimientos innecesarios de stock y un mayor ordenamiento de la operación.

# 7





**HUELLA**

**EN LA**

**CADENA**

**DE VALOR**

7

## TRABAJAMOS EN RSE CON NUESTROS PROVEEDORES

Trabajamos junto a ellos  
para consolidar la calidad  
de las operaciones

## EXPANDIMOS LA RSE EN NUESTRA CADENA DE VALOR

Integramos a un conjunto de proveedores que, de forma creciente, ha incorporado valores, prácticas y resultados en materia de Responsabilidad Social.

En Kimberly-Clark trabajamos para dinamizar nuestra cadena de abastecimiento, mejorar la capacidad de gestión y continuar agregando valor a la compañía. En este camino, nuestros proveedores son aliados activos y estratégicos con los que mantenemos una relación de confianza mutua, necesaria para consolidar la calidad de las operaciones.

A lo largo de 2012, el trabajo del área de Compras estuvo focalizado fuertemente en dos ejes:

- Trabajar con la gente. Con el fin de facilitar y automatizar las tareas, trabajamos con los equipos de Compras para revisar y optimizar cada proceso, enmarcados según los procedimientos y normas de Kimberly-Clark.
- Potenciar el desarrollo de nuestros proveedores. Para lograr los objetivos de crecimiento de la Compañía, ayudamos a nuestros “socios” a generar alternativas, principalmente en aquellos insumos críticos para el negocio de Kimberly-Clark.

**Nuestros proveedores son  
clave para el desarrollo  
de productos de calidad  
a través de una gestión  
sustentable.**



# OPTIMIZANDO LO QUE HACEMOS

Fiel a nuestra estrategia de mejora continua, incorporamos la filosofía LEAN en el trabajo diario del área de Compras, como una nueva forma de pensar y actuar. Consiste en una metodología útil para revisar aquellos procesos que no agregan valor al cliente, para eliminar desperdicios y, como consecuencia, mejorar los resultados de la Compañía. La cultura LEAN está guiada por cuatro pilares:



## HECHOS DESTACADOS DE 2012

Para incrementar el abanico de alternativas y generar una competencia sana entre los proveedores actuales, durante 2012 desarrollamos proveedores alternativos para materias primas críticas, como han sido los casos de: empaques, no tejido y laminados.

—

Las siguientes son algunas de las acciones, iniciativas y proyectos en los cuales el equipo de Compras, tanto de Compras Productivas como de Bienes y Servicios, ha estado trabajando durante 2012:

### **GENERACIÓN DE ÓRDENES DE COMPRAS AUTOMÁTICAS EN SAP**

Logramos disminuir los tiempos de transacción y brindar un mejor servicio a los usuarios.

### **PROYECTO P2P (PURCHASE TO PAY)**

Es un proyecto que sirve para revisar y estandarizar el circuito que comprende desde la compra de un bien o contratación de un servicio, hasta el pago a los proveedores.

**Objetivo:** identificar oportunidades de mejora, compartir buenas prácticas, generar valor agregado e involucrar a cada uno de los stakeholders que intervienen en todo el recorrido.

### **E-SOURCING**

Es una herramienta web vendor, con interface a SAP, que sigue consolidándose como un efectivo vínculo desde lo transaccional con los proveedores.

**Objetivo:** continuar en la incorporación de empresas que pueden autogestionar sus operaciones vía web, agilizando y actualizando.

### **NACIONALIZACIÓN DE MATERIALES**

Identificamos alternativas nacionales para insumos críticos en el rubro repuestos.

**Objetivo:** incorporar nuevos socios para abastecer y satisfacer las necesidades de la empresa y contribuir al desarrollo del empleo y la economía local.

### **LICITACIONES REGIONALES**

**Objetivo:** utilizar el poder de compra como región y estandarizar conceptos compartidos en todas las geografías: matriz de costos, propuestas comerciales, análisis de riesgo, cotizaciones, precios, etc.

“

Incorporamos la filosofía LEAN como una forma de pensar y actuar.

# CAPACITANDO PARA UNA GESTIÓN SUSTENTABLE

Cada eslabón de la cadena de Kimberly-Clark es esencial para lograr una completa gestión sustentable. Es por ello que creemos en la importancia de estimular a los proveedores en el desarrollo de una gestión orientada a la RSE y a la sustentabilidad.

Desde hace cuatro años, el programa de capacitación Integrity Project tiene el desafío de acompañar y guiar a los proveedores para que adopten estándares de calidad y eficiencia, compartir mejores prácticas, establecer pautas recíprocas de ética y transparencia, y transmitir principios de excelencia organizacional. En este contexto implementamos distintas iniciativas, tales como un Código de Conducta para proveedores y Guías Prácticas de diversas temáticas: laboral, impositiva y de liderazgo.

## IntegrityProject



### JORNADA DE CAPACITACIÓN EN RSE Y GESTIÓN SUSTENTABLE

En el marco de Integrity Project, y en alianza con el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), realizamos una jornada de “Promoción y Abordaje de la RSE y Gestión Sustentable” con el objetivo de fortalecer el cumplimiento de servicios basados en la ética y la integridad. La capacitación, a la que asistieron 50 proveedores de la compañía, consistió en dos módulos:

#### “Sensibilización y capacitación”

Se dictó un taller de Introducción a la Gestión Sustentable de los Negocios, cuyo objetivo consistió en sensibilizar a los participantes acerca de los principales desafíos que en materia ética, ambiental y social han de influir –y hasta condicionar– los escenarios de los negocios. Además, se los introdujo en un marco conceptual de análisis del entorno, y en las herramientas para el manejo de los principales elementos de Sustentabilidad y RSE.

#### “Mapeo de stakeholders y base de un plan de RSE”

A través de dinámicas de grupo, los participantes pudieron reconocer las posibilidades de creación de valor social, ambiental y ético de sus propias empresas y determinar aquellas actividades de RSE que son viables para sus empresas en términos de corto y mediano plazo.



Evaluamos a nuestros proveedores contemplando requisitos éticos, de calidad y de seguridad.

## RELEVAMIENTO DE PROVEEDORES

En 2012 realizamos un relevamiento de proveedores a través de un cuestionario telefónico. Esta metodología, con opcional de respuesta vía mail, fue elaborada por el mismo personal del año pasado que contactó a la misma base segmentada de 100 proveedores, generando un alto nivel de recordación y confianza por parte de los entrevistados, y un aumento notable en el tiempo de respuesta.

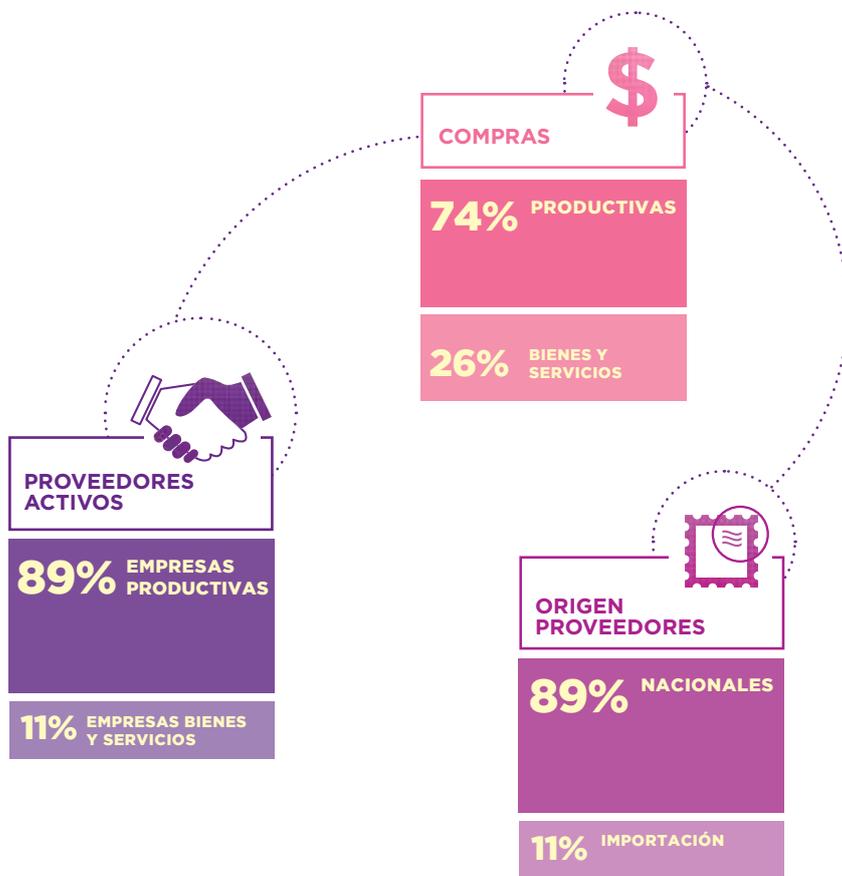
Las consultas estuvieron relacionadas con las condiciones laborales, los programas y procesos de salud y seguridad, sistemas de gestión, condiciones mediomambientales y comportamientos éticos. Las 93 respuestas efectivas nos permitieron detectar algunas áreas de mejora en materia de seguridad, y comprobar que en promedio existe más de un 80% de cumplimiento responsable en nuestra cadena de suministro.



Nuestras acciones con proveedores apuntan al desarrollo de sus empresas y recursos para lograr un beneficio mutuo.

# INDICADORES CUANTITATIVOS

A continuación, detallamos la evolución del volumen de proveedores y el gasto involucrado, así como la cantidad y origen de las compañías proveedoras de bienes y servicios.



Año	2009	2010	2011	2012
<b>CANTIDAD DE PROVEEDORES</b>	1.023	1.096	979	1.111
<b>PAGO A PROVEEDORES</b>	\$ 897.835.884	\$822.458.051	\$ 1.031.500.437	\$ 1.479.497.599

# DESAFÍOS PARA 2013

- Continuar trabajando bajo la filosofía LEAN en toda la gestión de compras.  
.....
- Consolidar un cuadro de comandos en el que se reflejen las principales métricas del sector, permitiendo realizar un seguimiento de los principales factores que contribuyen al éxito y crecimiento de los negocios de la Compañía.  
.....
- Compartir con nuestros proveedores la necesidad de innovar, no solo en el abastecimiento de materiales sino también en los procesos que llevamos día a día juntos.  
.....
- Seguir trabajando fuertemente con los proveedores, evaluando alternativas y desarrollando nuevas ideas sobre la base de dos pilares fundamentales: agregar valor y generar negocios sustentables.

**METAS  
2013**





# PROVEEDORES ALIADOS ACTIVOS Y ESTRATÉGICOS

## CONTRIBUIR AL DESARROLLO

del empleo y la economía local

## GENERAR VALOR AGREGADO

creación de  
**VALOR  
SOCIAL,  
AMBIENTAL  
Y ÉTICO**

establecer pautas recíprocas de  
**ÉTICA Y TRANSPARENCIA**

**COMPARTIR**  
buenas prácticas

**CONFIANZA**  
mutua

## GENERAMOS NEGOCIOS SUSTENTABLES

IDENTIFICAR  
OPORTUNIDADES  
DE MEJORA

**ACOMPañAR Y GUIAR**  
a los proveedores

# 8

## TABLA GRI

# GUÍA GRI

## INDICADORES DE LA GUIA GRI G3.1

	REPORTA- DO	PÁGINA / RESPUES- TA DIRECTA
<b>1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
1.1 Declaración del máximo responsable.	● ● ●	3,5
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	● ● ●	3,5,17,20-46,48,49, 52,55,59,111,143
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
2.1 Nombre de la organización.	● ● ●	14
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	● ● ●	14,15,116,117
2.3 Estructura operativa.	● ● ●	14
2.4 Localización de la sede principal.	● ● ●	Buenos Aires, Argentina
2.5 Países en los que operamos.	● ● ●	14. Contamos con subsidiarias en 36 países.
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	● ● ●	Kimberly-Clark Argentina es una Sociedad Anónima.
2.7 Mercados servidos.	● ● ●	116,117
2.8 Dimensiones de la organización informante.	● ● ●	14,18
2.9 Cambios significativos del período .	● ● ●	No se registraron cambios
2.10 Premios y distinciones recibidos.	● ● ●	19
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>		
3.1 Periodo cubierto por la información.	● ● ●	2012
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	● ● ●	2011
3.3 Ciclo de presentación de memorias.	● ● ●	Anual
3.4 Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	● ● ●	asuntos.corporativos.ar@kcc.com
3.5 Proceso de definición del contenido.	● ● ●	7
3.6 Cobertura de la memoria.	● ● ●	7
3.7 Existencia de limitaciones del alcance.	● ● ●	Los datos ambientales de las oficinas administrativas no se incluyen en el reporte.
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	● ● ●	En el capítulo ambiental se especifican los ajustes realizados sobre los indicadores del año 2011 y su correspondiente explicación.
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	● ● ●	18,46-50, 55,59-62
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información de memorias anteriores	● ● ●	En el capítulo ambiental se especifican los ajustes realizados sobre los indicadores del año 2011 y su correspondiente explicación.
3.11 Cambios significativos relativos al periodo anterior.	● ● ●	No se produjeron.

● ● ● Completo  
● ● ● Parcial  
● ● ● No Reportado

3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web	● ● ●	147
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.	● ● ●	7

#### 4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.1	Estructura de gobierno.	● ● ●	29
4.2	Características de la presidencia del consejo.	● ● ●	29
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno independientes o no ejecutivos	● ● ●	29
4.4	Mecanismos de comunicación de accionistas y empleados con el máximo órgano de gobierno.	● ● ●	37. <a href="http://www.sustainabilityreport2011.kimberly-clark.com">http://www.sustainabilityreport2011.kimberly-clark.com</a>
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	● ● ●	31
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	● ● ●	32
4.7	Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno.	● ● ●	30. <a href="http://www.sustainabilityreport2011.kimberly-clark.com">http://www.sustainabilityreport2011.kimberly-clark.com</a>
4.8	Declaración, misión, valores y código de conducta y sobre sustentabilidad.	● ● ●	16,32
4.9	Procedimientos para supervisar la gestión económica, social y ambiental de la organización	● ● ●	29
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.	● ● ●	29
4.11	Adopción del principio de precaución.	● ● ●	34
4.12	Adhesión a principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	● ● ●	A nivel global, somos adherentes del Pacto Global de las Naciones Unidas.
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece y grado de implicancia.	● ● ●	36
4.14	Relación de grupos de interés de la organización.	● ● ●	36
4.15	Bases para la identificación y selección de los grupos de interés.	● ● ●	36
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	● ● ●	7,37,75,76,118,124,130,141
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés.	● ● ●	7,37

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1	Principales magnitudes económicas.	● ● ●	18. No se reportan los costos operativos
EC2	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	● ● ●	No contamos con estimaciones locales sobre las implicancias financieras asociadas al cambio climático.
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	● ● ●	En 2012, se pagaron \$ 38.919.440,84 millones en contribuciones a la seguridad social, que incluye los aportes establecidos en la legislación vigente.
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	● ● ●	No se recibieron ayudas por parte del gobierno.
EC5	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	● ● ●	El salario inicial es 67% más alto que el salario mínimo vital y móvil (SMVM).
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	● ● ●	137-141

EC7	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	● ● ●	Todos los integrantes del Directorio son del Cono Sur.
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público.	● ● ●	18
EC9	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos.	● ● ●	17



**INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL:  
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE**

LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región.	● ● ●	70,71
LA2	N° Total de empleados y rotación media, desglosados por edad, género y región.	● ● ●	70-72
LA3	Beneficios Sociales para empleados con jornada completa	● ● ●	73, 78
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	● ● ●	71
LA5	Periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizacionales.	● ● ●	Los períodos de preaviso contemplan el plazo de 30/60 días establecido en las leyes laborales argentinas.
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	● ● ●	Todas nuestras plantas cuentan con Comités de Salud y Seguridad, del cual participan en 100% de las áreas operativas y que están integrados equitativamente por personal de planta y directivo.
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y N° de víctimas mortales.	● ● ●	81. No se reportan los datos de contratistas.
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	● ● ●	78-81
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	● ● ●	Todo el personal sindicalizado opera bajo las políticas y estándares de salud y seguridad de Kimberly-Clark.
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	● ● ●	93
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores	● ● ●	83-93
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	● ● ●	El 100% de los empleados bajo convenio reciben evaluaciones anuales de desempeño.
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, por sexo, edad, pertenencia a minoría y otros indicadores de diversidad.	● ● ●	Siete miembros del Directorio tiene entre 40 y 50 años. Los restantes son mayores de 50. No contamos actualmente con mujeres en el directorio.
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	● ● ●	Los salarios de K-C se definen en función del cargo, independientemente del género del empleado/a. La relación entre el salario base de los hombres respecto al de mujeres es 1 a 1.

**DERECHOS HUMANOS**

HR1	Porcentaje y N° total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos.	● ● ●	Todas las órdenes de compra incorporan cláusulas relativas al respeto de los derechos humanos.
HR2	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	● ● ●	141

HR3	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos.	● ● ●	En total se dictaron 1350 horas de capacitación en el tema para el 100% de los empleados.
HR4	Nº Total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	● ● ●	No se registraron incidentes.
HR5	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	● ● ●	No se registraron tales actividades.
HR6	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	● ● ●	No se registraron tales actividades.
HR7	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	● ● ●	No se registraron tales actividades.
HR8	Porcentaje del personal de seguridad formado en aspectos de derechos humanos.	● ● ●	El 100% del personal de seguridad de todas las plantas, sedes administrativas y CLAS recibieron una capacitación de 12 horas semanales.
HR9	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	● ● ●	Indicador no material para nuestras operaciones directas.
<b>SOCIEDAD</b>			
S01	Naturaleza, alcance y efectividad para evaluar, gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	● ● ●	97-103, 111
S02	Porcentaje y Nº total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	● ● ●	34. El equipo global de Auditoría Interna realizó una evaluación formal focalizada en factores de riesgo de corrupción en todos los países en los que operamos, incluyendo las operaciones de KCA.
S03	Porcentaje empleados formados en anticorrupción.	● ● ●	35
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	● ● ●	No se registraron dichos incidentes
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de éstas y de actividades de lobbying.	● ● ●	Actividad no permitida por nuestro Código de Conducta.
S06	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	● ● ●	No se realizaron dichos aportes.
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	● ● ●	No se registraron dichas acciones
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	● ● ●	No se recibieron multas por este concepto.
<b>RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	● ● ●	133. Se evalúan las etapas de I+D, desarrollo de producto, certificación, manufactura, almacenamiento, distribución y abastecimiento.
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	● ● ●	No se reportaron dichos incidentes.
PR3	Procedimiento para la información y el etiquetado de productos y servicios.	● ● ●	Se informa -según el caso- la fuente de la materia prima, los componentes de los productos e información sobre el correcto uso y disposición.
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	● ● ●	No se registraron incumplimientos.

PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	● ● ●	119,132
PR6	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	● ● ●	123. Ver p. 62 del Reporte de Sustentabilidad 2010
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	● ● ●	No hubo reclamos.
PR8	Número total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	● ● ●	No hubo reclamos.
PR9	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios.	● ● ●	No se recibieron multas.
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>			
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	● ● ●	61-62
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	● ● ●	63
EN3	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	● ● ●	48-50
EN4	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	● ● ●	48-50
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	● ● ●	La información cuantitativa de las iniciativas realizadas no se encuentra disponible.
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables.	● ● ●	51 - 52.La información cuantitativa no se encuentra disponible dado que las iniciativas se implementaron hacia el final de tercer cuatrimestre del año 2012.
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	● ● ●	51 - 52.La información cuantitativa no se encuentra disponible dado que las iniciativas se implementaron hacia el final de tercer cuatrimestre del año 2012.
EN8	Captación total de agua por fuentes.	● ● ●	46 - 47
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	● ● ●	Indicador no aplicable a las operaciones.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	● ● ●	46 - 47
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados en espacios protegidos.	● ● ●	Las instalaciones de KC en Argentina se encuentran en las inmediaciones de zonas urbanas. Este indicador no resulta aplicable.
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad.	● ● ●	Las instalaciones de KC en Argentina se encuentran en las inmediaciones de zonas urbanas. Este indicador no resulta aplicable.
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	● ● ●	Las instalaciones de KC en Argentina se encuentran en las inmediaciones de zonas urbanas. Este indicador no resulta aplicable.
EN14	Estrategias y acciones para gestión de impacto sobre la biodiversidad.	● ● ●	Las instalaciones de KC en Argentina se encuentran en las inmediaciones de zonas urbanas. Este indicador no resulta aplicable.
EN15	Especies en extinción afectadas por las operaciones	● ● ●	Las instalaciones de KC en Argentina se encuentran en las inmediaciones de zonas urbanas. Este indicador no resulta aplicable.

● ● ● Completo  
 ● ● ● Parcial  
 ● ● ● No Reportado

EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	● ● ●	54
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	● ● ●	Las emisiones correspondientes a las actividades logísticas, desarrolladas por proveedores, no se encuentran disponible. 55
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	● ● ●	La información cuantitativa de las reducciones logradas por las iniciativas implementadas no se encuentra disponible. 55
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	● ● ●	58
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	● ● ●	58
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	● ● ●	47
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	● ● ●	59 - 60
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	● ● ●	Durante el período de reporte no ocurrieron derrames accidentales significativos.
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	● ● ●	Durante el período de reporte no se realizaron actividades de transporte transfronterizo de residuos.
EN25	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	● ● ●	Indicador no aplicable a las operaciones de KC Argentina.
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	● ● ●	Se indican las iniciativas desarrolladas en el período 2012 pero no así el grado de reducción de ese impacto.
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categorías de producto	● ● ●	Durante el período de reporte no se realizaron iniciativas de estas características.
EN28	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	● ● ●	La planta de Bernal recibió una multa menor no significativa.
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	● ● ●	55. Se detalla información sobre los impactos de la movilización, parcial, del personal pero no así la información del transporte de productos y otros materiales.
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	● ● ●	45



## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Kimberly-Clark Argentina S.A.** ha presentado su memoria "Reporte de Sustentabilidad 2012" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: [www.global-reporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.global-reporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 8 Marzo 2013

Nelmara Arbex  
Subdirectora Ejecutiva  
Global Reporting Initiative



*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándolo y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 25 Febrero 2013. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Si tiene comentarios o sugerencias acerca de los contenidos de este informe, pedidos de información adicional o preguntas acerca del mismo, no dude en contactarnos.

El intercambio con nuestros grupos de interés es esencial para identificar oportunidades de mejora y para agregar valor nuestro trabajo y a nuestro Reporte de Sustentabilidad.

Dirección de Asuntos Legales  
y Corporativos  
Olga Cossetini 1031, Planta Baja  
C.A.B.A. (C1107CEA)  
Buenos Aires, Argentina  
asuntos.corporativos.ar@kcc.com  
[www.kimberly-clark.com.ar](http://www.kimberly-clark.com.ar)



