

**OS HERÓIS DO DIA A DIA**

*Role Model premia colaboradores que melhor representam os valores da companhia*

# essencial

**RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE  
ANO BASE 2012**

 **Kimberly-Clark**  
Essencial para uma vida melhor



# ALFREDOS EM TODO O BRASIL

**O RESPEITO ÀS CULTURAS REGIONAIS  
ESTÁ NO DNA DA KIMBERLY-CLARK**



CONQUISTA QUE  
O PLANETA  
CELEBRA JUNTO!

A K-C é uma das 20 empresas-modelo do Guia EXAME de Sustentabilidade.

Figurar, pela segunda vez, no maior e mais respeitado levantamento sobre sustentabilidade do Brasil é motivo de imensa satisfação e orgulho para a Kimberly-Clark, uma empresa que se preocupa a cada dia em contribuir para o planeta e se tornar líder no que é essencial para uma vida melhor.

 **Kimberly-Clark**  
Essencial para uma vida melhor





Role Model - Premiação

**VALOR NATURAL .....45**

Ar mais puro  
O desafio da energia limpa  
Aliança Verde  
Em busca da pegada zero  
Agora cabe mais  
Conhecer para preservar

**VALOR PARA COLABORADORES.....59**

Ponto de equilíbrio  
Um bom ambiente para crescer  
Um futuro mais igualitário

**VALOR SOCIAL .....67**

A cidadania tijolo por tijolo  
Mentes e corpos em ação  
Produzindo qualidade de vida  
Expansão na busca de novos talentos  
Mudança de rota

**VALOR PARA CLIENTES .....76**

A favor dos parceiros



**CONSULTA PÚBLICA .....78**

Materialidade

**REFERÊNCIAS .....79**

Índice Remissivo

Anexo

Um olhar de fora

GRI application level check

**PÁGINAS VERDES .....89**

Sustentabilidade, substantivo feminino

**REPORTAGEM DE CAPA .....6**

Além do produto verde  
Gente é para brilhar  
Os heróis do cotidiano  
Liderança baseada em valores

**RADAR .....15**

Transparência

**PERFIL .....16**

Por uma vida melhor  
No lugar e na hora certos  
Portfólio cada vez mais verde  
Teoria e prática da evolução  
Localização  
Premiações

**VALOR ECONÔMICO.....30**

Mais por menos  
Comitê mapeia riscos  
Balança financeiro  
Governança corporativa

**VALOR PARA O CONSUMIDOR.....40**

Os Brasis do Brasil  
Tem que ensinar  
Mensurar para reduzir

**Publicação Anual do Relatório de Sustentabilidade**

da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda (GRI 2.1) (GRI 2.6)

**Ciclo de emissão:** Ciclo anual. Esta edição cobre o período de 01/01/2012 a 31/12/2012 (GRI 3.1) (GRI 3.3)

**Relatório anterior:** 1º de janeiro de 2011 a 31 de dezembro de 2011, com publicação em maio de 2012 (GRI 3.2)

**Limites do relatório:** Atuação da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda. no Brasil (GRI 3.6)

**Sede:** Rua das Olimpíadas, 205 - 6º andar - Vila Olímpia CEP: 04551-000 - São Paulo - SP (GRI 2.4)

**SAC:** 0800 709 5599 www.kimberly-clark.com.br (GRI 2.4)

**Diretor Responsável:** Marco Antonio Iszlaji. **Conselho Editorial:** Jefferson Correia, Cíntia Rizzo e Jéssica Ueno

**Consultoria GRI, projeto gráfico e redação:** Via Gutenberg - Equipe: Sergio Serapião, Daniel Ianae, Maria Augusta Bottino, Arthur Fajardo (projeto gráfico), Elio Himori (arte), Rosane Aubin (texto), Lu de Francesco (fotos), SXU.hu (fotos), Brazil Translations (tradução)

**Tiragem:** 8.000 exemplares

**Fale conosco:** Jefferson A. Correia - Assuntos Corporativos - jefferson.a.correia@kcc.com - 55 11 4503 4432 (GRI 3.4)

**Participaram deste relatório:** Adriana Arrais, Edmilson Silva, Bruno Sparapani, Vania Reis, Matheus Ramalho, Luis Estevam, Thiago Francisco, Brenda Cariz, Adriana Lewis, Leonardo Santos, Ricardo Tobera, Ricardo Cunha, Cassio Silva, Bruna Gomes, Rafael Moral, Meires Satie, Fabio Asquino, Irineu Souza, Janaina Coutinho, Janaina Rodrigues, Rebeca Gimenez, Fernanda Rolo, Marcia Ferran, Priya Patel, Marcelo Zenni, Renata Wortsman, Carolina Korrouski, Adriana Coelho, Bruno Mouco, Sandra Maria, Cesar Carvalho, Ubaldino Mota, Claudio Buiatti, Juan Lenis, Marli Spizziri, Claudio Vilardo, Carlos Ruyay, Alexandre Hara, Marco Antonio Iszlaji, Luiz Castello, Ana Paula Bógus, Ricardo Gonçalves, Fernanda Felicetti, Allan Aiach, Rafaela Moretti, Natália Albertini, Sergio Montanha, Dione Yamamoto, Danielle Guimarães, Mariana Semerjon, Jorge Rodrigues, Marcelo Lemes, Maria Perri, Marboni Jordao, Henrique Melo, Juliane Wilmers, Karen Laux, Ana Elisa Castro, Victor Takimoto da Silva, Isabela Marques, Ellen Pimenta, Marcio Raganicchi, Juliana Marques, Sergio Freitas, Ronaldo Generato, Larissa Battistini, Lizandra Bertoni, Luciano Aneli, Victor Takimoto da Silva, Marcelo Martins, Aginaldo Zibordi, Mariana Schultz Nadais, Raphael Santos, Regina Fantoni, Andrea Andrés, Angelica Pereira, Jefferson Correia, Anderson Pagoto, Vanda Santos, Pedro Tomasulo, Alessandro Brehm, Elza Burke, Helio Martins, Danielle Mourad, Adriana Muniz, Victoria Vitro, Karen Bandeira Ramos, Cristiane Spadini, Lucia Moreira Pinheiro, Nadia Mendonça, Sidnéia Rafal, Ornella Guzzo, Luciana Valle, Douglas Medeiros, Viviane Amarelo, Fabio Kenji, Bryann Alves, Humberto Hamermuler, Roseane Catani Ribeiro, Luiz Padilla, Ricardo Yoshino, Denise Pinheiro Oliveira, Robson Lima, Fabiana Viana Souza, Renata Cristina de Souza, Roselaine Gonçalves, Evandro Santos, Nadia de Oliveira, Andrea Peruso, Renato Novaes, Thais Nogueira, Fabio Martins de Oliveira, Leonardo Guimarães, Suelym de Camargo Lima, Rodrigo Garcia da Silva, Talita Teixeira, Fabio Molina de Almeida, Neusa Carneiro, Denis Tavares das Neves, Donizete Cruz, Renato Panatto, Mario Filho, Eduardo Silva, Gilmar de Souza, Paloma Lemes, André Taraban, Anderson de Camargo, Sandra Rodrigues de Jesus, Andre Bastos, Fernanda Souza, Sara Santos, Luis Fernando Ferreira, Beatriz Neves, Leticia Kida, Felipe Polez, Wilson Felizardo, Alexandre Ricardo da Silva, Manoel Moura, José May

**CARTA DO PRESIDENTE**

# Nossa Visão 2015

No ano de 2012 conseguimos chegar quase à metade das metas estabelecidas (GRI 1.1; 1.2; 2.9)

Nestes três anos, desde 2009, foi realizado um trabalho consistente por todo o time da K-C em parceria com os nossos fornecedores, clientes, governo, ONGs e comunidades. Todo nosso esforço nos garantiu diversos

reconhecimentos externos, o que comprova que estamos trilhando o caminho correto.

Em 2012, fomos destaques nas publicações de negócios mais relevantes do país, **Empresa Modelo pelo Guia Exame de Sustentabilidade** e fomos considerados **Empresa Campeã em Responsabilidade Socioambiental pela revista Época Negócios**. Além disso, entramos na **18ª posição** da lista das **“50 Empresas Mais Sustentáveis Segundo a Mídia”**, levantamento anual das empresas mais presentes na imprensa com temas de sustentabilidade pela revista Imprensa. Essas conquistas também refletiram internamente e contribuíram para que fossemos reconhecidos como uma das melhores

empresas para se trabalhar, no Brasil, na América Latina e no Mundo.

Por trás de toda essa história, está o empenho da Kimberly-Clark em aplicar a sustentabilidade como estratégia de negócios, não apenas na gestão dos recursos naturais que utilizamos na nossa produção, mas também na oferta de produtos com cada vez menos impactos ambientais. Para isso, há um grande esforço para o desenvolvimento da nossa cadeia



de valor, no alinhamento com as estratégias de clientes, na colaboração com autoridades para alavancar políticas públicas e no alinhamento da agenda da sociedade com o modo como fazemos negócios.

No ano de 2013, será instalada no Estado da Bahia, no município de Camaçari, a nossa quinta unidade produtiva. Um investimento de R\$ 100 milhões que vai gerar 500 empregos diretos e contribuir para o desenvolvimento da região Nordeste. Em termos ambientais, haverá uma expressiva redução nas emissões de CO2, que deixará de ser emitido nas viagens entre São Paulo e o Nordeste devido à produção local.

Com o nosso esforço contínuo ao longo dos últimos anos criamos um modelo de gestão próprio, engajado com o melhor da cultura local, e seguimos registrando avanços fortes em crescimento, em inovação e resultados mostrando ao mundo Kimberly-Clark o potencial da nossa gente e do nosso país.

Nas próximas páginas, você terá acesso a muitas histórias sobre as diversas frentes em que estamos trabalhando para aliar desenvolvimento econômico com a agenda social e de meio ambiente e o que estamos fazendo para nos tornar líderes em sustentabilidade e em tudo aquilo que é essencial para uma vida melhor.

Boa Leitura!

*João Luiz Damato*  
**João Luiz Damato**  
Presidente da Kimberly-Clark Brasil

1

## Matéria-primas

A K-C estimula o desenvolvimento de fornecedores locais: na nova fábrica da Bahia, instalada no município de **Camaçari**, vai incentivar que novos produtores de insumos instalem-se perto da unidade. Páginas 45, 46 e 47.



A compactação do papel higiênico permitiu uma redução de **84 toneladas** no uso de plástico nas embalagens. Páginas 50, 51 e 52.



O uso de **628 toneladas** de polietileno feito a partir de etanol e cana-de-açúcar, a resina verde, reduziu em **43%** o uso de polietileno de fonte não renovável, diminuindo em **2.700 toneladas** as emissões de CO2. Páginas 50, 51 e 52.

2

## Fábrica



Durante o ano, ocorreu uma redução de **13%** no consumo de energia no processo produtivo, resultado de vários projetos que contemplam todo o processo fabril. Páginas 48 e 49.

Empresa investe **350 milhões de reais** em projeto de aumento de renda e geração de emprego com a Cooperativa Cruma, na região da unidade de Mogi das Cruzes. Máquinas transformam refugos das fraldas em chapas que têm mais de **240 aplicações** na indústria. Páginas 74 e 75.

# Muito além do produto VERDE

Conheça algumas iniciativas da Kimberly-Clark Brasil para diminuir cada vez mais seu impacto na natureza e criar valor para todos os envolvidos na cadeia

3

## Transporte



Redução de **815 toneladas** no total de emissões de partículas do efeito estufa causada pela compactação de **77%** do portfólio de papel higiênico. Páginas 21, 22 e 23.

Mudanças na frota iniciadas em 2012, que incluem a troca de **carretas e cavalos mecânicos** em 2013, visam diminuir as emissões e seguir os padrões estabelecidos pelo Proconve P-7. Páginas 45, 46 e 47.

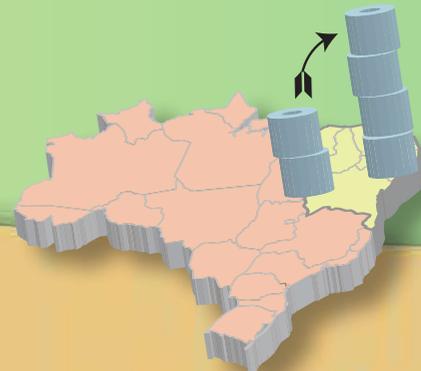
Investimentos constantes no desenvolvimento de colaboradores, com o programa **Viva Bem**, que procura o equilíbrio entre vida pessoal e profissional; e o **Role Model**, premiação que destaca funcionários exemplares. Páginas 8, 9, 59, 60, 61 e 62.



Emprego de mão de obra local: a nova fábrica da Bahia já contratou **45%** do pessoal; destes, **61%** são da região e município. Páginas 71 e 72.

4

## Pontos de Venda



O programa Viva Plenamente, da marca Plenitud®, realiza várias ações que beneficiam idosos: sessões de cinema, espetáculos de teatro e dança e oficinas atingiram quase **700 pessoas** durante o ano; e aulas semanais de exercícios físicos e alongamento na Zona Leste da Capital foram frequentadas por 200. Páginas 69 e 70.



O desenvolvimento de mercados locais leva progresso a várias regiões: o papel higiênico de folha dupla já responde a **20%** do consumo em toda a categoria no Nordeste; a intenção é que chegue a **40%** até 2015. Páginas 71 e 72.

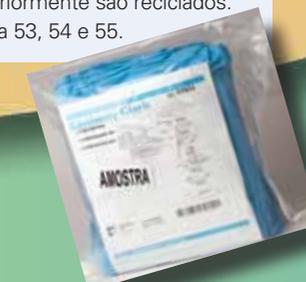
Valorização da cultura local: de Norte a Sul, a K-C usa estratégias locais que **respeitam as diferenças** de comportamento. Caixas de som para chamar a consumidora em pontos de venda, no Nordeste, e investimento em eventos como o Garota Verão, no Sul, são exemplos. Páginas 40, 41 e 42.

5

## Consumidor



A K-C coloca em prática todos os instrumentos de medição e avaliação do impacto ambiental tanto na instalação de novos Centros de Distribuição e unidades fabris quanto na concepção e design de produtos, com um olhar atento que busca a minimização do impacto em todas as etapas do ciclo de seus produtos. Preocupada com todas as etapas do ciclo de vida, a K-C aproveita alguns produtos usados, como os **invólucros de material cirúrgico**, que posteriormente são reciclados. Página 53, 54 e 55.





# Gente é para BRILHAR

Os apresentadores Larissa Battistini (esquerda) e Dan Stulbach (direita) com os vencedores do Role Model: Eduardo Silva, Sidnéia Raful, Nádía de Oliveira, Julio Cesar Hoff, Nelson de Jesus (frente). Anderson de Camargo, Evandro Reis, André Jorge Taraban (atrás)

*Noite de premiação do Role Model celebra os valores K-C e fortalece o compromisso com a sustentabilidade e o bem-estar dos consumidores*

**N**aquela noite, oito colaboradores da Kimberly-Clark Brasil viveram seu momento de estrelas, receberam aplausos de colegas e diretores e tiveram seu trabalho cotidiano reconhecido. Com apresentação do ator Dan Stulbach e de Larissa Battistini, da Comunicação Interna, o Role Model Brasil foi realizado no Hotel Jequitimar, no Guarujá, litoral de São Paulo, em novembro de 2012, durante a Confex (Conferência Executiva). O carinho da plateia e a integração impressionaram Stulbach, que elogiou o espírito de união e parceria dos colaboradores (veja entrevista na página 14). “O Role Model é alguém que pratica nossos valores no dia a dia, não apenas alguém que teve uma carreira brilhante. Passamos por um processo de dois meses com um comitê multifuncional, sem a participação de diretores, até chegar aos nomes escolhidos”, diz Ana Paula Bógus, diretora de Recursos Humanos.

A valorização e o desenvolvimento dos colaboradores são considerados essenciais para a estratégia de sustentabilidade da empresa, que oferece vários canais para participação e adota com frequência sugestões que acabam revelando-se altamente eficazes para a economia de recursos, melhora dos processos e aperfeiçoamento da qualidade. **(GRI 4.5)** 

# Os heróis do COTIDIANO

A cerimônia de premiação do Role Model teve momentos de pura emoção, além de um jantar servido à francesa e uma sala de troféus. Os vencedores ficaram hospedados no hotel e tiveram contato com as lideranças presentes na Confex. Cada um deles foi a estrela de um vídeo com depoimentos de familiares e colegas. “Eu sabia que haveria uma homenagem, mas não algo tão grandioso e emocionante. Ver os depoimentos da minha família e colegas, e a dedicação da equipe da K-C, que realizou um evento tão bonito, foi emocionante. Me senti honrada e muito privilegiada por receber tanto carinho”, disse Sidneia Raful, assistente da gerência de operações da unidade de Suzano.

Ela foi a vencedora no valor “responsabilidade social” por sua atuação dentro e fora da K-C. Os colegas elogiaram o trabalho voluntário como organizadora e coordenadora em campanhas de doação para entidades locais, campanha do agasalho e vitimas de enchentes no Rio de Janeiro e em São Paulo. Além disso, Sidneia criou formas inovadoras de incentivar o programa Caçadores de Oportunidades na unidade, transformando-o em benchmarking na empresa.

O engenheiro de Processos Eduardo Silva, outro ganhador, trabalhou

## A confiança mútua, que favorece a troca de conhecimentos e experiências, é a chave para formar um time de sucesso

para transformar a unidade de Suzano em uma referência em fraldas na América do Sul. Ele foi escolhido como Role Model para o valor “paixão pelo que fazemos” pela busca de excelência e generosidade ao compartilhar com seus pares o conhecimento. Em “compromisso com o cliente”, a vencedora foi a executiva de vendas da Divisão SP/Sul, Nádía de Oliveira, uma profissional que cultiva no dia a dia os top itens do DestaKC e procura fazer com que os clientes cresçam junto com a empresa.

A confiança mútua é a chave para formar um time de sucesso. O vencedor no valor “trabalho em equipe”, André Jorge Taraban, foi indicado pelo pessoal de Operações de Suzano para o Role Model por seu empenho em aperfeiçoar cada vez mais o atendimento aos colegas. O analista financeiro abriu novos dias nos plantões do Force e do Caçadores de Oportunidades quando percebeu que

havia muitas questões a responder, facilitando o acesso de seus colegas a uma saudável troca de conhecimento e experiências. O valor “integridade” teve como representante Nelson de Jesus, técnico de produção da unidade de Mogi das Cruzes. Franco e aberto na hora de expor sua opinião, ele pratica com afinco estratégias da K-C, como o Lean, e sua intervenção foi decisiva em negociações com o sindicato local. Trabalha há 29 anos na empresa.

Evandro Reis, assistente de serviço ao cliente KCP, é o representante do valor inovação no Role Model. A busca de soluções, às vezes simples, mas que ninguém ainda havia cogitado, faz parte do cotidiano do assistente, que conquista novos clientes e fideliza antigos com suas invenções. Um exemplo é a solução que apresentou a um shopping center, que tinha os rolos de 300 metros de papel constantemente furtados. Evandro sugeriu um furo na lateral do porta-papel que permitiu ao cliente usar um cadeado.

Em “valorização de pessoas”, o Role Model destaca a atuação do analista de produção de Suzano, Anderson de Camargo. Com grande talento para disseminar o conhecimento e unir todos em torno do bem comum, ele é o presidente da Cipa e participa ativamente dos programas Lean e



Exemplos de comportamento: Julio Cesar Hoff, Nelson de Jesus, André Jorge Taraban, Evandro Reis, Sidneia Raful, Anderson de Camargo, Nádía de Oliveira e Eduardo Silva (da esquerda para a direita, de cima para baixo)

GSA. Referência em gestão semi-autônoma, foi convidado a participar de uma palestra com diretores da Natura para falar sobre sua experiência.

Julio Cesar Hoff, analista de Qualidade da unidade de Eldorado do Sul,

representou o valor “compromisso com o consumidor” no Role Model. Seu trabalho para a melhora contínua da qualidade dos produtos refletiu-se numa marca histórica para a categoria Feminine Care, que recebeu ape-

nas sete reclamações para cada 10 milhões de produtos fabricados. Hoff sabe da importância de aperfeiçoar processos para oferecer ao consumidor um produto que possa melhorar cada vez mais a sua vida. 

# Liderança baseada EM VALORES

A premiação do Role Model é apenas a ponta de um grande iceberg que reúne várias estratégias e iniciativas usadas para transformar os colaboradores da K-C em um afinado time de alta performance. Doutor em gestão empresarial pela universidade de Magdeburg, na Alemanha, professor e coordenador do Mestrado Executivo da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro e diretor da empresa de consultoria Symballein, Marco Túlio Zanini acha que o modelo de gestão da Kimberly-Clark deve ser estudado. "É importante para o Brasil encontrar o seu estilo, daí a relevância da Kimberly, que conseguiu, dentro do contexto de uma empresa internacional, criar um modelo próprio que tem sustentabilidade. É preciso estabelecer padrões no Brasil e fazer com que a Kimberly permaneça sendo esse solo fértil, um espaço de liberdade", avalia.

Zanini fez uma palestra durante a mesma Confex que premiou os funcionários, e falou de confiança nas empresas, tema em que é pioneiro

no Brasil. "Hoje a produção de valor está calcada no aporte de confiança, não temos meros executantes e sim pessoas que têm de pensar, encarar desafios. Não interessa a cooperação coercitiva e sim a espontânea, quando o profissional está disposto a encarar o problema e encontrar uma solução. Numa empresa em que há



Zanini: "A Kimberly cuida da saúde e do bem-estar do trabalhador"

confiança, todos sentem-se confortáveis para aportar conhecimento e colaborar. Isso leva as pessoas ao seu nível de competência máxima", diz.

Zanini, que também é um pioneiro no estudo da gestão integrada de ativos intangíveis, pretende escrever um artigo para a Harvard Business Review sobre algumas empresas que conseguiram obter bons resultados com gestão sustentável no Brasil, entre elas o Hospital Albert Einstein e a Kimberly-Clark. O especialista afirma que a empresa apresenta alguns indicadores importantes que atestam esse cuidado, como a taxa zero de acidentes de trabalho. "O Brasil está muito mal neste indicador. Isso significa que as companhias matam ou ferem muita gente para produzir. Na K-C este indicador está muito bem, apesar de todo o crescimento dos últimos anos, o que prova que a gestão é socialmente sustentável e cuida da saúde e do bem-estar do trabalhador", diz.

Outra característica que o professor e consultor julga importante é a cooperação espontânea, que observou na cultura da K-C. "A gente percebe que as pessoas têm uma motivação grande por trabalhar na empresa.

Uma prova disso é o fato de estar em segundo lugar como Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil pelo Instituto Great Place to Work®. Ela partiu de um patamar ruim e alçou voo. Existe aí um papel estratégico muito forte do departamento de Recursos Humanos, uma aposta do João Damato em sua equipe, em uma gestão que não sacrificasse o vínculo de confiança e promovesse um ambiente agradável e ao mesmo tempo planejado e estruturado", afirma Zanini. **(GRI 2.10)**

Outro ponto, segundo o especialista, é a forma como os jovens talentos são tratados. "Geralmente, quando analisamos a gestão do conhecimento e da diversidade, olhamos para os mais novos e mais velhos. Observei que os jovens tiveram uma resposta muito positiva às suas tarefas. Isso indica que a K-C contratou bem e conseguiu apresentar desafios condizentes com a nova geração", diz. Segundo Zanini, em geral as empresas brasileiras não conseguem ter esse olhar democrático, essa ética do cuidado. "A liderança da K-C é feita a partir de valores e do tratamento diferenciado. O João Damato, Presidente da K-C Brasil, demonstra isso em seu próprio comportamento, percebi em conversas que tivemos. Ele assume que escolheu sua equipe e a valoriza. Mesmo que não concorde, escuta com atenção e admite que pode estar errado."

## Visão 2015

Em 2009, a K-C estabeleceu seu plano de negócio para os próximos cinco anos (2010 - 2015) alicerçado sobre os pilares: Liderança de Mercado, Inovação com Execução Perfeita, Dis-

tribuição e Conquista do PDV, Competitividade Operacional e Sustentabilidade. As metas e diretrizes são disseminadas por todas as áreas da empresa e para todos os níveis hierárquicos.

## Missão, Princípios e Valores (GRI 4.8)

### MISSÃO

Liderar o mundo no que é essencial para uma vida melhor.

### VALORES

Valorização das pessoas  
Trabalho em equipe  
Paixão pelo que fazemos  
Integridade  
Compromisso com o consumidor  
Inovação  
Compromisso com o cliente  
Responsabilidade social

### VISÃO

Ser um modelo de liderança, responsabilidade social e desempenho para o mercado e corporação, a melhor empresa para trabalhar no Brasil e uma imensa fonte de orgulho para todos nós.

### PRINCÍPIOS

Liberar o potencial da nossa gente  
Cultivar e crescer nossas principais marcas  
Criar um futuro melhor  
Aumentar consistentemente as vendas, o lucro e o retorno dos investimentos

### Responsabilidade

paixão pelo que fazemos



### Responsabilidade

compromisso com o cliente



Respeito  
trabalho em time



Respeito  
valorização das pessoas



Inovação  
inovação



Respeito  
responsabilidade social



Responsabilidade  
compromisso com o consumidor



Autenticidade  
integridade



## “ TODOS QUEREMOS O ROLE MODEL ”

O ator Dan Stulbach, que interpreta o mordomo Alfredo nas campanhas publicitárias do papel Neve®, diz que o desejo de reconhecimento é saudável e impulsiona tanto artistas quanto profissionais em geral a buscar a excelência em suas carreiras. Confira a entrevista do ator à Essencial.



Dan Stulbach

Essencial - **Você participou da premiação do Role Model como mestre de cerimônias. Quais foram as suas impressões sobre essa premiação e seu impacto sobre os colaboradores da empresa?**

Dan Stulbach - As minhas impressões foram as melhores possíveis. A alegria e o envolvimento eram grandes e todos estavam interessados. Pude perceber a emoção dos homenageados e como isso se refletia na plateia, sempre carinhosa. Imagino que só reforçou o espírito de união e parceria que tomava o ambiente. Foi muito prazeroso estar ali.

**Você lembra de algo que tenha chamado a sua atenção ou deixado alguma lembrança?**

Adorei ter dividido a apresentação com uma pessoa da empresa, que não era uma atriz. Pudemos brincar mais e isso deixou a apresentação muito mais divertida e única. O clima de descontração foi ótimo, e os premiados e a plateia estavam sempre à vontade.

**Na sua carreira, talvez o retorno sobre a qualidade do trabalho seja mais direto, como maior exposição na mídia e reconhecimento público. Imagino que isso seja muito importante como incentivo para fazer cada vez melhor. Seria possível traçar algum paralelo entre esse reconhecimento e o destaque que o Role Model dá aos funcionários da Kimberly-Clark?**

Acredito que seja muito parecido. Na minha profissão, todos querem o Role Model. Buscamos isso por muitos caminhos e por bastante tempo. E é uma busca saudável, como um ideal de vida, em que a resposta para alguns um dia vem com o sucesso e a credibilidade. Mas talvez a verdadeira descoberta esteja depois disso, em como manter-se fiel a essa busca e procurar sempre melhorar, apesar do reconhecimento. O reconhecimento não pode ser sinônimo de acomodação, pelo contrário.

**O Role Model destaca profissionais que agem de acordo com os princípios éticos da companhia de uma forma ampla, abrangendo desde as relações cordiais e o respeito entre colegas até questões práticas que envolvem o cuidado com a natureza. Acha que isso também é importante no meio artístico?**

Acho que sim, sem dúvida. Quanto mais conhecido você fica, maior a sua responsabilidade com o que diz e faz. E hoje, ser um cidadão consciente, que respeita o próximo, a cidade e o meio ambiente é uma obrigação. Ter uma ação social é um prazer para mim.

**Um dos principais valores entre os colaboradores da Kimberly-Clark é a confiança. Você diria que no meio artístico ela também é importante para a realização de um bom trabalho?**

Eu já trabalhei com muita gente e acredito que nada substitui uma troca sincera. O sucesso é de todos, o fracasso também. E pequenas atitudes fazem muita diferença. Teria muitas histórias para contar, mas lembro de uma simples. Fiz um espetáculo com o ator Tony Ramos por quatro anos (depois virou um filme, Tempos de Paz). Quando começamos a parceria, ele era um grande nome e eu um ator desconhecido. Mesmo assim, por vontade dele, dividimos o camarim, desde o começo. Disse que éramos parceiros, dentro e fora do palco. Isso foi, naquele momento, muito importante para mim. E juntos passamos por tudo ali, dividindo o espaço.

**Hoje você interpreta o papel do mordomo da marca Neve®, personagem já conhecido entre as consumidoras brasileiras. Poderia comentar um pouco sobre essa experiência?**

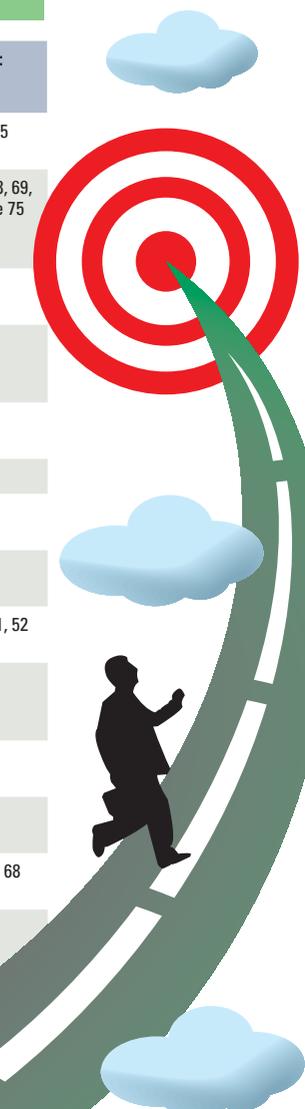
Eu estou muito feliz de poder fazer o Alfredo. É um clássico. E não só porque todos comentam, brincam comigo na rua e em todo canto, mas porque a campanha foi bem pensada e criada, dá uma alegria grande fazer parte desta história.

# TRANSPARÊNCIA

A Kimberly-Clark Brasil leva a sério o compromisso de prestar contas sobre suas metas.

CONFIRA O DESEMPENHO DA K-C EM RELAÇÃO ÀS METAS ASSUMIDAS EM 2012 E QUAIS OS DESAFIOS QUE VÃO MOBILIZAR AS EQUIPES EM 2013

	Algumas metas assumidas no RS 11	GRI	Meta alcançada?	Confira:
1	Manter o ritmo de crescimento da K-C Brasil com duplo dígito.	GRI EC1	Totalmente	p. 34 e 35
2	Instituto Cata Sampa: instalar equipamento, desenvolver um plano de negócios que viabilize a comercialização dos materiais com a indústria, de modo a obter aumento de renda e no número de cooperados.	GRI EC8	Totalmente (realizado projeto junto a CRUMA, implementado máquinas e treinamentos, plano de negócios e auxílio na parceria de vendas)	p. 43, 49, 58, 69, 70, 72, 74 e 75
3	Reduzir em 5% o consumo de água das unidades de Mogi e Correia Pinto	GRI EN08	Totalmente	p. 53
4	Manter processo de admissão de químicos e análises dos produtos (MOC) para garantir a não entrada dessas substâncias nas instalações K-C.	GRI EN19	Totalmente	p. 47
5	Redução de 2% no valor total de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	GRI EN20	Totalmente	p. 47
6	Zero derramamentos significativos	GRI EN23	Totalmente	p. 84
7	Aumentar em 2% o número de produtos recuperados em relação aos vendidos	GRI EN27	Não identificado (pois não reportaram o valor)	p. 75
8	Manter mínimo o impacto ambiental no transporte de produtos e trabalhadores.	GRI EN29	Totalmente	p. 47
9	Expandir os volumes e o alcance de distribuição de Neve Compacto e Naturali.	GRI EN6	Totalmente	p. 20, 45, 51, 52 e 57
10	100% dos contratos rotineiros, celebrados via minuta padrão com as cláusulas que proíbem o trabalho infantil e o trabalho em atividades insalubres.	GRI HR1	Parcialmente	p. 25
11	Manter o índice de nenhuma queixa relacionada ao campo de Direitos Humanos.	GRI HR11	Totalmente	p. 85
12	Obter o Incident Rate menor que 0,20 (considerando acidentes e doenças ocupacionais).	GRI LA7	Totalmente	p. 62
13	Replicar o Mulher Atuação em outras unidades além de Mogi e Suzano.	GRI S01 GRI S05	Não atendida	p. 58, 67 e 68
14	Manter número de operações com impactos reais/potenciais significativos em zero.	GRI S09	Totalmente	p. 86



# Por uma vida MELHOR

Kimberly-Clark tem como missão oferecer produtos essenciais para o conforto dos consumidores hoje sem comprometer o mundo de amanhã

Presente no Brasil desde 1996 e parte da Kimberly-Clark Corporation, criada em 1872 nos Estados Unidos, a empresa tem como missão “liderar o mundo no que é essencial para uma vida melhor.” Esse compromisso é exercido em todos os âmbitos, desde o cuidado extremo para entregar o melhor produto aos consumidores até o constante desenvolvimento de tecnologias e técnicas que minimizam o impacto sobre a natureza. Em 2013, a Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda. vai inaugurar um novo Centro de Distribuição e uma Fábrica em Camaçari, na Bahia, mais um passo na direção de sua estratégia de obter máxima qualidade com menores custos, tanto econômicos quanto de recursos naturais. **(GRI 02.01)**

Com 3.433 colaboradores, a K-C atua nos segmentos de higiene pessoal e doméstica; produtos institucionais para banheiros e produtos hospitalares na área de paramentação cirúrgica, em todo o território nacional. Voltadas diretamente ao consu-

mo, as divisões de Cuidados com a Família e Pessoais contam com um variado portfólio de produtos e marcas de qualidade reconhecida, incluindo desde fraldas até colônia infantil, absorventes femininos e todo tipo de papéis sanitários e de limpeza da casa. Os produtos da divisão Consumo são vendidos diretamente às redes de varejo (supermercados e farmácias), ao atacado e para distribuidores. A divisão Health Care oferece equipamentos e materiais para prevenir a contaminação hospitalar, introduzindo inovadores produtos no mercado nacional e liderando ações para a reciclagem de resíduos produzidos no sistema de saúde. Por fim, a Kimberly-Clark Professional atende bares, restaurantes, hotéis, indústrias e outros tipos de comércio com a oferta de completos sistemas de higiene, desde o sabonete com jatos controlados para evitar desperdícios até os wipers, papéis à base de celulose que substituem os panos com maior eficácia e menor dano à natureza. **(GRI 02.03, 02.07)**

Colaboradores K-C:  
Fabio Almeida, Fabio Asquino,  
Nádia Tanigawa, Renato Panatto,  
Donizete Cruz, Rodrigo Silva,  
Thaís Nogueira, Leonardo  
Guimarães, Fabio Oliveira,  
Talita Teixeira e Denis Neves



A estratégia da K-C tem objetivos claros e ambiciosos, como a redução de impactos ambientais de 60% dos produtos a serem lançados ou relançados até 2015. Uma das metas globais, ou seja, da corporação mundial, é a de ter uma redução de impacto ambiental de 25% de todas as vendas de produtos das categorias de cuidados Pessoais e da Família. “Com a compactação dos papéis higiênicos Neve®, o uso de fibras com o selo Forest Stewardship Council (FSC) e de plástico verde na emba-

lagem desse produto conseguimos atingir, ao final de 2012, o percentual de 25%, na categoria de Cuidados com a Família. Com as novas iniciativas que planejamos para reduzir o consumo de material em produtos de Cuidados Pessoais, provavelmente teremos alcançado a meta corporativa para ambas as categorias já em 2013”, diz Cláudio Buiatti, diretor de Pesquisa e Desenvolvimento para a América Latina.

Esse é apenas um dos exemplos bem-sucedidos que a empresa acu-

mula no trabalho constante para melhorar as condições econômicas, sociais e ambientais. Seus programas de eficiência e de engajamento das pessoas em torno desses ideais são bem estruturados e têm seus resultados averiguados de forma constante e eficaz.

A nova fábrica e centro de distribuição de Camaçari, que já têm grande parte de seu pessoal contratado, refletem na prática os conceitos de sustentabilidade, já que até sua localização no Nordeste foi definida a

partir de uma metodologia que levou em consideração a emissão de CO<sup>2</sup> nas operações de logística tanto de matéria-prima quanto de produtos acabados para servir ao mercado consumidor do Nordeste. No final de 2012, a empresa tinha quatro unidades operacionais distribuídas no Sul (Eldorado do Sul, RS, e Correia Pinto, SC) e Sudeste (Suzano e Mogi das Cruzes, SP). O escritório central está localizado em São Paulo e o segundo, em Recife, atende às regiões Norte e Nordeste. **(GRI 02.03)** 

# No lugar e na hora **CERTOS**

Nova fábrica em Camaçari coloca a empresa num importante polo do Estado da Bahia e da região

O ano de 2013 vai entrar para a história da Kimberly-Clark Brasil por conta da inauguração da nova fábrica e do Centro de Distribuição em Camaçari, na Bahia, a 42 quilômetros de Salvador e perto do Pólo Petroquímico, o maior complexo fabril integrado do Hemisfério Sul. A nova localização permitirá que a empresa distribua produtos para a região Nordeste com menor dispêndio de combustíveis fósseis e menos emissões de gases do efeito estufa **(GRI 2.03)**. Projetada antecipadamente para responder à demanda crescente por produtos de higiene relacionada com a ascensão social e econômica no Brasil, a fábrica terá 100% de sua produção direcionada para o Nordeste.

A escolha de Camaçari está em grande parte relacionada ao polo, que foi inaugurado em 1978 com investimentos superiores a 16 bilhões de dólares e tem previsão de aportes de mais 6,2 bilhões até 2015. Sozinho, o polo responde por 20% do PIB estadual da Bahia e reúne mais de 90 em-

presas químicas, petroquímicas e ao seu redor de diversos ramos como indústria automotiva, celulose, metalurgia de cobre, têxtil, fertilizantes, energia eólica, bebidas e serviços. Vários estudos e teses comprovam que o complexo promoveu melhoras na economia do Estado e desenvolveu a região metropolitana de Salvador, especialmente em urbanização e serviços.

A Kimberly-Clark Brasil cresce de forma constante e estruturada em todo o Brasil, ampliando a presença em vários mercados nacionais. **(GRI 2.07)** A empresa, presente em 36 países e com marcas vendidas em 175, tem o compromisso de fabricar os melhores produtos com respeito às comunidades vizinhas de suas unidades e cuidado com os recursos naturais. As informações relevantes deste relatório estão relacionadas às operações no Brasil, mas incluem as diretrizes organizacionais e pactos assinados pela Corporação com vigência no Brasil. **(GRI 02.05)** 



Centro de distribuição em Camaçari, no período de obras

Recife 6

Camaçari

São Paulo

Florianópolis

Porto Alegre

**(GRI 2.08)**

**1 ESCRITÓRIO CENTRAL - FARIA LIMA**

Localizado na cidade de São Paulo, concentra 771 colaboradores de seções corporativas. **(GRI 2.3) (GRI LA1)**

**4 UNIDADE SUZANO (SP)**

Com 1.078 colaboradores, concentra a produção de absorventes, lenços umedecidos e fraldas descartáveis. **(GRI 2.3) (GRI LA1)**

**5 UNIDADE CORREIA PINTO (SC)**

Trabalha exclusivamente com papéis higiênicos Neve e Scott e está localizada na área de proteção permanente do Rio Canoas, em Santa Catarina. Tem 242 colaboradores. **(GRI 2.3) (GRI LA1)**

**2 CDMA (SP)**

Abriga o Centro de Referência Socioambiental Mata Atlântica, uma iniciativa conjunta da K-C e da Universidade Brás Cubas. Com 225 colaboradores, o CDMA ocupa uma área de 62 mil metros quadrados no município de Mogi das Cruzes (SP) no entorno da Estação Ecológica da Serra do Itapeti. É responsável pelo escoamento de 80% dos produtos da empresa. **(GRI 2.3) (GRI EN11) (GRI LA1)**

**6 RECIFE E ESCRITÓRIO**

Em Recife-PE, a K-C tem um centro de distribuição que responde pelo abastecimento de produtos nas regiões Norte e Nordeste, além de um escritório comercial e administrativo. **(GRI 2.3)**

**3 UNIDADE MOGI DAS CRUZES (SP)**

Produz as marcas Neve®, Scott®, Kleenex®, guardanapos Grand Hotel® e papéis profissionais. Com 557 colaboradores, está localizada num terreno de 273.337 metros quadrados próxima ao Parque de Proteção da Serra do Mar, com 79 mil metros quadrados dentro de uma área de proteção de mananciais. **(GRI 2.3) (GRI EN11) (GRI LA1)**

**7 UNIDADE ELDOorado DO SUL (RS)**

A fábrica instalada no Estado do Rio Grande do Sul produz absorventes externos, protetores diários e embla os absorventes internos da marca Intimus. Tem 434 colaboradores. **(GRI 2.3) (GRI LA1)**

# Portfólio cada vez mais VERDE

Soluções e produtos de higiene e uso hospitalar avançam nas metas ambientais

Para a K-C Brasil, ano de 2012 foi de colheita, no sentido metafórico da palavra. O projeto de compactação dos papéis Neve, iniciado em 2011, atingiu 77% da linha que é passível de ser compactada, superando a meta, que era de 55%. “Isso significa uma diminuição gigante em termos de emissões e de gastos com

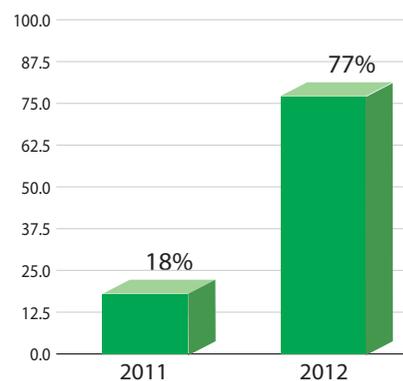
transporte”, afirma Marcia de Ferran, gerente de Inovação da divisão de Cuidados com a Família da K-C. Mais claramente: enquanto em 2011 a medida permitiu que ocorresse uma redução de 157 toneladas no volume de emissões de CO<sup>2</sup>, em 2012 o total chegou a 815. **(GRI EN6)** O papel higiênico representa grande parte do volume total

de vendas da empresa, que atua nos segmentos de higiene pessoal e para a família, oferece uma linha completa para higiene em ambientes comerciais ou empresariais e ainda produtos médico-hospitalares. A Kimberly-Clark também colocou em prática, durante o planejamento de seus novos Centros de Distribuição, nova fábrica no

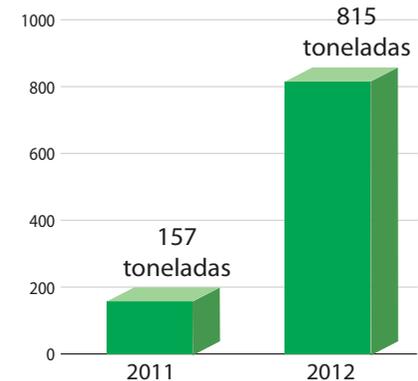
## O IMPACTO DO COMPACTO GRI 2.02

Conheça a contribuição do papel compacto para a cadeia de valor **(GRI EN06)**

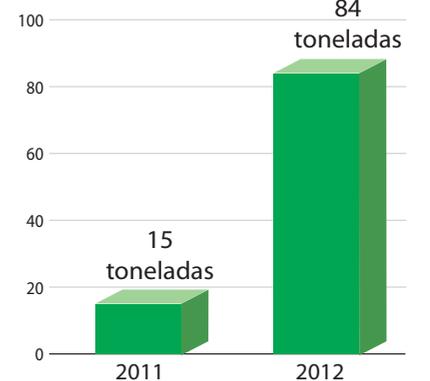
### Percentual de papel compactado\*



### Redução da emissão de gases do efeito estufa



### Redução no uso de plástico nas embalagens



\*Considerando os volumes de produção de itens compactáveis, excluindo-se o formato quatro rolos e a linha Neve Supreme  
 \*\*Valores comparativos se o mesmo volume fosse produzido na versão regular, ou seja, não compacta

Produtos das linhas Health Care e K-C Professional. **(GRI 2.08)**



Nordeste e processo logístico, todos os instrumentos de medição e avaliação do impacto ambiental, além de ter como diretriz mestra de inovação a questão da precaução para minimização dos impactos ambientais e multiplicação da contribuição positiva para a cadeia de valor. **(GRI EN26)**

Em Cuidados Pessoais, as marcas mais reconhecidas são as fraldas Huggies® e Huggies Turma da Mônica®, as roupas íntimas e fraldas Plenitud®. Durante 2012, o Intimus® ganhou versões mais eficientes e confortáveis, oferecendo a máxima proteção com uma cobertura suave. O produto pro-

- 1 - WYPALL\* X-75 Industrial
- 2 - Odorizador de Ambiente Scott
- 3 - Dispenser para Sabonete em Espuma Eletrônico AUTOFOAM\*
- 4 - Papel Higiênico Interfolhado NEVE®
- 5 - Máscaras
- 6 - Invólucros (Embalagem para Esterilização)
- 7 - Sabonete em Spray SCOTT® Dermo
- 8 - Campos e Pacotes Cirúrgicos
- 9 - Dispenser para toalhas de mão Slimroll\*



porciona rápida absorção do fluxo, mantendo a pele seca, com uma camada externa sem porosidades e com toque extremamente delicado, em uma soma de atributos inédita no mercado. Chamada Intimus Evolution®, a novidade inclui absorventes externos, internos e protetores diários, e traz um design moderno e divertido, tanto na embalagem quanto no produto. Ainda na mesma divisão, a Linha Huggies Turma da Mônica® oferece gel pós-sol, repelente, loção umectante, xampus, condicionadores, sabonetes líquidos e em barra, spray desembaraçante, colônia, creme para prevenir assaduras, bloqueadores solares e toalhas umedecidas. Há também várias outras opções de toalhinhas para higiene de bebês, vários tipos de fraldas, com opções até para as crianças entrarem na piscina ou vestirem como uma calcinha ou cuequinha, a Huggies Up&Go®.

Em Cuidados com a Família o carro-chefe é o papel higiênico Neve®, que tem várias versões. Os de folha dupla dividem-se em Toque de Seda, Naturali e Neutra Care; o de folha tripla chama-se Supreme. O papel Scott® é folha dupla. A linha para uso doméstico, também chamada Scott®, inclui os panos de limpeza multiuso Limpamax® e Duramax®, pano umedecido desengordurante, guardanapos de mesa para o dia a dia e para coquetéis e banquetes, papéis toalha, esponja, luva, sacos para lixo e pano de microfibra. Os lenços para uso pessoal Kleenex® tem versões para bolso ou em caixa, aromatizados, ultrasuaves, antivirais e umedecidos.

Produtos das linhas Cuidados com a Família e Cuidados Pessoais. (GRI 2.08)



Reconhecida no mundo todo por sua liderança inovadora em produtos de qualidade que minimizam os riscos de infecção hospitalar, a Kimberly-Clark Health Care, que está presente no Brasil de forma direta desde 2007, fornece ao mercado de saúde uma completa linha de produtos de uso único, como paramentação cirúrgica (aventais, campos e kits cirúrgicos), invólucros para esterilização, e máscaras. Além disso, a Health Care oferece soluções especializadas para saúde digestiva, tratamento da dor e pneumonia associada à ventila-

ção mecânica. O objetivo da divisão é “Ser a escolha preferencial dos profissionais da saúde para soluções de controle da infecção”, desenvolvendo um trabalho de parceria com os clientes desde a implantação do produto até a destinação final do mesmo, com programas de reciclagem. A K-C Professional, por sua vez, apresenta o portfólio de produtos com soluções sob medida para o mercado institucional, como centros comerciais, restaurantes, escritórios, indústrias, hospitais, e todo e qual-



quer estabelecimento, nos mais diversos segmentos de mercado que queiram oferecer bem-estar e conforto aos seus colaboradores e usuários. Planejados cuidadosamente para oferecer a melhor performance com o menor custo possível, os itens incluem sistemas para toalhas de mão, sabonetes, desodorizadores de ambiente, entre outros, além dos wipers, que substituem os panos com muito melhor performance, nas mais variadas tarefas de limpeza, em diferentes canais do mercado. (GRI 2.02, GRI 2.07).

- 1 - WYPALL\* X-75 Industrial
- 2 - Lenços Umedecidos Huggies® Turma da Mônica
- 3 - Absorvente Regular Intimus® Evolution Maxi Absorção e Protetores Diários Intimus® Evolution Maxi Proteção
- 4 - Plenitud® Active Cotton Flex Feminino e Plenitud® Active Cotton Flex Masculino
- 5 - Huggies® Turma da Mônica Bloqueador Solar Kids (FPS 30 E 60) e Huggies® Turma da Mônica Bloqueador Solar Baby (FPS 50)
- 6 - Papel Higiênico Neve® Supreme Folha Tripla
- 7 - Kleenex® Sensations Relaxante, Kleenex® Sensations Refrescante, Kleenex® Dermosedá versão mini.
- 8 - Fralda para piscina Huggies Little Swimmers
- 9 - Panos descartáveis Scott Duramax
- 10 - Fralda Huggies Turma da Mônica Tripla Proteção

# Teoria e prática da EVOLUÇÃO

K-C muda 50% do quadro de lideranças contratações externas: a possibilidade de crescer na empresa é determinante para a atração e retenção de talentos

Durante o ano de 2012, o quadro de líderes da Kimberly-Clark Brasil, composto por um Presidente, 11 diretores e um gerente nacional de Divisão, passou por uma verdadeira dança das cadeiras, que também atingiu outros escalões. “Mudamos 50% do nosso quadro de lideranças sem contratar ninguém de fora. A possibilidade de desenvolvimento aparece como principal motivo das pessoas permanecerem na empresa na pesquisa feita pelo Instituto Great Place to Work® e revista Época”, diz Ana Paula Bógus, diretora de Recursos Humanos desde maio de 2012 (anteriormente, ela ocupava a diretoria da Divisão Centro). Além dela, outros diretores trocaram de posições: Priya Patel, de Cuidados com a Família, passou para Cuidados Pessoais; Carlos Rupay veio da Bolívia para assumir a Divisão Centro; a partir de 1º de janeiro de 2013, Juan Lenis, diretor Financeiro, assumiu a K-C Professional; e Luiz Padilla assumiu o Financeiro. Para Ana

Paula, o que explica a sintonia fina entre os 3.433 colaboradores e os conceitos sustentáveis que permeiam toda a atuação da empresa é a forte cultura presente no cotidiano das operações. “O senso de justiça está sempre presente nas decisões e incentiva o crescimento de quem merece; quem não se adapta acaba por sentir-se pouco confortável no ambiente.” Em 2012, foram realizadas 434.579,32 horas de treinamento e capacitação (126,60 horas/colaborador), para garantir que todos tenham atitudes condizentes com a missão e os valores da K-C. **(GRI LA10)** O Código de Conduta é tema de um treinamento anual – que pode ser presencial ou online. Em 2012, também foram realizados outros treinamentos, como o Anti-Trust, por exemplo. Todos são orientados a informar ocorrências indevidas por meio de formulários fornecidos pelo departamento de Recursos Humanos e pelo hot line que funciona 24 horas. Além

disso, todos os líderes e executivos ensinam termos mesmo que não estejam em situação de conflito de interesse. **(GRI 04.06, GRI 4.08).** A prevenção à corrupção também é tema de constantes ações. Todas as unidades de negócios são submetidas à avaliações de riscos relacionados à corrupção **(GRI SO02)** e 100% dos funcionários escolhidos para o treinamento anticorrupção concluíram o processo em 2012. Foram selecionadas 343 pessoas, ou 6.62% dos colaboradores, das áreas de vendas, recursos humanos, jurídico, supply chain e assuntos corporativos que de alguma maneira podem vir a se relacionar em nome da empresa com agentes públicos. **(GRI SO03).** “Esse treinamento, feito por computador, fecha um ciclo de tudo o que estamos fazendo neste aspecto – e vamos continuar a fazer. Além de treinar nossos colaboradores, este ano faremos um curso presencial com os distribuidores”, explica Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Le-

gais e Corporativos. **(GRI SO03).** Essas medidas têm produzido efeitos positivos. Não há registro na empresa de casos de corrupção. Já em relação ao Código de Conduta, nos casos de denúncias de violações, a área de segurança corporativa, o diretor jurídico e integrantes de outras áreas envolvidas, conforme o caso requeira, apuram os fatos e tomam as medidas cabíveis. **(GRI SO04).**

A K-C, que é signatária do Pacto Global da ONU, busca certificar-se de que os direitos humanos sejam respeitados em toda a sua cadeia de negócios e tem políticas claras em relação às diferentes formas de discriminação no ambiente de trabalho. Especificamente para abordar temas de assédio moral e sexual, a K-C conduziu cinco treinamentos de 1h30



Personagens ilustram o Código de Conduta em situações do dia a dia

minutos em unidades de Eldorado do Sul, Mogi das Cruzes, Suzano, Correia Pinto e Faria Lima. **(GRI HR03)** O cuidado com toda a cadeia faz com que a empresa também compartilhe seus valores com fornecedores: o Guia de Sustentabilidade integrou a maioria dos contratos, que contém cláusulas proibindo o trabalho escravo, infantil ou em atividades insalubres. **(GRI HR01)** Todas as empresas contratadas para fornecer matéria-

-prima ou produto acabado passaram por auditoria de qualidade, com checagem de condutas que inclui direitos humanos. Os fornecedores considerados críticos passam por auditorias de verificação de acordo com um cronograma estabelecido no início de cada ano. **(GRI HR02)** Assim como todos os demais colaboradores, a área de segurança, que lida com diversos públicos e precisa ter consciência das cláusulas de direitos humanos que impactam seu dia a dia, foi treinada em sua totalidade durante 2012, além de participar de capacitação online sobre o Código de Conduta. Ao final, todos respondem a um questionário de avaliação em que precisavam acertar pelo menos 80% das questões relativas ao treinamento. **(GRI HR08)**



# No ranking das MELHORES

Empresa figura no segundo lugar na lista do Great Place to Work® e tem sua atuação socioambiental reconhecida **(GRI 02.10)**

A Kimberly-Clark Brasil subiu uma posição na pesquisa realizada pelo Instituto Great Place to Work® (GPTW) e revista Época que define a lista de Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil em 2012, chegando ao segundo lugar. “Para a Kimberly-Clark, é um grande orgulho fazer parte desse ranking. O sucesso da nossa empresa é fruto das

ideias, energia e dedicação dos nossos colaboradores, o que nos inspira a um objetivo maior, a construção do nosso legado de inovação e excelência”, afirma João Damato, presidente da K-C. Além de obter a distinção no Brasil, a corporação foi considerada a quarta melhor multinacional para trabalhar no mundo; e ganhou pelo terceiro ano consecutivo o título de melhor empre-

sa para se trabalhar na América Latina. Na 16ª edição do prêmio brasileiro, 1.013 empresas participaram do processo e 1,8 milhão de funcionários foram ouvidos. Como destaque, a K-C foi premiada nas práticas Desenvolver, Agradecer e Cuidar. Para chegar ao resultado, o instituto usa uma metodologia já aplicada em mais de 60 países. Primeiro, são realizados questionários que os



Time K-C recebe o Prêmio do GPTW: K-C é a segunda Melhor empresa para trabalhar no Brasil, em 2012



Marco Antonio Iszlaji (ao centro, com o troféu) diretor de Assuntos Legais e Corporativos, e equipe em cerimônia de premiação do Guia Exame de Sustentabilidade

funcionários respondem de forma aleatória e anônima; depois, o GPTW® faz uma segunda avaliação na empresa, detalhando as práticas e benefícios adotados para promover a excelência no local de trabalho. Outro destaque do ano obtido pela estratégia de recursos humanos foi a inclusão da K-C na lista das 30 melhores Empresas para Começar a Carreira, da revista Você S/A.

## Sustentável

A K-C também ganhou outros prêmios durante o ano. O Anuário Época 360, que avaliou 200 grandes companhias, colocou a empresa como campeã na Dimensão de Responsabilidade

Socioambiental. No ranking Empresas Mais Sustentáveis Segundo a Mídia, da revista Imprensa, a K-C pulou do 27º lugar, em 2011, para o 18º, em 2012, num salto que evidencia o comprometimento com ações sustentáveis e transparência na comunicação com os stakeholders. Além disso, a empresa figurou pela segunda vez no Guia Exame de Sustentabilidade, uma publicação anual feita pela revista de mesmo nome e líder no segmento de negócios e economia no mercado nacional. O guia é considerado o maior e mais respeitado levantamento sobre responsabilidade social corporativa do Brasil, e baseia-se na resposta

a 140 perguntas sobre compromisso, transparência, governança corporativa e práticas nos eixos ambiental, econômico e social. Não há ranking – as empresas aparecem numa lista em ordem alfabética –, mas a publicação seleciona apenas 21 companhias.

## Preferida

O prêmio Top of Heart, que certifica marcas escolhidas por consumidores fieis, que não estão dispostos a trocar seus produtos preferidos por nenhum outro, destacou o papel higiênico Neve na Bahia. Uma fatia de 20,2% dos consumidores escolheram a marca como vencedora em seu segmento. A pes-

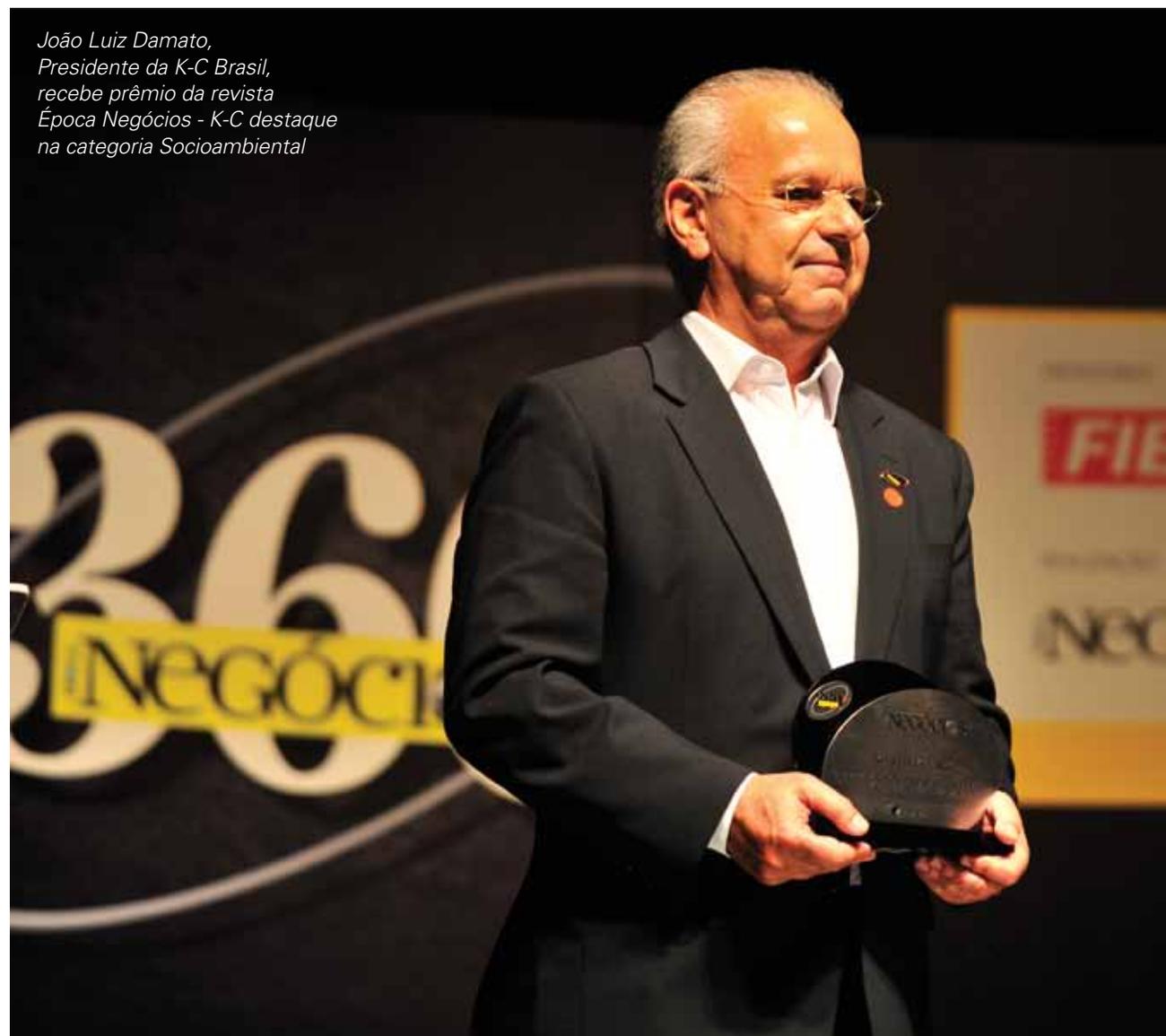
## PERFIL

quisa avalia a fidelidade dos consumidores às marcas de 35 produtos, de água mineral até arroz. Os consumidores têm de responder, em apenas três segundos, qual a sua marca preferida em cada segmento. Foram entrevistados 450 frequentadores de supermercados e mercados de Salvador e da região metropolitana, formando um recorte de público heterogêneo que permite que a pesquisa tenha um nível de credibilidade de 95,5%. 

### EM DEFESA DAS MULHERES E CRIANÇAS (GRI 4.12)

A empresa é signatária da Agenda 21 e, em 2011 aderiu ao Movimento Mulher 360 lançado pelo Walmart para o desenvolvimento Econômico das Mulheres no Brasil. Em maio de 2012, formalizou a adesão aos Princípios de Empoderamento das Mulheres, iniciativa da ONU Mulheres, além de seguir os princípios do Pacto Global, do qual a matriz nos Estados Unidos é signatária desde 2010. Também é signatária do projeto Na Mão Certa, da ONG World Childhood Foundation, iniciativa que busca enfrentar de modo eficaz a problemática da exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras.

*João Luiz Damato,  
Presidente da K-C Brasil,  
recebe prêmio da revista  
Época Negócios - K-C destaque  
na categoria Socioambiental*



Elas sempre  
podem ir além.

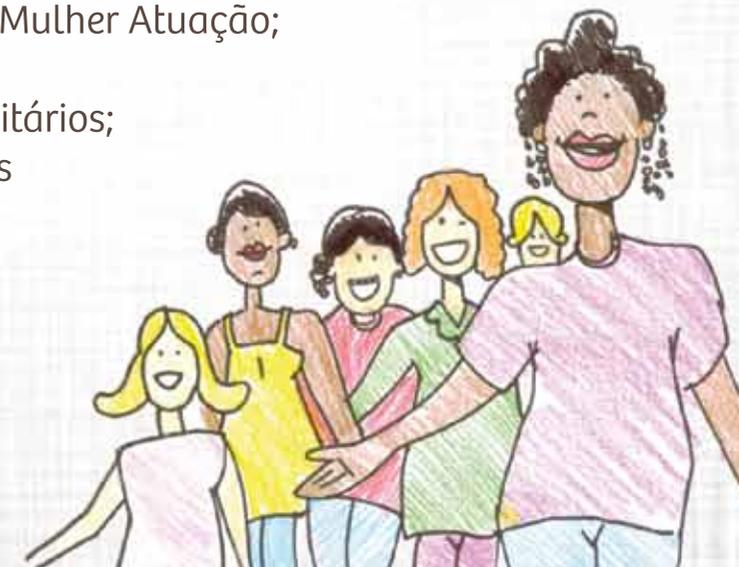
O Projeto Mulher Atuação já completou um ano e, nesse tempo, todos já puderam perceber o poder de mobilização das mulheres.

#### Veja os principais resultados conquistados:

- 200 mulheres envolvidas;
- 1253 entrevistas realizadas na Consulta Participativa;
- 70 pessoas participantes dos Seminários Mulher Atuação;
- 6 Fóruns Comunitários realizados;
- 170 pessoas presentes dos Fóruns Comunitários;
- 40 pessoas envolvidas na elaboração dos Planos de Ação;
- 6 Planos de Ação elaborados.



 **Kimberly-Clark**  
Essencial para uma vida melhor



# Mais por MENOS

A metodologia Lean permite que a empresa produza e ganhe mais economizando recursos e tempo

“O Lean mostra como produzir bem, com qualidade, sem qualquer incidente ambiental ou de segurança, aproveitando ao máximo o equipamento e o potencial das pessoas que participam do processo. Permite que olhemos os sistemas de maneira mais disciplinada, com metodologia. É o nosso jeito de viver, não tem mais como operar sem essa metodologia, resume Janaína Coutinho, gerente de Qualidade, Segurança e Meio Ambiente na Kimberly-Clark Brasil. Para se ter uma ideia do potencial da metodologia, foi graças a ela que a empresa conseguiu reduzir em 5% a energia gasta em equipamentos de produção. **(GRI EN5)**

“O consumo de energia da unidade de Mogi das Cruzes é o menor dos últimos 15 anos. Além de impactar financeiramente, existe o objetivo maior de não ter desvio de energia, conforme estabelecido na nossa Visão 2015. Este ano chegamos a ter unidades que consumiram menos 20% do que as fábricas que são consideradas modelo pela corporação”, diz a gerente.

Humberto Hamermuler, gerente de

Melhoria Contínua e responsável pela consolidação da cultura Lean na planta de Suzano, tem vários argumentos precisos para recomendar a metodologia. “Atingimos um ganho de aproximadamente 20% de produtividade, uma redução de refugos por volta de 15%, sem contar com os ganhos de clima e de desenvolvimento das pessoas”, enumera, citando resultados da unidade de Suzano. A K-C começou a usar o sistema em 2010, com um programa piloto em Suzano. Após quatro meses, o processo foi estendido a todas as máquinas e unidades do Brasil. Além de focar no desenvolvimento pessoal e em grupo, a empresa capacitou os colaboradores nas ferramentas Lean: 5S (classificação, seleção, limpeza, organização, padronização), OEE (Overall Equipment Effectiveness, que busca extrair do equipamento a sua máxima eficácia), SMED (Single Minute Exchange of Die, para diminuir o tempo de manutenção das máquinas) e Solução de Problemas.

O gerente afirma que os colaboradores demonstraram grande adesão ao método, já que o Lean faz com

que todos repensem o seu cotidiano e façam as coisas de maneira diferente. “É preciso planejar as atividades que agregam valor e revisar nossas agendas, equilibrar as atividades do dia a dia. Com esse equilíbrio nos tornamos líderes mais participativos e presentes junto ao time, buscando encontrar os desvios e trabalhar nas soluções”, afirma.

Os ganhos de produtividade foram notáveis. Entre as iniciativas que possibilitaram esse ganho, estão: máquinas operando na sua velocidade máxima; diálogos de desempenho a cada duas horas, com discussões sobre problemas, itens de segurança e qualidade do produto; padronização das tarefas de operação; análise dos fluxos de matéria-prima, com foco em desperdícios de transporte e movimentação; aplicação do conceito de SMED (troca rápida) nas atividades de manutenção e troca de formato de produto; mudança de atitude da operação com o trabalho de times de alta performance.

Já no que diz respeito ao relacionamento com clientes, a K-C obteve os menores índices de reclamações no



Colaboradores treinados no método Lean buscam a máxima eficiência com o mínimo de recursos: Gilmar Souza, Felipe Polez, Humberto Hamermuler, Mario Filho e Wilson Felizardo

SAC da história, atingindo níveis mundiais de excelência. A outra ponta da cadeia, formada pelos fornecedores, também é beneficiada com projetos que visam a melhora da qualidade da matéria-prima e a diminuição da burocracia no momento da contratação, como afirma Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos. Atualmente, existem documentos padrões que correspondem a 90% de todos os contratos que a empresa firma. Basta que o colaborador da K-C identifique e preencha o modelo adequado para a operação de compra que vai realizar. Depois que a operação é aprovada no sistema, é só imprimir e realizar o serviço. “Hoje 60% dos contratos são feitos dessa forma, antes eram apenas 26%. Há uma redução de tempo considerável com isso.” explica Iszlaji.

## CRIANDO UM TIME VENCEDOR

O ano de 2012 foi de uma profunda reestruturação na Divisão Centro, que cuida do Distrito Federal, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Espírito Santo. O peruano Carlos Rupay assumiu a diretoria depois de integrar a equipe da K-C em outros países sul-americanos, e promoveu uma mudança na estratégia comercial e na gestão de pessoal. Diminuiu o número de gerências de oito para cinco e, baseado em dados que indicavam que 110 dos 300 clientes concentravam 97% das vendas, revisou a estrutura de atendimento. “Foi um ano bom, mas difícil, um encontro de culturas e estratégias diferentes de trabalho”, diz. O diretor lembra que no meio de 2012, em uma reunião, a equipe achou que ficaria abaixo da meta de vendas. “Mas chegamos ao final do ano com uma superação”, diz. Para chegar a esse resultado, a equipe analisou vários dados e decidiu investir em canais e produtos mais rentáveis. Rupay conta que também chegou com o objetivo de incentivar o crescimento da equipe, e percebeu que há muitas oportunidades para atrair e desenvolver talentos, o trabalho que julga mais importante em 2013. “Nossa principal meta é ter um time ganhador, profissional, com líderes orientados para extrair o melhor do negócio. Nosso desafio é exportar talentos, enviar pessoas a ocupar posições maiores em outras áreas ou fora do Brasil”, planeja o diretor.



# Comitê mapeia RISCOS

*Foco em prevenção: reunião do comitê formado por Adriana Arrais, Roselaine Gonçalves, Leticia Kida, José May e Jefferson Correia*

Durante o ano foram apontados 25 pontos; licenças, contratos e recall de produtos são a prioridade **(GRI 4.11)**

Além de seguir os padrões estabelecidos pela Kimberly-Clark Corporation na gestão de riscos, a administração brasileira realizou em 2012 um trabalho criterioso para definir e propor formas de mitigar os pontos mais críticos no país. Foi formado um comitê central com a participação dos diretores das áreas de assuntos legais e corporativos e de finanças, além de gerentes jurídicos, financei-

ros, de fornecedores e regulatórios, entre outros. **(GRI 4.9)** “Em 2012, contratamos uma consultoria que apontou 25 riscos de pequeno a médio impacto nos negócios da companhia. Desses, os temas de contratos, recall, e licenças foram priorizados e já contam com subcomitês com profissionais que lidam com essas áreas no dia a dia para desenvolver projetos e ações para mitigá-los,” conta Jefferson

Correia, gerente de Relações Públicas da K-C Brasil. Durante o ano, foram realizadas duas reuniões com o comitê central e duas com cada subcomitê de Licenças, Recall e Contratos.

Em relação à qualidade e segurança relacionadas ao ciclo de vida dos produtos, que estão ligadas à gestão de riscos, a empresa usa o processo de gerenciamento de projetos K-C Inova. Esse sistema engaja todas as áreas,

permitindo que regras de segurança, saúde, cumprimento das legislações e melhorias em sustentabilidade sejam levados em conta em lançamentos, relançamentos e em todos os projetos. A aprovação da diretoria em cada uma das etapas garante relevância e integridade junto aos consumidores. São realizados vários testes e avaliações antes de o produto ser lançado. Testes piloto e fabris definem, refinam e finalizam especificações e parâmetros produtivos; testes com consumidores validam a percepção de qualidade e entregas de benefícios; exames clínicos, executados por institutos independentes, garantem o cumprimento das legislações locais e também das normas globais da KCC; testes de eficácia, segurança e integridade dos produtos simulam situações reais de armazenagem, gôndola e uso. É realizada também a avaliação e aprovação das propriedades e características dos insumos, que precisam obter a classificação de Safety Clearance junto à matriz. Esse documento é revalidado de tempos em tempos, respeitando os prazos estabelecidos na liberação. **(GRI PR1)**

Quando há incorporação de algum conceito de sustentabilidade ao projeto, a ferramenta corporativa Design for Environment (DfE) verifica se a modificação trouxe ganhos. Só assim o produto entra na classificação de menor impacto ambiental. Após cada lançamento, novamente vários aspectos são avaliados. Os dados de SAC são usados para avaliar se há necessidade de alterações não só em aspectos para garantir a saúde e a segurança dos con-

sumidores, mas também visando sua satisfação. Reclamações são recolhidas e analisadas tecnicamente, provocando planos de ação de melhoria quando necessário. Auditorias de ponto de venda são realizadas de forma ampla, para checar integridade antes da aquisição do consumidor, e ações específicas são tomadas quando necessário. O processo K-C Inova solicita uma análise quando o produto completa seis meses à venda, e quando há necessidade, são feitas melhorias. **(GRI PR1)**

A empresa não teve muitas significativas ou sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços. Ocorreram casos de multas de baixo valor provenientes de falhas encontradas pelo IPEM/INMETRO por erro de quantidade ou na comunicação, e quatro sanções não monetárias (advertências) também expedidas pelo IPEM/INMETRO. **(GRI PR9)** 

## CONTROLE EM TODA A CADEIA DE VALOR

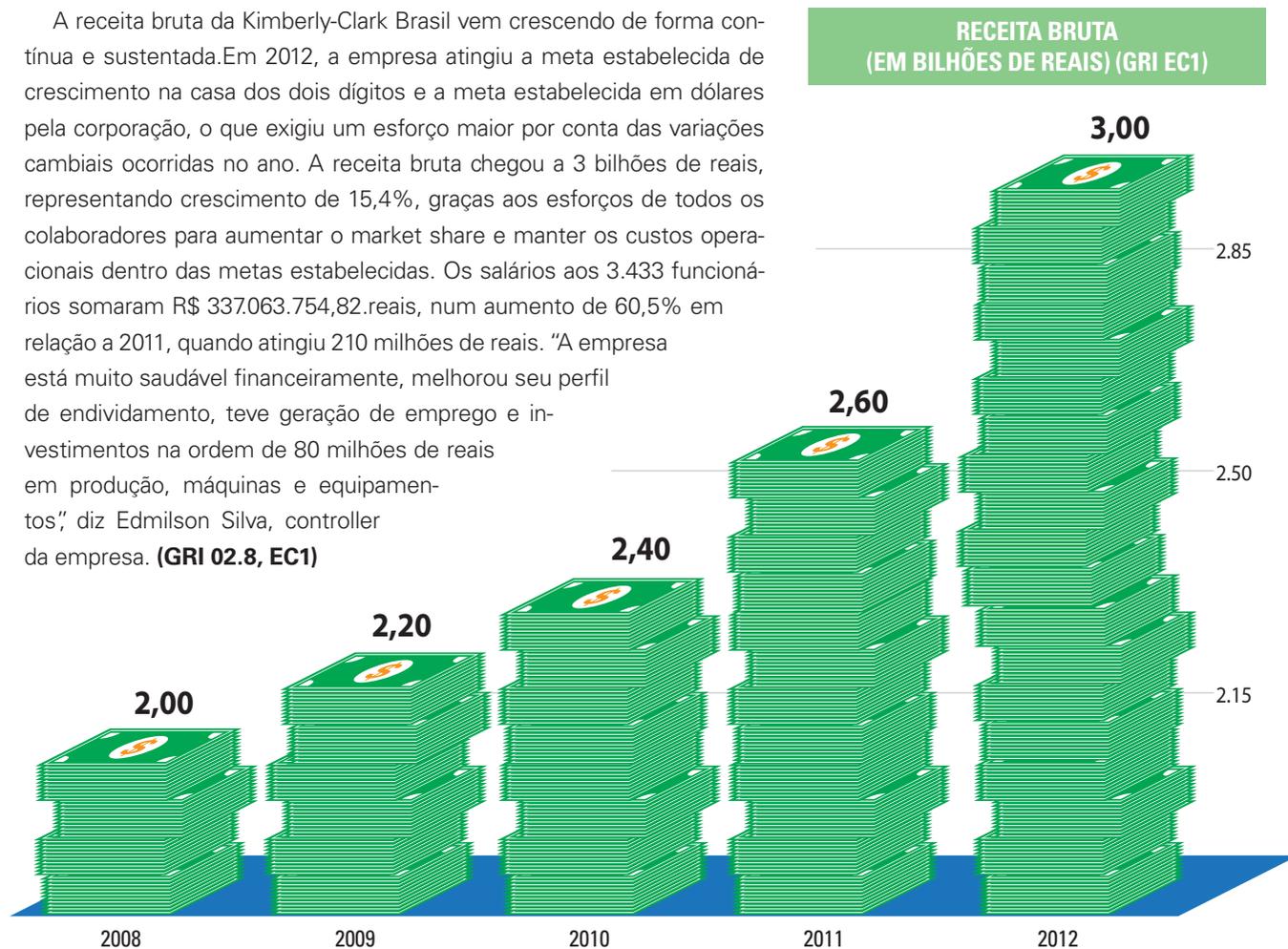
A empresa não tem operações com risco de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo ou de trabalho infantil, e faz uma auditoria de QEHS (qualidade, segurança, meio ambiente e sustentabilidade) em todos os novos fornecedores de materiais diretos e produto acabado para verificar essas práticas. Realizada desde 2009, essa ação checa diversos temas de responsabilidade social, como trabalho infantil e escravo. Além disso, anualmente é feita uma seleção de fornecedores críticos para definir os que passam por auditorias de verificação. Na área de compras de fibras (celulose e aparas), há frequentes e periódicas visitas em 100% dos fornecedores. Em relação aos de celulose, principal matéria-prima de Cuidados com a Família, 100% possuem certificação Forest Stewardship Council (FSC), que só é expedida após verificações de diversos temas, incluindo trabalho infantil. A K-C também realiza visitas técnicas em alguns fornecedores de peças de reposição e serviços. Em casos de trabalho infantil ou itens em desacordo com a legislação de segurança, saúde e meio ambiente, o fornecedor é desclassificado. No ano de 2013, a K-C deve adicionar o controle da verificação das empresas consideradas inidôneas por meio do Portal da Transparência. **(GRI HR6;GRI HR7)**

Em 2012, a K-C também passou a realizar um processo de avaliação de fornecimento baseado nas questões ambientais – o tema foi incluído nos itens das auditorias com fornecedores, realizados por equipes independentes formadas por especialistas em segurança, saúde, meio ambiente e ecossistema. Essa medida busca garantir um maior controle sobre o impacto das mudanças climáticas no desempenho da companhia. **(GRI EC2)**

# À prova de TEMPESTADES

Kimberly-Clark Brasil apresenta crescimento e consegue atingir a meta da corporação em ano de mudanças no câmbio

A receita bruta da Kimberly-Clark Brasil vem crescendo de forma contínua e sustentada. Em 2012, a empresa atingiu a meta estabelecida de crescimento na casa dos dois dígitos e a meta estabelecida em dólares pela corporação, o que exigiu um esforço maior por conta das variações cambiais ocorridas no ano. A receita bruta chegou a 3 bilhões de reais, representando crescimento de 15,4%, graças aos esforços de todos os colaboradores para aumentar o market share e manter os custos operacionais dentro das metas estabelecidas. Os salários aos 3.433 funcionários somaram R\$ 337.063.754,82, num aumento de 60,5% em relação a 2011, quando atingiu 210 milhões de reais. “A empresa está muito saudável financeiramente, melhorou seu perfil de endividamento, teve geração de emprego e investimentos na ordem de 80 milhões de reais em produção, máquinas e equipamentos”, diz Edmilson Silva, controller da empresa. **(GRI 02.8, EC1)**

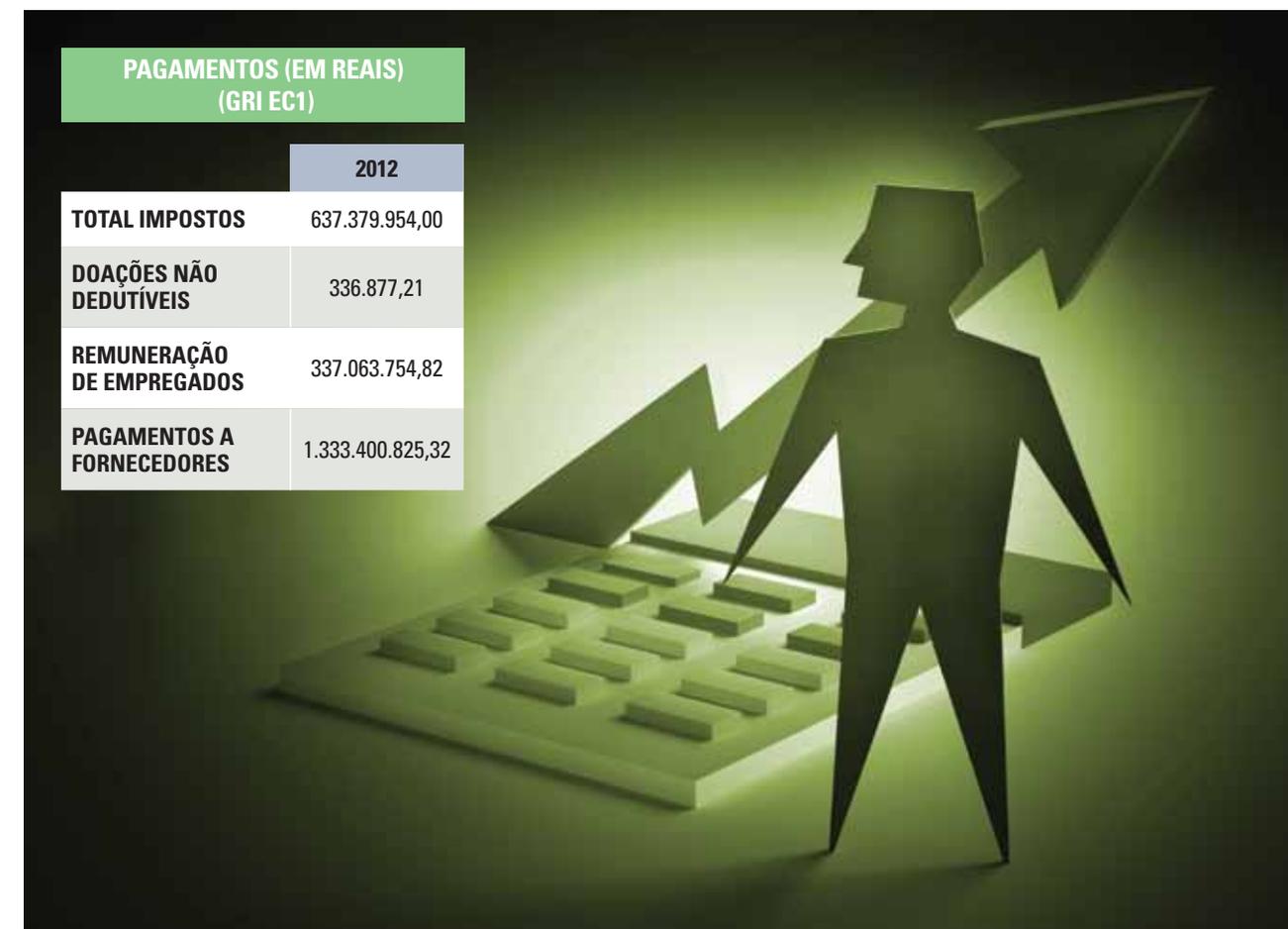


A K-C priorizou os projetos de investimento produtivo, financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o que permitiu uma melhora considerável no perfil da dívida. “Terminamos 2012 com 100% de dívidas de longo prazo atreladas a juros menores. Isso foi inédito aqui no Brasil”, explica Luis Castello, gerente Financeiro. Esse tipo de financiamento só é permitido a investimentos que geram

emprego e incrementam a capacidade produtiva, o que beneficia a sociedade como um todo.

Outro grande salto verificado durante o ano foi em relação ao capital de giro, que mede o tempo entre a saída de dinheiro do caixa para comprar o insumo até o momento em que ele volta com o pagamento do produto vendido. “A K-C bateu mais um recorde neste indicador, reduzindo de 31 para 30 dias, um dos melhores números da corpo-

ração no mundo”, afirma Luis Castello. Essa melhora contínua é possível graças a várias medidas que atingem toda a cadeia. As equipes de compras negociam os melhores prazos possíveis sem prejudicar os fornecedores ou seu capital de giro. “A K-C oferece ferramentas e programas de financiamento com bancos parceiros que cobram taxas mais atrativas do que as que eles teriam se solicitassem o crédito sozinhos”, explica Castello.





# Controles rígidos garantem LONGEVIDADE

Em 2012, mais uma vez a Kimberly-Clark Brasil foi avaliada como muito bem controlada

Desde 2004, as auditorias da Kimberly-Clark Corporation vem, ano a ano, avaliando a governança corporativa do Brasil no nível máximo, como muito bem controlada. Além de ter estabelecido uma forte cultura já impregnada no dia a dia

de todos os envolvidos, do presidente até os stakeholders, a empresa realiza constantemente treinamentos e auditorias para verificar ou aperfeiçoar os processos, buscando que eles fiquem cada vez mais transparentes.

A diretoria executiva é compos-

ta por João Luiz Damato, presidente da K-C desde 2002 e responsável pelas operações e resultados financeiros no Brasil, **(GRI 04.2)**, e 11 diretores e um Gerente Nacional de Divisão, sendo três mulheres. O conselho diretivo é formado exclusivamente por membros

indicados pela empresa, sem a presença de independentes. **(GRI 04.3)** A tomada de decisões também é dividida com comitês. O de sustentabilidade reúne 20 executivos de diversas áreas e níveis hierárquicos, reporta-se à presidência e tem como responsabilidades a análise de cenários, o estabelecimento de metas para a visão estratégica de sustentabilidade corporativa. Em encontros bimestrais, é feita uma verificação da evolução dessas metas. O Comitê Central de Gestão de Riscos, formado em 2012 por 25 executivos

*Da esquerda para direita, sentados: Carolina Kourroski, Ricardo Tobera, Ana Paula Bógus, Carlos Rupay, Ricardo Gonçalves, João Damato, Juan Lenis; atrás, da esquerda para direita: Cesar Carvalho, Claudio Vilardo, Luiz Padilla, Marco Antonio Iszlaji, Pryia Patel e Ricardo Yoshino*

A diretoria executiva é composta por um Presidente, 12 diretores e um Gerente Nacional, sendo 3 mulheres. A Estrutura de Conselho Diretivo da K-C é composta exclusivamente por membros indicados pela empresa, sem a presença de membros independentes. A empresa também conta com um Comitê de Sustentabilidade, composto por cerca de 20 executivos de diversas áreas e níveis hierárquicos que analisa cenários e estabelece metas para a visão estratégica de sustentabilidade corporativa e, por meio de encontros bimestrais, analisa a evolução destas metas. Há também um Comitê Central de Gestão de Riscos, composto por 25 executivos dos níveis de diretoria e gerencial. O Comitê de Gestão de Riscos trabalha para a mitigação dos principais riscos da operação no País, apontados por consultoria externa. **(GRI 4.01)**

INTEGRANTES DO COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE DA K-C BRASIL



Inovação e Supply Chain: Sara Santos, Ricardo Gonçalves, Fernanda Felicetti, Beatriz Neves e Luis Ferreira



Assuntos Legais e Corporativos : Marco Antônio Iszlaji (sentado), com o time de Assuntos Corporativos composto por Jefferson Correia, Jéssica Ueno e Cíntia Michepud Rizzo

dos níveis de diretoria e gerencial, trabalha para a mitigação dos principais riscos da operação no País, apontados por consultoria externa. **(GRI 04.1)**

A cada cinco anos, líderes reúnem-se para realizar o planejamento estratégico da empresa com diretrizes e metas claramente definidas para os próximos anos. No último encontro, em 2009, foi estabelecida a Visão

2015, documento que abrange metas financeiras, liderança de mercado, inovação com execução perfeita, distribuição e conquista do ponto de venda, competitividade operacional e sustentabilidade. Essas diretrizes e metas são definidas levando em consideração os cenários macroeconômicos e de negócio, indicadores financeiros, tendências do setor e ini-



Área de Finanças: Adriana Arrais, Roselaine Gonçalves e Edmilson Silva

ciativas em desenvolvimento. Para a contratação de membros do corpo diretivo são levadas em conta a formação universitária, experiência prévia em indústrias de bens de consumo e competências para gerir uma área. Não há cotas fixas ou metas de diversidade de gênero para a diretoria, porém, a K-C busca essa igualdade a cada ano. **(GRI 04.7)**

A estratégia da empresa é definida por um grupo da alta hierarquia, composto por membros da diretoria e o presidente, que se reúne uma vez por semana. Eles têm como compromisso fiscalizar e avaliar o desempenho da gestão sob a ótica da Visão 2015. Por ser uma empresa listada na bolsa de Nova York, a K-C tem todas as suas operações sub-



Inovação: Márcia de Ferran e Alexandre Hara

GRI LA13

GSSTipo	Branca	Parda	Total
PRESIDÊNCIA	1	0	1
DIRETORIA	10	1	11
GERÊNCIA NACIONAL	1	0	1
	12	1	13



GRI LA13

GSSTipo	Acima de 55 anos		De 35 a 44 anos		De 45 a 54 anos		Entre 26 a 34 anos:		Total
	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	
PRESIDÊNCIA	0	1	0	0	0	0	0	0	1
DIRETORIA	0	0	3	4	0	4	0	0	1
GERÊNCIA NACIONAL	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	0	1	3	4	0	5	0	0	13

metidas aos controles estabelecidos pela Lei Sarbanes Oxley (Sox). Criada em 2002 nos Estados Unidos depois dos escândalos envolvendo a empresa Enron, a lei visa garantir a existência de mecanismos de auditoria e segurança confiáveis nas empresas. "A K-C atua de forma muito intensa para que todos conheçam de forma profunda a Sox. Além de fazer

uma auditoria interna para verificar a conformidade com a lei, ocorre também uma externa, na matriz, feita por uma empresa independente, a Deloitte", explica Edmilson Silva, controller. **(GRI 04.9)** Segundo ele, em 2012 foram realizadas capacitações para disseminar os conceitos da Sox e também das regras da Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), para prevenir atos de corrupção. O corpo diretivo da K-C é avaliado

pelo KC&PD (Global Performance Management) por metas individuais alinhadas aos negócios de suas áreas e metas compartilhadas que afetam a toda a empresa, como controles e resultados financeiros, gestão de pessoas e negócios. O processo de auto-avaliação está relacionado com as funções de cada cargo ou função. O corpo diretivo possui exclusivamente metas financeiras. **(GRI 04.10)**



Qualidade, Segurança e Meio Ambiente: André Bastos, Janaina Coutinho e Janaina Rodrigues



Categorias, KCP e LAO: Thiago Francisco, Andrea Peruso e Juliane Wilmers

# Os Brasis do **BRASIL**

Kimberly-Clark respeita as diferenças culturais das várias regiões

**"S**abemos que as diferenças culturais influenciam no consumo. Não é à toa que as marcas regionais são muitas vezes líderes: elas adaptam a comunicação, o produto, são mais ágeis", observa Carolina Kourroski, diretora da divisão Norte/Nordeste da Kimberly-Clark Brasil. Com escritório em Recife e representantes em vários pontos das duas regiões, ela conta que cada estado e, até cidade, têm suas particularidades, o que exige um conhecimento sociológico para bem respeitar o público consumidor. "Esse é nosso grande desafio", diz. Na outra ponta do país, o responsável pela divisão São Paulo/Sul, Cláudio Vilardo, também observa o comportamento dos consumidores para definir estratégias e ações.



*Colaboradores da Kimberly-Clark: Matheus Santos, Leandro Fonseca e Fabio Kenji. (da esquerda para direita)*

"No Rio Grande do Sul, percebemos que eles valorizam muito quando participamos de um evento local. Costumamos investir no 'Garota Verão', um concurso que mobiliza todo o estado", afirma Vilardo. Outro exemplo é a feira da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas), muito valorizada pelos gaúchos. "Fizemos nesse evento o lançamento do Neve® Neutracare, que vem com uma tecnologia que controla os odores do cestinho de lixo, e teve uma repercussão muito forte", diz. Resultado: no final de 2012, as vendas de Neve pularam para 66% em compa-

ração com Scott, que ficou com 34%. No final de 2011, os índices eram de 48% a 52%, respectivamente. "Estamos mostrando para o consumidor que Neve® é a marca em que a K-C coloca seus recursos, a que mais tem inovações que o beneficiam", afirma.

No Nordeste e no Norte, Carolina, que é baiana, mas morou 11 anos fora do Nordeste, descobriu primeiro que tinha que adaptar as estratégias de comunicação para conseguir atingir o público. "Estar no mesmo lugar que o consumidor nos permite observar sutilezas e entender as particularidades de comportamento. Essa proximida-

de é uma das razões de os negócios terem dobrado de tamanho em quatro anos”, diz. A prioridade atual no escritório é a interiorização da equipe, instituindo representantes e executivos de venda em outras cidades, para possibilitar uma sintonia fina com as aspirações do público-alvo. “Optamos por valorizar o recurso local, que nos permite gerar um ciclo de confiança”, diz a diretora.

Um dos exemplos bem-sucedidos é o de um executivo de vendas que conseguiu um market share inédito no interior de Pernambuco. Kennede Ribeiro, com a ajuda de uma agên-

cia de comunicação e de uma distribuidora, criou o projeto ‘Caixas de Som’. Pequenas, com bateria para funcionar seis horas e cobertas por uma tela impressa com as marcas a serem divulgadas, as caixas eram levadas aos pontos de venda para divulgar os produtos com vinhetas adaptadas ao sotaque local. Com esse projeto, ele conseguiu aumentar as vendas em 20% entre janeiro e outubro de 2012, em comparação com o mesmo período em 2011. “Ele aproveitou para solidificar a presença, falou a linguagem do consumidor”, diz Carolina. 

### UM BRINDE ÀS FUTURAS MAMÃES

Uma iniciativa criada e posta em prática no Nordeste hoje já é aplicada em todo o Brasil, beneficiando as futuras mães e ajudando-as a organizar o chá de fraldas. Funciona assim: a interessada faz um cadastro no site [www.chadaturma.com.br](http://www.chadaturma.com.br), cria seu convite personalizado e ganha descontos e prêmios. Os convidados têm um desconto de 15% na compra de até três pacotes de fraldas Turma da Mônica Soft Touch (promoção válida até agosto de 2013) e a anfitriã ganha um vale-compras de 50 reais em produtos Huggies Turma da Mônica. “A campanha foi desenvolvida por um parceiro local, e ganhou um prêmio”, diz Carolina Kourroski, Diretora da divisão Norte/Nordeste. A agência ‘Hagua - Estratégia e Comunicação’ levou Bronze na categoria Hotsite pelo Chá da Turma no Prêmio Pernambuco de Propaganda 2012. A campanha começou em 2011, por um período específico, e a partir de 2012 virou permanente. Só entre abril e agosto, 69.745 pessoas acessaram o site, gerando 3.358 cadastros e o envio de 55.655 convites, o que totalizou 125.400 pessoas impactadas pela campanha.

### RESPEITO AO CONSUMIDOR

A Kimberly-Clark avalia de forma constante a percepção do consumidor sobre seus produtos. Após cada lançamento, os dados do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) são analisados para verificar a necessidade ou não de alterações visando a saúde e segurança, e também a satisfação do consumidor. **(GRI PR1)** Atualmente não são feitas pesquisas de satisfação ativa, mas a empresa avalia a repercussão em veículos de comunicação, redes sociais e em possíveis ações judiciais, indicativo que, em 2012, foi positivo. A K-C atende mais de 60 mil consumidores ao ano, e tem índices inferiores a 0,5% de casos que chegam à esfera judicial. Grande parte das reclamações são resolvidas no atendimento, com satisfação e reversão do problema. **(GRI PR5)** Em 2012, não ocorreu nenhum caso de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio. **(GRI PR7)** A empresa também preserva a privacidade de seus clientes: seu mailing é único e exclusivo, e não é compartilhado com outras empresas ou veículos. Por isso, nunca tiveram problemas como reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes. **(GRI PR8)**

# Tem que ENSINAR

A Kimberly-Clark realiza ações para educar e preservar a saúde do consumidor

Não basta vender, tem que educar. A Kimberly-Clark, que tem como missão liderar o mundo no que é essencial para uma vida melhor, atua de forma a contribuir na educação do consumidor e cumprir seu compromisso em relação à responsabilidade social. A campanha ‘Aprendendo Sobre Proteção Solar’, desenvolvida em escolas de educação infantil, tem como objetivo conscientizar mães e crianças sobre a importância da proteção solar diária. A ideia também é disseminar hábitos que não podem ficar restritos somente aos momentos de praia e piscina, como por exemplo escolher os melhores horários de exposição ao sol, uso de acessórios como bonés e óculos e a aplicação de protetor solar.

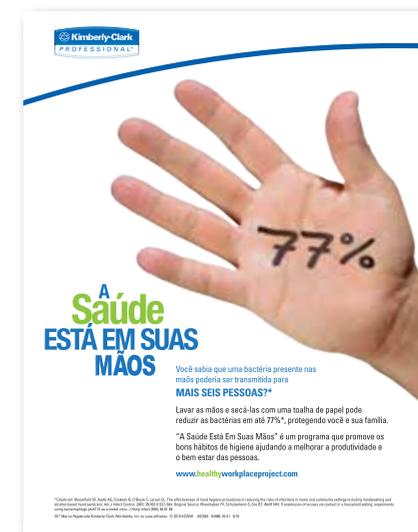
Segundo o Instituto Nacional do Câncer, as crianças ficam expostas ao sol, em média, três vezes mais que os adultos. Pesquisas indicam que a exposição cumulativa e excessiva durante os primeiros 10 a 20 anos de vida aumenta o risco de câncer de pele.

Em 2012, a ação foi realizada em 11 das principais capitais brasileiras, atingindo 180 escolas e 65 mil pessoas, entre educadores e crianças. Por meio de recursos lúdicos como jogos, narra-

ções de histórias com os personagens da Turma da Mônica e um livro de atividades customizado para a marca, as crianças e educadores foram conscientizados da importância da proteção solar diária. **(GRI EC8)**

Outra iniciativa com reconhecimento de um órgão regulador durante o ano foi a campanha do papel higiênico Neve® Compacto, que teve suas premissas aprovadas pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar). “O órgão pediu que as empresas comprovassem que os atributos que constam em sua publicidade eram verdadeiros”, conta Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos. O documento final diz que a defesa enviada pela K-C e sua agência comprovam as alegações da campanha de que o produto demanda “menos embalagem, menos caminhão para transporte, menos poluição”. **(GRI EN26)**

A K-C Professional, que oferece soluções de higiene para empresas, shopping centers, restaurantes e bares, também realiza de forma constante iniciativas para os seus clientes. “A K-C quer proporcionar bem-estar para as pessoas não só dentro de casa, mas no trabalho também. Então, procura-



Divisão profissional da KC promove a plataforma “A Saúde está em suas Mãos.”

mos ajudar a oferecer ambientes excepcionais de trabalho, tendo o colaborador com saúde, e feliz”, diz Marli Spizzirri, gerente da K-C Professional. A divisão lançou a plataforma ‘A Saúde Está em suas Mãos’, sobre a importância de higienizar as mãos para prevenir a contaminação no ambiente de trabalho, e aperfeiçoou a forma de implementar os programas de higiene em seus clientes. “Antes pensávamos em produto e sistemas, hoje temos plataformas com um conceito mais amplo que abrange o bem-estar do funcionário”, frisa Juan Lenis, diretor da K-C Professional. Além do material de comunicação que explica a importância da higiene, os executivos de vendas da divisão fazem palestras sobre este e outros temas ligados a controle de desperdícios de produtos de higiene, orientando sobre o uso de apenas uma toalha para secar as mãos, entre outros. “Isso é possível graças à tecnologia exclusiva da K-C. As toalhas têm alta performance e com isso, além de reduzir o consumo, geram menos resíduos ao meio ambiente”, diz Marli. **(GRI EN26)** 

# Mensurar para REDUZIR

Calculadora Ambiental mostra a quantidade de recursos naturais usados na fabricação dos produtos

A Kimberly-Clark Professional (KCP) está mostrando aos seus clientes o quanto de água, árvores e até emissão de gás carbônico são necessários para fazer cada produto. Dessa forma, o cliente pode conhecer as vantagens econômicas e ambientais do portfólio, que é desenhado para aumentar a performance e diminuir a quantidade de recursos naturais utilizados em sua fabricação. Primeiro, os executivos oferecem um teste de uma semana com produtos da K-C em um ou dois banheiros do cliente, para que ele possa calcular a diferença de consumo com a marca que costuma utilizar. Depois, já ciente da economia em termos quantitativos, ele se conscientiza do valor sustentável dos produtos, a partir do momento que o executivo lhe mostra, por meio da calculadora ambiental, o quanto os produtos K-C economizam de gás, árvores, energia elétrica, e até redução de gás carbônico, com menos caminhões rodando para transportá-los. **(GRI EN26)** “Falamos com especialistas, então nosso discurso deve ser muito técnico, com argumentos sólidos”, diz Juan Lenis, diretor da KCP. “

Com a ajuda de uma consultoria em sustentabilidade, a K-C elaborou a cal-

culadora ambiental, a partir de médias do mercado. Foram levados em conta, por exemplo, o quanto as fábricas em geral usam de fibras e água, entre outros insumos, para produzir cada tonelada de papel. De forma prática e sem contas complexas, o cliente descobre o quanto deixou de poluir a natureza optando pela aquisição dos produtos KCP. “Hoje, 60% ou 70% das nossas conquistas estão fundamentadas em conceitos sustentáveis”, diz Marli. Ela cita um exemplo fácil de ser mensurado: os sistemas (dispensers) de sabonete líquido da K-C liberam 0,2 mililitro a cada uso, o suficiente para a higiene das mãos, enquanto os comuns liberam um mililitro.

Outro produto com eficiência ambiental comprovada é o wiper, uma toalha descartável que substitui o pano nas diversas tarefas de limpeza, com

melhor performance. Disponível em diversas gramaturas, para atender diferentes necessidades, desde secar louças e limpar a mesa de um restaurante até retirar excessos de tinta e graxa em linhas de montagem dentro de indústrias e outros segmentos de mercado. Os wipers geram menos resíduo que o pano, proporcionando maior segurança ao usuário e ao processo.

Uma das metas da divisão é chegar a ter uma logística reversa para os wipers, encontrando uma forma de assessorar os clientes a reciclar o material usado. “Por mais que nossos produtos sejam comprovadamente muito mais amigos do meio ambiente, nossa preocupação não para por aí. Queremos ir mais além”, afirma Juan Lenis. 



Detalhe de ferramenta da Calculadora Ambiental

# Ar mais PURO

Papel higiênico compacto e outras medidas diminuem emissões de gases na atmosfera

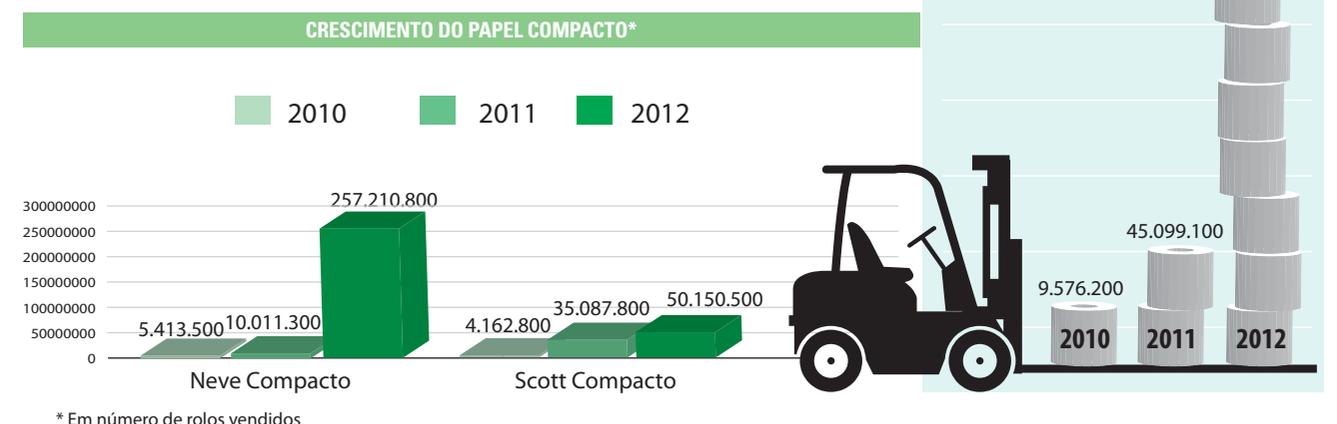
Ano a ano, a Kimberly-Clark Brasil vem diminuindo a emissão de gases do efeito estufa. Em 2012, as emissões diretas tiveram uma queda de 3,8% e as indiretas 11%, em comparação com 2011. **(GRI EN16)** “A principal base dessa redução é o projeto de compactação dos papéis higiênicos”, afirma Ricardo Gonçalves, diretor de Supply Chain. Sozinha, essa novidade permitiu que ocorresse uma diminuição de 815 toneladas no total de CO2, com a compactação de 77% do volume de papel higiênico que é passível de ser compactado (ou seja, excluindo os formatos quatro rolos e a linha Neve® Supreme). Em 2011, com 17%, ocorreu

uma redução de 157 toneladas. **(GRI EN6)** “É uma grande ideia, muito simples, e que traz benefícios para todos: para o consumidor, para clientes e distribuidores, e para a K-C”, observa Gonçalves.

“Com esse programa, conseguimos transportar 18% a mais de papel em cada caminhão, o que permite menos emissão de CO2”, explica Márcia de Ferran, gerente de Inovação em Cuidados com a Família e uma das criadoras da iniciativa, aplicada desde 2011. E o melhor: a concorrência também aderiu a essa inovação iniciada pela K-C, ainda de forma tímida, mas apontando uma tendência para o futuro.

## Mudança de frota

Em 2012, iniciou-se uma mudança na logística da K-C que certamente terá como reflexo uma redução ainda maior de emissões indiretas em 2013. Os caminhões que puxam as carretas que levam os produtos das fábricas de Mogi das Cruzes e de Suzano até o Centro de Distribuição Mata Atlântica (CDMA) serão de uma nova empresa,



\* Em número de rolos vendidos

## VALOR NATURAL

O consumo de energia direta por fonte de energia primária de fontes não-renováveis foi de 528.692 gigajoules de gás natural, 203.567 de GLP e 13.193 de óleo combustível. (GRI EN3)

a Liran Transporte e Logística, selecionada a partir de critérios que incluem a sustentabilidade. A mudança é feita em duas etapas: troca de carretas, em janeiro; e de cavalos mecânicos, em julho, o que vai proporcionar os ganhos em sustentabilidade. Em 2012, os veículos de transporte de cargas a diesel de terceiros emitiram 131,742 toneladas de gases. (GRI EN17)

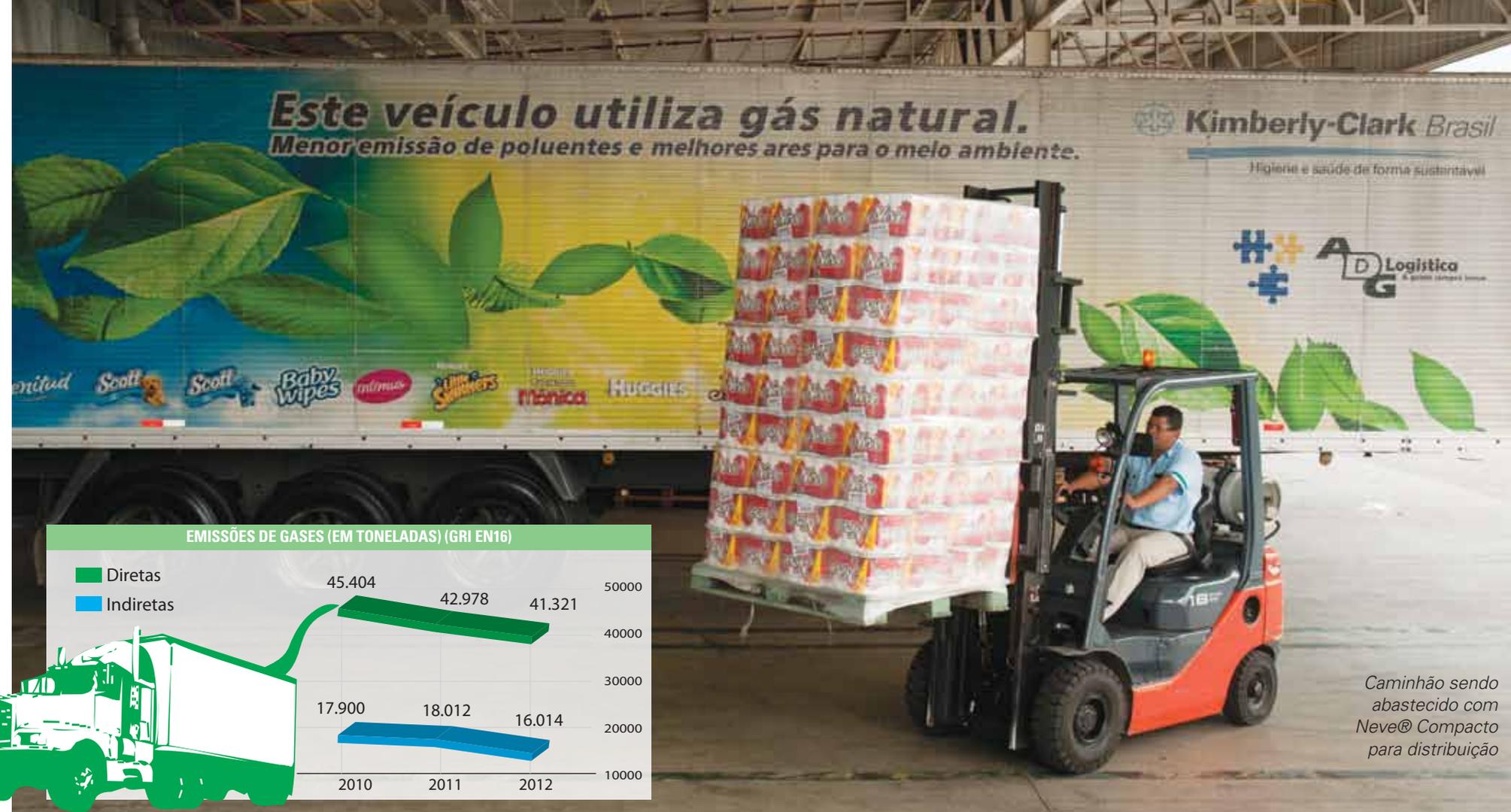
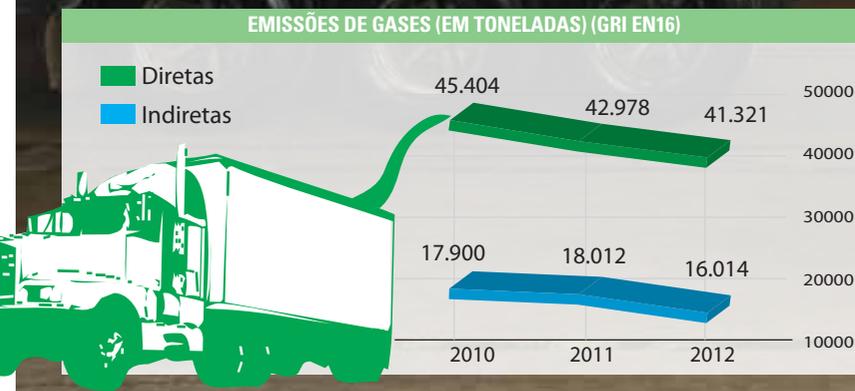
Os novos cavalos mecânicos atendem aos padrões estabelecidos pelo Programa de Controle de Poluição do Ar por Veículos Automotores (Proconve P-7) do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), o equivalente brasileiro à norma europeia Euro 5. O programa começou a ser aplicado em 1986, está em sua sétima fase (P7) e estabelece várias regras. Os caminhões, já fabricados para seguir a norma, rodam com o diesel S-50, que emite 50 partículas de enxofre por milhão. Para se ter uma ideia, as linhas de motores antigas emitiam entre 500 e 1.800. Além disso, todos os caminhões têm catalisadores, que

removem grande parte das partículas das emissões atmosféricas. Economicamente, também são mais viáveis, com custos entre 3% e 7% menores que os anteriores, e têm menos exigência de manutenção – o intervalo passou de 15 mil quilômetros para 25 mil. “Ele é mais eficiente, consegue puxar uma quantidade maior de cargas com menos combustível e, além disso, emitindo uma quantidade menor de poluentes”, diz Gonçalves.

Uma das metas de 2012, que era de engajar clientes e distribuidores no projeto de adotar veículos movidos a gás natural e etanol, não teve avanços. “Além de outros problemas, a lei que restringe o trânsito de caminhões den-

tro da cidade de São Paulo tornou o projeto inviável economicamente. Esse veículo, para ser viável, precisa ficar rodando constantemente, não pode ficar parado”, diz o diretor de Supply Chain.

O incremento da navegação de cabotagem, transporte entre portos do mesmo país por navio, também tornou-se inviável. “Esperamos que os projetos do Governo Federal melhorem a infraestrutura e barateiem os custos, para podermos voltar a navegar. Nossa área de transporte analisa constantemente essa possibilidade, mas até agora ela continua inviável”, afirma Gonçalves. O transporte ferroviário, feito até um cliente de Uberlândia, também foi extinto, já que a operadora fechou.



Caminhão sendo abastecido com Neve® Compacto para distribuição

## OUTRAS EMISSÕES

A Kimberly-Clark Brasil segue padrões internacionais e não adquire equipamentos que contêm substâncias que agredam a camada de ozônio. Essa prática é comprovada pelas auditorias corporativas. (GRI EN19).

A K-C emitiu 0,98 toneladas de NOx e 9,12 de NH4, atingindo a meta de redução de 2% no valor total em relação ao ano anterior. Os cálculos foram realizados com base em fatores de conversão fornecidos pela KCC. (GRI EN20).

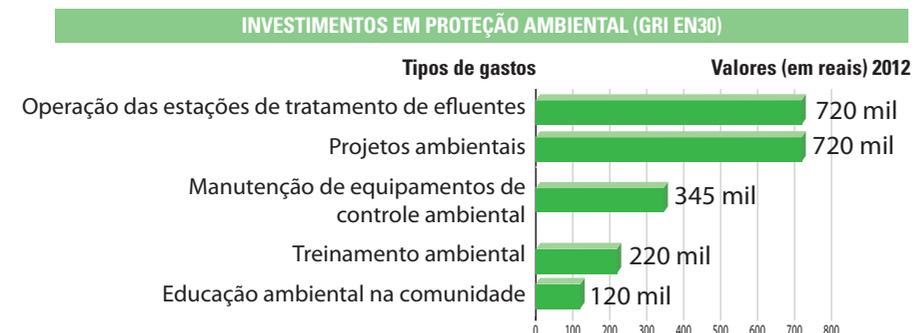
A K-C minimiza os impactos causados pelo transporte de produtos e de outros materiais utilizados nas operações da organização, bem como no transporte de trabalhadores. (GRI EN29)

Ainda assim, a empresa empenha-se para diminuir eventuais impactos diretos e indiretos. Todos os projetos baseiam-se nos princípios de conservação de energia, sistemas inteligentes de sensores, redução e otimização do consumo de energia de equipamentos, aproveitamento de luz solar, sistemas de ventilação naturais ou eólicos. Como exemplo de resultado destes esforços, houve redução de 3,2% nas emissões indiretas, em comparação a 2011. (GRI EN7)

## Fornecedores locais

O projeto da nova fábrica em Camaçari, na Bahia, foi criado de forma a diminuir a emissão de gases do efeito estufa. “Calculamos todo o impacto da cadeia, desde o transporte de matéria-prima até o produto acabado. Neste momento, estamos negociando com os fornecedores para que entreguem

os insumos com o menor impacto possível”, explica o diretor. Segundo ele, numa primeira fase a K-C vai buscar negociar com empresas locais e fazer todo o possível para homologá-las dentro dos padrões exigidos pela companhia; numa segunda fase, a ideia é incentivar que eles se instalem perto da fábrica. ☁



Instalações da linha de transmissão da K-C Brasil



# Desafio da ENERGIA LIMPA

Empresa constrói linha de transmissão para evitar oscilações na rede

A fábrica responsável pela produção de lenços, absorventes e fraldas, localizada no município de Suzano, atingiu um ritmo de produção que demandou uma capaci-

dade energética muito maior se comparada a períodos anteriores. Para atender a nova demanda por energia, a Kimberly-Clark Brasil investiu, em 2012, 20 milhões de reais na constru-

ção de uma linha de transmissão visando o aumento da capacidade energética do entorno da unidade, evitando oscilações causadas pelas atividades da empresa e eventualmente colocan-

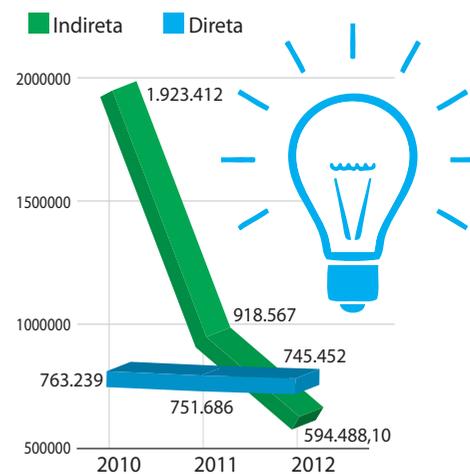
do à disposição das empresas da região uma maior quantidade de energia disponível para que possam aumentar sua produção e gerar mais empregos. (GRI EC8)

## Programas reduzem consumo de energia

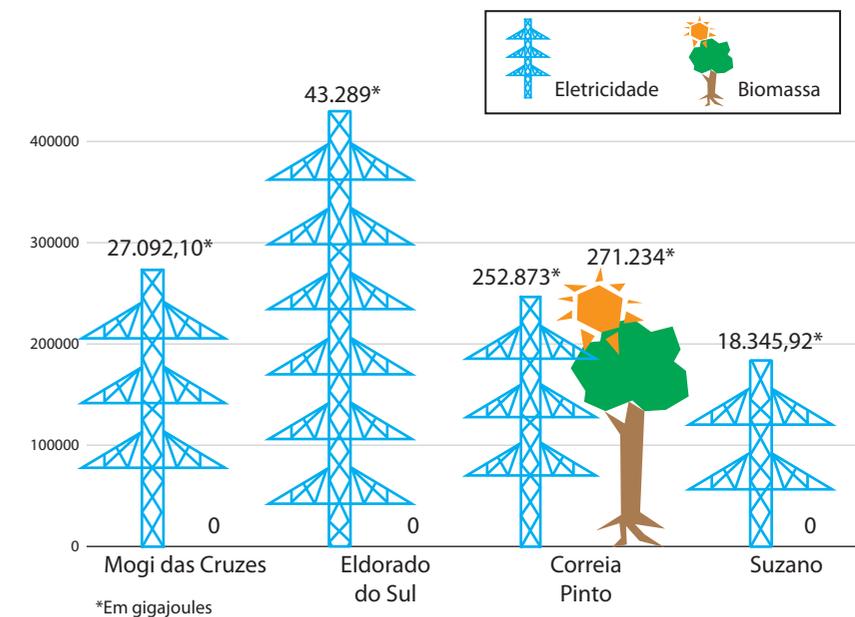
Programas de conservação de energia e eficiência são aplicados em todas as unidades K-C, considerando equipamentos, otimização de circuitos e produtividade. Em uma comparação com 2011, ocorreu em 2012 uma redução de 5% no total de energia gasta para a manufatura de todos os produtos no Brasil, considerando os custos do Centro de Distribuição da Mata Atlântica (CDMA). Além disso, uma equipe especializada em processos Lean focou esforços no processo de energia, conseguindo um ganho energético 5% maior em equipamentos de produção. A meta para 2013 é implementar projetos Lean para minimização de ener-

gia em todas as unidades. (GRI EN5) O total de redução de consumo de energia em todas as unidades de produção foi de 13%. 

### CONSUMO DE ENERGIA (EM GIGAJOULES)



### CONSUMO DE ENERGIA INDIRETA POR FONTE (GRI EN4)



# Aliança VERDE

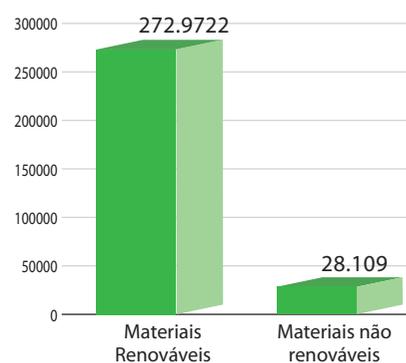
O trabalho em conjunto com fornecedores permite melhoras ambientais e econômicas

“Cada vez mais eles estão entendendo que não adianta só ter valor agregado para ter apelo de sustentabilidade. Eles percebem que, para poder entrar com volume e consistência dentro de uma empresa, precisam de escala para se manter ao longo do tempo com o custo competitivo”, diz a gerente de Relacionamento com Fornecedor Fernanda Felicetti, responsável por selecionar e negociar com os fornecedores da Kimberly-Clark Brasil. Com essa frase, ela

mostra que a cultura de sustentabilidade que permeia as atividades da empresa já define também o comportamento dos fornecedores, que primeiro incorporaram os conceitos de cuidado socioambiental e agora sabem que é preciso também apresentar matérias-primas que sejam viáveis economicamente.

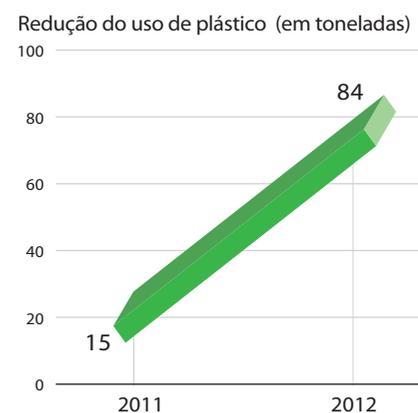
Fernanda conta que dois projetos iniciados em 2011, o de uso de resina verde em embalagens e material reciclado em fardos, entraram em pleno funcionamento em 2012. No caso de resina verde, isso só foi possível porque a Braskem produz o polietileno a partir de cana-de-açúcar, ou seja, fonte renovável, em larga escala. Até o final do ano, todas as embalagens do papel higiênico Neve®, que adotou a causa Por Um Brasil Mais Verde, já tinham uma composição com mais de 56% dessa resina e o restante de comum, que é feita a partir do petróleo. Durante o ano, foram usadas 628 toneladas desse material, reduzindo em 43% o consumo de polietileno de fonte não

MATERIAIS USADOS POR PESO OU VOLUME (EM TONELADAS\*) (GRI EN1)



\* Exceto as medidas em metros quadrados

IMPACTO DA COMPACTAÇÃO NAS EMBALAGENS



Máquina de embalagens de Neve®: marca que adotou a causa "Por um Brasil mais verde"



renovável, o que resulta em uma diminuição de 2.700 toneladas em emissões de CO2 equivalente. **(GRI EN6)**

O material reciclado foi adotado para fazer os fardos que envolvem produtos já embalados como papel higiênico e toalhas, para serem transportados e estocados nas revendas. No final do ano, uma parte dos fardos já tinha uma composição com 70% de embalagens secundárias recolhidas em todo o Brasil por parceiros do for-

Além de desenvolver o fornecedor no sentido de oferecer mais qualidade e atender a padrões internacionais de sustentabilidade, a K-C procura utilizar empresas locais para serviços menos complexos, que estão disponíveis e com mão de obra qualificada, a um custo relativamente baixo devido à proximidade física com a fábrica. No entanto, diante de outras opções de fornecimento de materiais ou serviços provenientes de outras localidades, a empresa opta pelo menor custo, com menor impacto ambiental e atendimento às normas de segurança e saúde do trabalhador. A companhia não consegue mensurar os valores ou mesmo porcentagem de serviços ou materiais dos fornecedores locais frente ao gasto total, pois são gastos pulverizados e de baixo valor. **(GRI EC6)**

necedor. "Parece simples, mas foi difícil chegar a uma composição de resina que proporcionasse um bom plástico e não prejudicasse nossa produtividade. Tivemos que refinar a receita com o fornecedor e chegamos a 70% de material reciclado. Não há nenhum resultado paralelo com esse nível de eficácia na K-C Corporation", diz Marcia de Ferran, gerente de Inovação. Ela diz que a meta é desenvolver os fornecedores até que seja possível usar material reciclado, pós-consumo, para as embalagens do produto que ficam expostas nas gôndolas, o que exige uma qualidade muito maior. **(GRI EN6)**

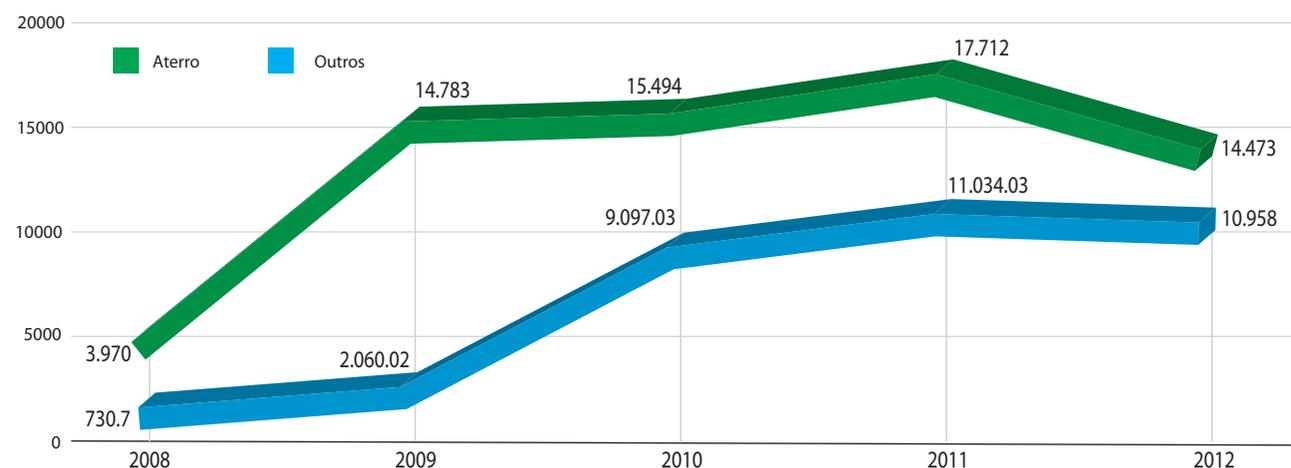
"Queremos desenvolver os fornecedores, deixá-los bem estruturados. Nossa relação com o fornecedor é sempre de troca," afirma Marcia. "Hoje, a gente tem essa responsabili-

dade de dar um destino correto a essas embalagens que seriam descartadas em lixões ou qualquer lugar impróprio, comprando elas por meio de reciclagem", acrescenta Fernanda. Outra iniciativa, na divisão de Cuidados Pessoais, usa os refugos industriais para confeccionar as sacolas pré-moldadas que envolvem os produtos para serem transportados e estocados pelos clientes. "Para 2013, também temos a oportunidade de ter embalagens mais sustentáveis nas linhas de banho e pós-banho", adianta Fernanda.

Outro avanço de 2012 foi com a certificação Forest Stewardship Council (FSC) concedida a um dos fornecedores de tubetes, aquele tubo em papel mais consistente que fica dentro do rolo de papel higiênico. "A empresa é a primeira e única do Brasil, neste seg-

mento, a ter o selo FSC. Ele tirou o certificado não só para a K-C, mas para ter um diferencial no mercado", diz Marcelo Lemes, gerente de Relacionamento com Fornecedor. Hoje, 100% dos fornecedores de celulose virgem para a fabricação de papel nas áreas de Cuidados com a Família e K-C Professional são certificados. Só em Cuidados com a Família, foram usadas 134 mil toneladas de fibras virgens e 25 mil de aparas. **(GRI EN2)** Um dos aparistas, que são os produtores de celulose reciclada a partir de refugos industriais, também obteve o selo. Entre as metas para 2013, estão as certificações de outro fornecedor de tubete, dos aparistas e dos produtores de jumbo-rolô, os grandes cilindros em que o papel fabricado é enrolado antes de ser cortado no tamanho dos produtos. 

PESO TOTAL DE RESÍDUOS, POR TIPO DE DISPOSIÇÃO (EM TONELADAS) (GRI EN22)



Estação de tratamento de água na unidade de Mogi das Cruzes

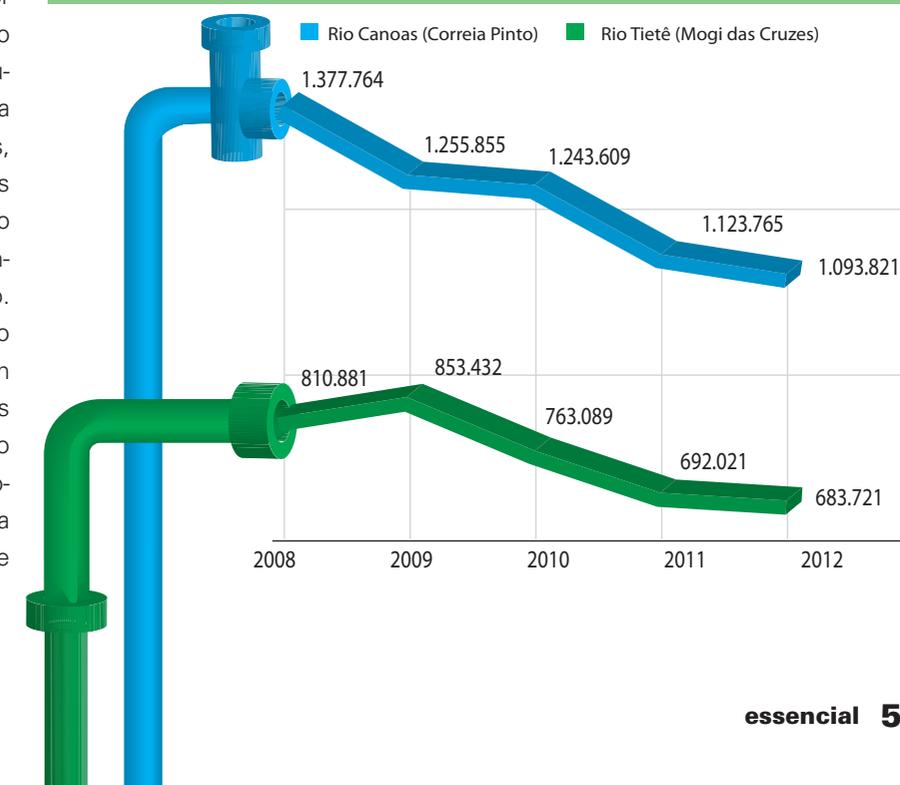


# Em busca da PEGADA ZERO

Otimização de processos e projeto de recuperação da região da nascente do Tietê buscam neutralizar uso de água

A pegada hídrica é o indicador que mostra o quanto foi usado de água para fazer um produto, considerando o quanto volta para a natureza. Parece um cálculo simples, que levaria em conta apenas quantos litros de água o produtor retirou do rio e o quanto devolveu, mas a conta é bem mais complexa do que isso. "Além de calcular o quanto foi usado de água nas matérias-primas, também precisamos ver o que devolvemos para a natureza com a evaporação, o quanto vai para o solo" diz Janaína Rodrigues, coordenadora Ambiental da Kimberly-Clark Brasil. É por isso que

TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE (EM METROS CÚBICOS) (GRI EN8)



toda a empresa, desde os operários até os diretores, passando pelos responsáveis pelo manejo correto dos recursos naturais, estão engajados em vários projetos que visam zerar a pegada hídrica e proteger os mananciais.

“Em 2012 concluímos dois grandes estudos: um dentro da fábrica, que calculou a pegada, e outro fora, que mapeou as áreas degradadas da bacia do Tietê na região da fábrica de Mogi das Cruzes que precisam ser recuperadas”, explica Janaína Coutinho, gerente de Qualidade, Segurança e Meio Ambiente da K-C. O trabalho de recuperação da região da nascente é feito em parceria com a The Nature Conservancy (TNC), ONG que trabalha com a empresa mundialmente para projetos de pegada hídrica. Em 2013, já com as áreas em risco todas mapeadas, inicia-se a parte de envolver a comunidade e fazer o plantio das mudas

que vão garantir que o rio continue a ter água de boa qualidade. “Essa é a causa de Neve®, Por um Brasil Mais Verde. A própria marca destinou R\$ 1,2 milhão para esse projeto, que tem verba garantida até 2015”, explica Jefferson Correia, gerente de Relações Públicas.

Esse projeto garantiu um assento permanente para a K-C no Comitê de Bacias do Rio Tietê, representando o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Ciesp). “Estamos apresentando o conceito de pegada para outras empresas, que estão interessadas, esperando o resultado do que estamos fazendo para também usar práticas similares”, diz Janaína Coutinho. Segundo ela, será a primeira unidade da KCC do mundo e a primeira indústria do segmento no Brasil a realizar um estudo de pegada hídrica com esta profundidade. “Isso está sendo

acompanhado pelo mundo inteiro, a corporação está ajudando em todos os cálculos e na metodologia, fizeram uma avaliação da TNC, para ver se tinha capacidade para endossar o projeto tecnicamente. Tudo foi aprovado”, diz Janaína Coutinho. Ela acrescenta que as unidades de Mogi e Correia Pinto estão entre as cinco melhores fábricas da KCC no mundo em gestão de água.

Em 2012, também a Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (Cetesb), do Estado de São Paulo, reconheceu a qualidade da gestão da água da K-C. A Cetesb indicou a empresa a uma consultoria americana que realiza um estudo para elencar as empresas que melhor fazem a gestão desse recurso natural. “Eles visitaram a unidade, checaram todos os processos e nos deram 98% de aprovação”, conta Janaína Coutinho. Entre as 112 empresas indicadas pela Cetesb, apenas 16 conseguiram atingir a nota mínima, que era de 75% de aprovação.

Além de Mogi, que usa água no processo fabril, Correia Pinto, em Santa Catarina, que também tem produção similar, vem aprimorando os controles para diminuir o consumo. “Conseguimos reduzir a quantidade de nitrogênio e fósforo do efluente para 30 miligramas por litro com uma boa equalização desde a entrada de água até os processos da operação da estação de tratamento de efluentes. São padrões rigorosos. Foi um gran-



Unidade de Mogi das Cruzes: preocupação desde a fonte

de desafio que vencemos”, diz Janaína Rodrigues. “Hoje Correia Pinto opera com os controles operacionais dos padrões Lean, com toda a gestão de água sob controle”, acrescenta.

Outra novidade, tanto em Correia quanto em Mogi, é a aplicação de uma nova tecnologia para o controle microbiológico que melhora a qualidade de saída da água. “A qualidade da água que volta ao ambiente é uma das melhores da região”, diz Janaína Coutinho. Com esses ajustes, que permitem uma melhora na qualidade da água, Correia Pinto chegou a um índice de recirculação de aproximadamente 40%.

Para 2013, a empresa tem a meta de recircular, no mínimo, 50% da

água de resfriamento das unidades de papel.

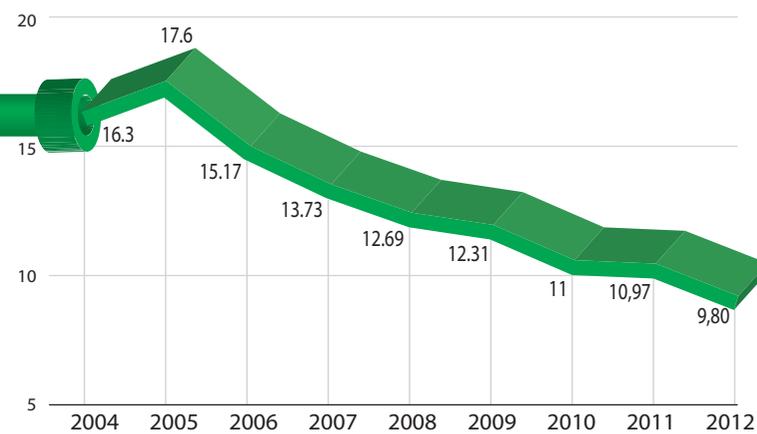
Com relação à nova unidade, em Camaçari, ela já vai começar a funcionar, em abril, com várias tecnologias para economia de água. “Nossa unidade na Bahia terá consumo baixo, basicamente água para os banheiros e para preparar as refeições. Já temos um reservatório para armazenar a água da chuva e usar nas descargas”, diz Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos. Sobre Mogi, ele reafirma o grande sonho da K-C: “Queremos reduzir a zero a captação de água do Rio Tietê. Aí teremos o circuito fechado.”

Health Care, a divisão da K-C que oferece produtos para prevenir as con-

O descarte total de água em 2012 foi de 1.189.278 de litros de efluente industrial nos corpos d'água de superfície (rio Canoas e rio Tietê). Em Mogi das Cruzes, a média anual de sólidos suspensos totais foi de 31,07 miligramas por litro; a demanda bioquímica de oxigênio-DBO, 32,72. Em Correia Pinto, a média anual de sólidos suspensos totais foi de 51,12 miligramas por litro; demanda bioquímica de oxigênio-DBO, 89. Atingindo, assim, a meta de manter-se abaixo dos padrões de tratamento de água estabelecidos na resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) e nos decretos estaduais. **(GRI EN21)**

taminações hospitalares, também proporciona economia de água com o uso de invólucros descartáveis para materiais cirúrgicos esterilizados. Além de serem reciclados, eles não consomem os 30 a 40 litros de água necessários para esterilizar cada quilo dos invólucros de pano. 

METRO CÚBICO DE ÁGUA POR TONELADA PRODUZIDA (MOGI)



Investir para preservar: novas máquinas permitem embalar mais unidades no mesmo pacote



# Agora cabe **MAIS**

Medidas como a concentração de mais fraldas num só pacote diminuem resíduos e uso de matéria-prima, além de favorecer o consumidor

Os mais atentos já perceberam que agora, em vez dos pacotes com quatro ou oito rolos, os papéis higiênicos Neve® vem em embalagens maiores, com 24 e até 32. A Kimberly-Clark decidiu aumentar o portfólio por vários motivos: para

economizar plástico e obter uma melhor performance no transporte e no armazenamento, tanto nas suas dependências quanto nas de seus clientes, favorecendo também o consumidor, que conta com mais opções. Essa metodologia já foi aplicada em

fraldas também. “Este ano investimos em novos equipamentos e tecnologias num projeto voltado para aqueles consumidores que compram em grandes quantidades, reduzindo o uso de sacolas plásticas e ainda promovendo uma maior compactação,



o que se reflete em menores quantidades de gás carbônico emitido no transporte”, explica Alexandre Hara, gerente de Inovação de Cuidados Pessoais.

Essa mudança nas fraldas foi inspirada na compactação do papel higiênico, uma medida que foi certificada com o logo Ecological, um selo que foi criado pela corporação em nível mundial e audita projetos de produtos ecológicos. “São critérios rígidos que foram estabelecidos pela companhia e são auditados antes de ganhar esse selo”, diz Cláudio Buiatti, Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento para a América Latina. A compactação dos rolos permitiu que a empresa reduzisse em 84 toneladas o uso de plástico nas embalagens; em 2011, ocorreu uma diminuição de 15 toneladas. **(GRI EN6)**

O consumo médio mensal de papel higiênico no Brasil é de oito rolos por família. Mas, dentro disso exis-

tem variações, daí a criação das várias embalagens, com quatro, oito, 12, 16, 24 e 32 rolos. Outra novidade de 2012 foi o lançamento para todo o mercado do papel Neve® Naturali, que antes só era vendido no Walmart. Uma vez que o produto é feito com 100% de fibras recicladas, trata-se de uma iniciativa consistente de trabalhar a sustentabilidade e defender a causa da marca “Por uma Brasil mais verde”. No final do ano, o Naturali já estava presente em 62% das lojas mais representativas do mercado, sendo que no final de 2011 o índice era de 34%.

Outra novidade colocada em ação em 2012 é o Neutrare, uma tecnologia que ajuda a neutralizar os odores do cestinho do banheiro por meio de uma tecnologia exclusiva. A K-C constatou que 99% dos lares brasileiros usam cestinhos para descarte do papel, uma vez que a tubulação dos banheiros não permite o descarte pelo próprio vaso sanitário. Com base nisso, a K-C Brasil foi uma das pioneiras a lançar essa inovação inédita no mundo, trazida pela Kimberly-Clark Corporation.

Em 2013, a categoria Cuidados com a Família participa pela terceira vez de um programa do Walmart que visa o desenvolvimento de produtos sustentáveis. Desta vez, será apresentada uma nova versão dos lenços Kleenex com ganhos em termos de sustentabilidade. Preservando sua essência, a K-C trará uma inovação que seja boa para a companhia, para o consumidor e para o meio ambiente.

# Conhecer para PRESERVAR

Criação de CRSMA ajudará a proteger a fauna e a flora locais

A Kimberly-Clark criou, em convênio com a Universidade Brás Cubas, o Centro de Referência Socioambiental Mata Atlântica (CRSMA). A empresa cedeu uma casa dentro do Centro de Distribuição Mata Atlântica (CDMA), localizado na Rodovia Mogi-Dutra, perto da entrada de Suzano, em um terreno de 62 mil metros quadrados, em área próxima à Estação Ecológica Itapeti e ao Parque Natural Municipal Francisco Antonio de Mello, em Mogi das Cruzes. **(GRI EN11)**. “A ideia é difundir práticas de gestão, manejo e educação ambiental. O espaço vai proporcionar um conhecimento acerca da flora e da fauna da região, que é muito rica. Faremos um mapeamento de toda essa riqueza, pois ela precisa ser conhecida pela população,” diz Jefferson Correia, gerente de Relações

Públicas da K-C. Ele explica que a empresa vai contratar quatro alunos da universidade para estagiar no centro. **(GRI SO1) (GRI EC8)**

Durante 2012, os estudantes participaram de workshops preparatórios. O objetivo é que os estudos feitos por eles depois sejam compartilhados com toda a população estudantil dos ensinos Fundamental e Médio da região. “Um time multidisciplinar da universidade construirá um programa para aproveitar bem essas visitas, que serão monitoradas pelos universitários,” detalha Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos.

Antes de escolher o local do CDMA, a K-C fez um estudo de impacto ambiental que levou em conta vários aspectos, desde o desafogamento das vias na cidade de São Paulo até a recu-

peração de espaços para a preservação das espécies. Depois de definir o local, foram plantadas 13 mil mudas de árvores nativas da região. “O local tinha mata secundária, nos comprometemos a construir este bolsão verde que liga o terreno à Mata Atlântica,” diz Iszlaji. Com isso, vários animais que estavam ausentes puderam voltar às matas locais, o que permite que eles possam viver em seus habitats e também ser objetos de pesquisa para fomentar a educação ambiental. “Nosso principal objetivo é difundir práticas de gestão, manejo e educação ambiental que estejam ligadas à conservação da natureza e à melhoria das condições socioambientais do município,” afirma Anderson Pagoto, professor da Universidade Brás Cubas que coordena o projeto ao lado dos colegas Vanda dos Santos e Pedro Tomasulo.

O trabalho a ser realizado no local tem duas premissas: a catalogação das espécies e a educação. Para isso, o centro vai realizar várias ações, desde o recolhimento de amostras das plantas para exposição na casa até o registro do aparecimento de animais no local. As escolas da região serão consultadas para definir o que pode interessar aos alunos e, a partir das demandas, serão criados o espaço e o programa de visitação. O projeto faz parte da estratégia ambiental da K-C, que durante 2012 identificou todos os impactos de suas atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade de áreas protegidas ou não. No que tange à biodiversidade, não foram identificadas impactos significativos em áreas protegidas ou em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. **(GRI EN12)** 

*Equipe do Centro de Referência: Anderson Pagoto, Fernanda Moura, Vanda dos Santos, Erika Aline Sasaki, Pedro Luiz Batista Tomasulo*



*Benefícios para os funcionários: Aulas In Company*

ças. Por fim, ‘Você em Segurança K-C’ promove a segurança dentro e fora do ambiente de trabalho, reforçando sua ideia de valor e de atitude para toda vida e estabelecendo a cultura de segurança e de prevenção de acidentes de trabalho.

Uma das novidades em 2012 foi o início do programa de Home Office, permitindo que funcionários do escritório que atuam em funções que não exigem presença física trabalhem em casa uma vez por semana. “O programa começou como piloto no primeiro semestre. As pessoas do escritório podiam ficar em casa às terças, quartas ou quintas-feiras, uma vez por semana. No início, houve certo receio por parte dos líderes, que logo se dissipou,” explica Ana Paula Bógus, diretora de Recursos Humanos. No final do ano, com 100% de aprovação, a iniciativa passou a incluir a possibilidade de se trabalhar de casa também às segundas e sextas-feiras.

O programa de corrida e caminhada coloca à disposição um professor de educação física, duas vezes por semana, no escritório central e nas unidades Eldorado do Sul, Mogi das Cruzes e Suzano, sendo que a meta para 2013 é incluir Correia Pinto. O programa Konte Comigo oferece aos funcionários e seus parentes assistência em diversas especialidades: psicologia, pedagogia, serviço social, fisioterapia, nutrição, assistência jurídica, pet-consultor e personal trainer. Esse serviço

## Ponto de EQUILÍBRIO

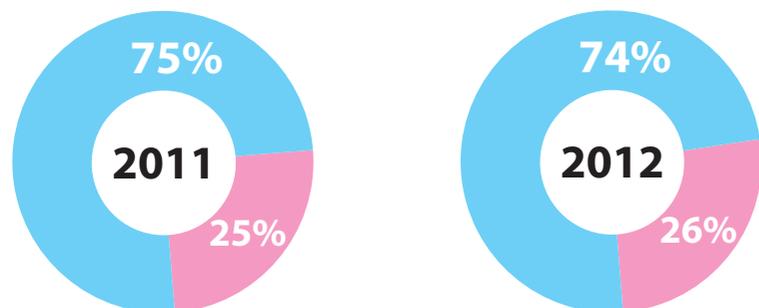
Para a Kimberly-Clark, o bem-estar dos funcionários é o principal ponto de partida para o sucesso

Para bem cumprir sua missão de “liderar o mundo no que é essencial para uma vida melhor”, a Kimberly-Clark tem uma série de ações e mecanismos para cuidar e gerenciar os talentos de suas equipes, além de procurar alcançar o sutil equilíbrio entre vida pessoal e carreira. O programa ‘Viva Bem’ foi dividido em três áreas principais para que os funcionários entendam e possam usufruir

do que é oferecido. A primeira, o Mundo de Benefícios K-C, tem como premissas gerar ganho financeiro indireto para o colaborador, atender as necessidades básicas do ser humano e estar alinhado com as melhores práticas do mercado. A segunda, ‘De Bem com a Vida K-C’, procura incentivar hábitos saudáveis, estimular atividades fora do ambiente do trabalho de acordo com o estilo de cada um e prevenir doen-

GÊNERO

Homens Mulheres

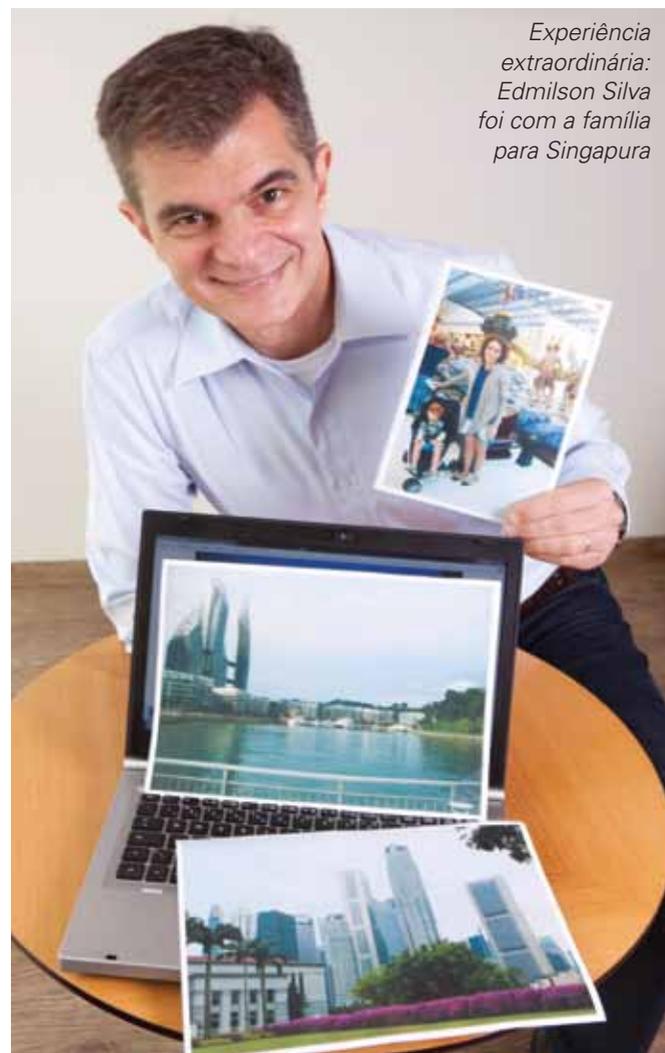
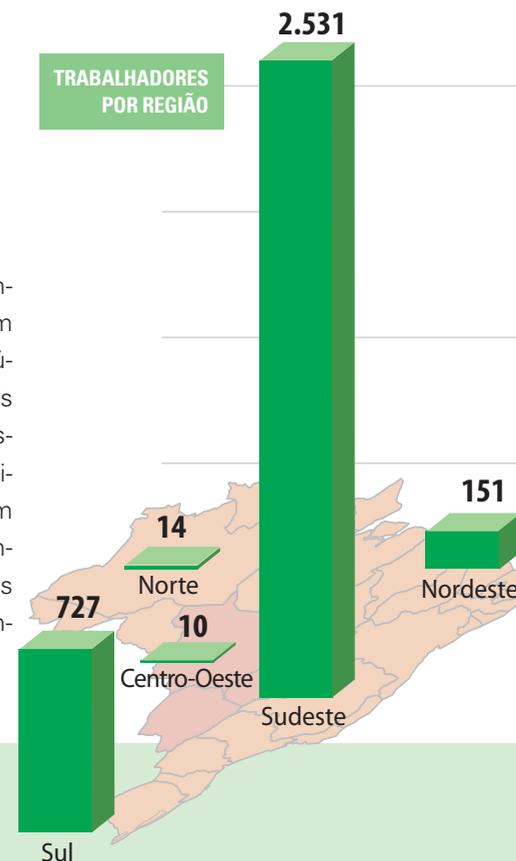


oferece suporte para que os colaboradores possam esclarecer dúvidas e, dependendo da especialidade, tratar estresse, ansiedade e problemas físicos ou emocionais. Em casos específicos, a pessoa é encaminhada para tratamento. A empresa também oferece locação de quadra de futebol, patrocínio de corridas na cidade de São Paulo e patrocínio de uniformes de esportes, além dos dias de vaci-

nação: em 2012, 1988 funcionários foram imunizados contra o vírus da gripe H1N1. **(GRI LA08)**

Desde 2009, o departamento investe em ações como as feiras de benefícios. “Constatamos que muitas pessoas não usavam o que a empresa oferece por desconhecimento”, diz Ana Paula. Foram criados eventos que aproximam os fornecedores dos colaboradores durante os

meses de fevereiro e março. Durante o ano, a divulgação continua com pesquisas e consultas para tirar dúvidas. A lista de benefícios segue os padrões do mercado, incluindo desde assistência médica e odontológica até kit bebê e ajuda de custo com ótica. Além disso, o departamento distribuiu entre os colaboradores 150 bolsas de graduação, 152 de inglês e 27 de espanhol.



Experiência extraordinária: Edmilson Silva foi com a família para Singapura

## CROSS BORDER BRASIL QUER SER EXEMPLO

Em 2012, cinco brasileiros viajaram e oito estrangeiros vieram para o Brasil pelo programa Cross Border. O projeto, que consiste em enviar funcionários para trabalhar em projetos específicos dentro das unidades da Kimberly-Clark Corporation em outros países durante o período de três a seis meses, tem como objetivo aumentar sinergias, produtividade e inovação por meio da integração. “O Brasil quer ser um exemplo na América Latina. Estamos abertos para a troca de experiências, valores e ideias”, afirma Ana Paula Bógus.

O economista equatoriano Leonardo Santos, de 32 anos e gerente comercial, viveu a experiência em 2012, trabalhando por quatro meses no escritório da divisão Norte/Nordeste, em Recife, e aprovou. “O fato de trabalhar em um país continental como o Brasil, e encontrar uma empresa dinâmica, um ambiente de negócios altamente competitivo e profissionais excepcionais me deu a oportunidade de aumentar minha visão global de negócios da Kimberly-Clark e compreender as necessidades dos diferentes clientes e consumidores. Isso ajudou a desenvolver o meu pensamento estratégico e a adquirir novas competências e metodologias profissio-

nais, o que, sem dúvida, irá maximizar o meu desempenho presente e futuro dentro da empresa. Foi a melhor experiência profissional que tive”, diz o executivo. Ele guarda boas lembranças do período, como o fato de ter sido muito bem-recebido pelos colegas e firmar amizades que duram até hoje. “Alguns já vieram me visitar no Equador”, conta.

A peruana Adriana Lewis, de 35 anos e executiva de vendas, veio para o Brasil por três meses e considerou a estada muito recompensadora, tanto em termos profissionais como pessoais. “A equipe de Recursos Humanos do Brasil fez a diferença nesse processo. Me deram apoio constante e preocuparam-se em fazer com que me sentisse em casa”, diz ela, que trabalhou num projeto de comunicação interna e vendas nas áreas KCP e Health Care. “A experiência ajudou-me a fortalecer minhas habilidades de planejamento e organização. Conhecer o negócio no Brasil e poder entender sua dimensão foi muito interessante. Visitar as fábricas de Mogi das Cruzes, Suzano e o Centro de Distribuição da Mata Atlântica, observar os planos de logística e o nível de tecnologia usado para os produtos chegarem a todas as regiões do país foi impressionante. Destaco também a grande capacidade dos colaboradores de diferentes áreas para desempenhar suas funções com altos padrões

de qualidade, apesar da complexidade devida à grande dimensão territorial da operação da K-C no Brasil. Tudo isso ampliou muito a minha visão do negócio”, diz Adriana, que é formada em Comunicação Social e fez MBA em Business Administration.

Edmilson Silva, controller da Kimberly-Clark Brasil, também fez uma viagem transformadora. Ele foi, com a mulher, Caroline, e o filho, Thomas, que à época tinha 2 anos, morar seis meses em Singapura, um país asiático com cultura muito diversa da brasileira. “A experiência me ajudou a aprimorar a capacidade de lidar com situações de negócios complexas em um ambiente cultural diferente e num cenário de negócios muito competitivo e dinâmico. Aprender um pouco sobre a cultura e a interação foi extraordinário, tanto com o pessoal do escritório de Singapura quanto em outros países que visitei. Acho que ganhei maturidade na condução dos cenários de negócios com os quais lidamos na empresa, além de eu e minha família hoje termos uma visão mais abrangente sobre as culturas asiáticas e seus pontos fortes”, diz Edmilson Silva. Para ele, a interação entre pessoas de diferentes mercados e culturas gera novas ideias e iniciativas. “É uma experiência que recomendo”, acrescenta.

## VALOR PARA COLABORADORES



### CANAIS DIRETOS GRI 4.4

A K-C Brasil tem vários canais de comunicação que permitem aos colaboradores entrar em contato e ser ouvidos pelos líderes. O Café com Ideias é um encontro no qual um grupo de colaboradores é recebido pelo presidente ou por um diretor para uma conversa aberta sobre diversos assuntos, dentre eles, os negócios da companhia. Falando de Negócios são reuniões nas quais os líderes falam diretamente sobre suas experiências e desafios para grupos de estagiários ou para quem quiser participar. Outros canais diretos de comunicação são as reuniões trimestrais e anual de resultados e a cascata semanal que todos os diretores fazem com suas equipes relatando os principais temas discutidos na reunião de diretoria. Nas fábricas, há ainda reuniões mensais de resultados e performance das operações e o Canal Interativo, uma adaptação do Café com Ideias em que o encontro é com o gerente da unidade. A empresa também conta com uma linha de 0800 para reporte de violação do Código de Conduta e outros assuntos de natureza ética. Esta linha é operada por empresa independente, localizada nos Estados Unidos com atendentes que falam português. Os reportes são encaminhados para a diretoria jurídica da K-C Brasil, presidência e/ou diretores que possam tratar deste tema localmente, mantendo a confidencialidade da identificação do denunciante.

### (GRI LA1) Destaque

Como resultado do pilar 'Você em Segurança K-C', durante 2012 a empresa registrou taxa de incidentes de 0,16, abaixo da taxa reportada em 2011 (0,19) e da meta (0,20). Não houve casos graves, como óbitos ou doenças ocupacionais. Em Eldorado do Sul, Suzano, Correia Pinto e Mogi das Cruzes ocorreu apenas um episódio de casos menos graves, como luxação.

### (GRI LA07) Responsabilidade

A divisão Health Care, que oferece produtos médico-hospitalares de prevenção à contaminação, iniciou em 2012 um programa que na corporação é chamado de The Culture of Accountability, ou seja, a cultura da responsabilidade.

“É um processo de mudança cultural; definimos objetivos claros para cada um dos colaboradores, e a forma de alcançá-los é através do engajamento de todos com tudo, ou seja, por meio da adoção, por parte da equipe, de uma postura de responsabilidade ampliada, não restrita ao departamento”, afirma César Carvalho, gerente nacional da divisão Health Care. Um dos executivos da Health Care foi aos Estados Unidos para conhecer a metodologia e com a missão de repassá-la a todos os colaboradores da divisão. “Queremos ter um papel ativo na disseminação das melhores práticas no Brasil”, diz o gerente. Segundo ele, a equipe já vem demonstrando maior pró-atividade em relação aos objetivos coletivos. 🌐



Renato Novaes: executivo de Health Care responsável por repassar aos colaboradores de divisão a “cultura da responsabilidade” (The Culture of Accountability)

## VALOR PARA COLABORADORES



Os colaboradores Marboni Jordão e Felipe Kitagawa trabalham em conjunto na área jurídica

# Um bom ambiente para **CRESCER**

Empresa mantém programas para desenvolver e gerir talentos e perpetuar bons resultados

Só em 2012, a Kimberly-Clark promoveu 490 funcionários de um universo de 3.431 e o quadro de líderes teve alterações de mais de 50%, sem a contratação de ninguém

de fora. E não foi por um golpe de sorte, por um feliz acaso que tenha reunido na mesma empresa tanta gente com potencial e energia para explorá-lo. Esses números são o resultado da

política da empresa, que busca aprimorar ao máximo os talentos dos colaboradores. “Temos o compromisso de desenvolver as pessoas aqui dentro, para que eles sejam nossos futuros di-

retos”, diz Ana Paula Bógus, diretora de Recursos Humanos.

Para ela, o principal ativo intangível da K-C é o plano de desenvolvimento e liderança. “Em 2012, ficamos em segundo lugar na lista de Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil do Instituto Great Place to Work® e revista Época. Subimos meio ponto, de 91 para 91,5, e o principal motivo, com 63% dos votos, é a possibilidade de crescer dentro da empresa, e estes são os mais satisfeitos por estarem aqui”, diz a diretora. A empresa oferece um programa de coaching individual para profissionais com potencial para liderança que em 2012 somou 370 horas. O Geração K-C, para analistas potenciais com no mínimo um ano de casa, é realizado durante um ano e meio e está disponível nas fábricas, Centro de Distribuição da Mata Atlântica e no escritório da Faria Lima. O Aprendizagem Livre, para todos os funcionários da Faria Lima, tem duração de oito horas e o objetivo de complementar e aperfeiçoar a formação em temas relacionados ao desenvolvimento pessoal, conforme suas necessidades e interesses. O Programa de

Desenvolvimento Individual (PDI), contínuo e realizado na Faria Lima, fábricas e CDMA, busca proporcionar autoconhecimento e desenvolvimento profissional, baseado nos Comportamentos One K-C e nas competências requeridas pela Visão 2015. Já o Programa de Desenvolvimento de Lideranças (PDL), para líderes desde profissional sênior até executivos, procura desenvolver e alinhar os líderes em relação à cultura, valores, estilo, práticas de gestão e negócios da K-C Brasil. **(GRI LA11)**

Outro mecanismo que estimula o desenvolvimento e a perpetuação de bons resultados é o sistema de análise de desempenho que a K-C aplica a todos os funcionários, através do GDO (Gestão de Desempenho e Desenvolvimento Operacional) ou K-C P&D (Kimberly-Clark Performance e Desenvolvimento). **(GRI LA12)** Por meio do Global Performance Manager (GPM), que pode ser acessado pelo computador, os colaboradores, além de definir objetivos de desempenho, também podem estabelecer seus objetivos de desenvolvimento pessoal, por meio de cursos de formação focados em área

de interesses do colaborador. “Não é uma meta, e sim uma vontade, um desejo. Isso demonstra um interesse genuíno pelo ser humano, uma possibilidade de ele expressar o que quer como indivíduo”, diz Ana Paula. Ela afirma que a empresa tem um grande apreço às análises de desempenho feitas pessoalmente com cada um, pelos líderes diretos. “Alguns chefes chegam a ter 300 subordinados, ficam quase um mês fazendo este trabalho de feedback um a um.”

**Previdência privada**

Preocupando-se com o bem-estar de seus colaboradores no presente e no futuro, a K-C oferece um plano de aposentadoria complementar ao plano de previdência social, chamado K-C Prev. O plano oferece condições diferenciadas de mercado e sem custo para os colaboradores, sendo dividido em dois grupos: para salários acima de R\$ 4.167, a empresa contribui com 100%, limitado a 6% do salário de participação. Para salários abaixo de R\$ 4.167, é feita contribuição voluntária sem contrapartida da empresa. **(GRI EC03)** 

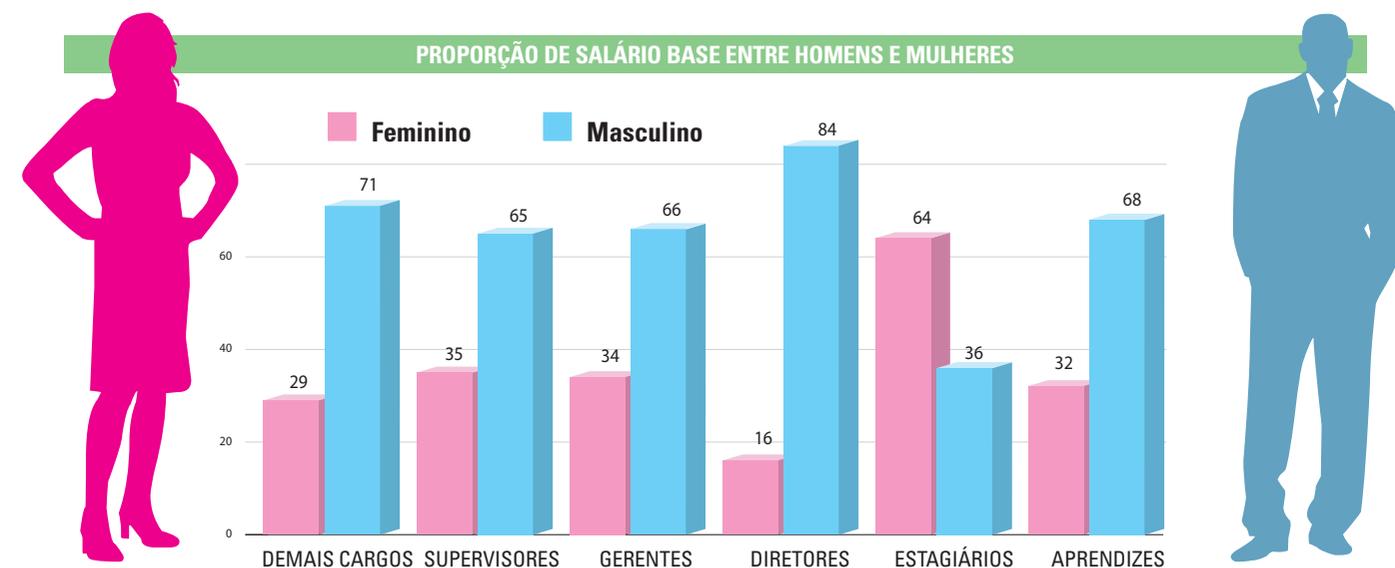
# Um futuro mais IGUALITÁRIO

A Kimberly-Clark investe em estagiárias e aprendizes para preparar desde já as lideranças femininas de amanhã

Existe até uma lei para multar empresas que diferenciam o salário entre homens e mulheres, de autoria do deputado Marçal Filho (PMDB-SP). O documento prevê que o empregador pague à funcionária uma multa de cinco vezes a diferença entre o seu salário e o de um homem no mesmo cargo desde o início

da contratação. Mas, apesar de vários mecanismos legais e jurídicos, a situação da mulher ainda é difícil no mercado de trabalho. Segundo dados do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010 as mulheres recebiam cerca de 70% do salário dos homens: a média feminina era de 983 reais por mês, e

a masculina 1.391 reais. É por isso que a Kimberly-Clark Brasil adotou uma política que promove de forma constante e efetiva a igualdade profissional entre os sexos. “Desde 2008, crescemos todos os anos a participação das nossas colaboradoras na empresa. Em 2012, chegamos a 26%”, diz a diretora de Recursos Humanos no Brasil, Ana Paula



Bógus. Esse número, que pode parecer baixo, na verdade é reflexo da natureza das operações, já que poucas mulheres costumam trabalhar no “chão de fábrica” da indústria de higiene e bem-estar. Com isso, a proporção de salários entre homens e mulheres ainda não é equivalente, conforme tabela nesta página. Segundo a empresa, em 2012 ocorreu um aumento na diferença salarial por diversas causas: acordo coletivo, mérito, promoções e enquadramentos. **(GRI LA14)**

A empresa tem um programa para formar desde agora as líderes de amanhã. “Estamos focando na base: 64% dos estagiários e 32% dos aprendizes são mulheres, porque queremos ter uma futura liderança mais feminina”, diz Ana Paula. E essa estratégia já está dando resultados: 24% dos analistas e 35% dos gerentes juniores já são do sexo feminino.

A K-C oferece seis meses de licença-maternidade e não discrimina as mulheres por conta do afastamento do trabalho durante o período. Prova disso é que em 2012 as 24 mulheres que tiveram filhos voltaram a trabalhar normalmente depois – a empresa não tem informação disponível em relação à licença-paternidade. **(GRI LA15)**. “A questão da maternidade permanece tendo um impacto real na carreira da mulher, em especial com a aprovação da licença-maternidade por um período de seis meses. Há um paradoxo. Embora as empresas reconheçam a

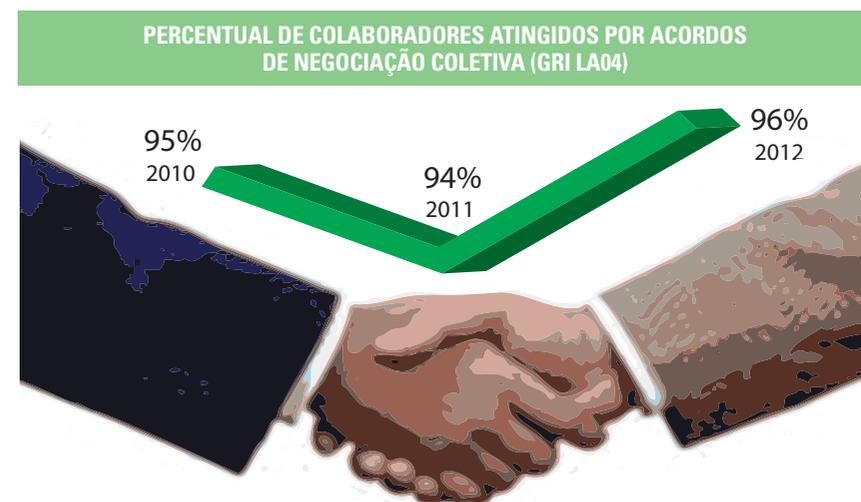
O percentual de demissões por iniciativa da empresa sofreu um leve acréscimo em relação a 2011: era de 10%, passou a 11%. Já o de saídas por iniciativa do colaborador baixou de 5% para 4%

importância dos atributos femininos no ambiente corporativo – capacidade de trabalhar e gerenciar equipes, por exemplo –, ainda há a preocupação com o tempo em que a mulher ficará fora ao se tornar mãe”, afirma José Tolovi Jr, presidente do Conselho do Great Place to Work® (GPTW), em um comunicado disponível no site do instituto. Ele afirma que uma pesquisa rea-

lizada recentemente pelo GPTW em 49 países demonstra que, embora a mulher tenha ganho mais espaço, ainda não há equiparação de gêneros.

**Início promissor**

A nova unidade de Camaçari, na Bahia, será um bom terreno para a K-C exercitar os conceitos de igualdade. “Estamos fazendo um grande esforço para que haja equilíbrio populacional de gênero, porque vamos começar com a fábrica zerada”, diz Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos. No primeiro grupo contratado, o número geral é de praticamente 30%, afirma Marcelo Zenni, gerente da unidade. “Na área administrativa, temos 50% de mulheres; engenheiros, 35%; e operação, 15%. Estamos em uma região que é, entre aspas, carente. A mulher ainda é vista como do lar, como responsável pelos cuidados com os filhos, mas a realidade é bem outra, pois muitas já são esteio da família. Nossa premissa é dar oportunidades a elas”, diz Zenni. 



# A cidadania tijolo por TIJOLO

Projeto faz um exercício de democracia tornando as mulheres protagonistas de sua vida social e familiar

A frase “eu sei o que é melhor para você” pode até continuar a funcionar com crianças que precisam de limites, mas não para as envolvidas no projeto Mulher Atuação, uma iniciativa da Kimberly-Clark Brasil presente nos municípios de Mogi das Cruzes e Suzano, na Grande São Paulo, e com planos de expandir-se para o Nordeste, beneficiando as moradoras do entorno da nova fábrica de Camaçari (Bahia). Em 2012, a empresa realizou duas consultas participativas em Mogi das Cruzes, com 548 entrevistadas, e Suzano, com 705. Realizadas em parceria com o Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável (Cieds) e Instituto Paulo Montenegro – Ação Social do Ibope, as pesquisas foram feitas em janeiro e fevereiro e ilustram um exemplo de canal direto com representantes das comunidades. **(GRI SO01, GRI 4.16)**

Depois foram produzidos dois relatórios, um para cada município, e entregues às secretarias municipais

e à Comissão Parlamentar Mista de Inquérito da Violência Contra as Mulheres do Estado de São Paulo da Assembleia Legislativa. “O importante desse projeto é que ele é tocado pelas pessoas da comunidade, quem melhor do que elas para saber o que é importante?”, diz Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos da K-C. “Ele mobiliza diferentes setores da sociedade, como moradoras, colaboradores da companhia, órgãos das prefeituras, todos envolvidos no objetivo comum de entender a comunidade e aumentar em 20% os indicadores sociais locais até 2015”, explica Jefferson Correia, gerente de Relações Públicas. Um dos impactos causados pelo projeto já pôde ser verificado com a publicação de uma reportagem no jornal Diário de Mogi, no dia 19 de setembro de 2012. Nela, a realização de um evento do Conselho dos Direitos das Mulheres de Mogi das Cruzes com candidatas à Prefeitura foi justificada a partir dos dados da consulta realizada pelo

Mulher Atuação.

A pesquisa foi feita a partir do Plano Nacional de Política Para as Mulheres do Governo Federal. No final de 2012, as consultas e discussões serviram de base para a definição de seis focos de atuação, sendo quatro voltados para a geração de renda e empregos, um para condições dos equipamentos sociais e um para prevenir a violência doméstica. **(GRI SO01)**. Depois da elaboração dos relatórios, foram feitos seis fóruns comunitários e 30 reuniões locais, de abril a julho, em que os 170 participantes definiram as frentes de trabalho e os seis planos de ação. Dos seis bairros envolvidos, quatro estão desenvolvendo projetos para o desenvolvimento econômico da mulher, um está participando das discussões de como melhorar as questões de saúde na comunidade e, o último, planeja criar um projeto visando a erradicação da violência doméstica do bairro. O relatório anual elaborado pelos criadores do projeto dá uma exata dimensão da transfor-

mação que todos esses exercícios de escuta e discussões provocaram nas mulheres das comunidades. **(GRI SO01)**

“O desenvolvimento do trabalho nos territórios de atuação mostram que as mulheres mais atuantes desenvolveram um olhar de transformação sobre a realidade. Criou-se uma situação de indignação em relação às violações de direito, incitando a reflexão sobre as possibilidades de intervenção e buscando promover a mobilização comunitária para trazer mais mulheres do bairro e fortalecer a luta por seus direitos”, afirma o documento. Um dos exemplos da eficácia des-



sa iniciativa no sentido de fortalecer a consciência das mulheres sobre seus direitos foi a elaboração de um plano para captação de recursos no bairro Jundiapéba, em Mogi das Cruzes, que tem o potencial de gerar mudanças socioeconômicas positivas

entre as participantes e beneficiar de maneira indireta toda a região **(GRI EC09)**. As integrantes, que nunca haviam escrito um projeto ou participado de um edital, elaboraram coletivamente o documento, que foi enviado ao Instituto Brasis. Além disso, duas participantes atuaram na revisão do Plano Nacional de Política para as Mulheres do Governo Federal, em Brasília, de maneira alinhada à postura da Kimberly-Clark em relação a políticas públicas que impactem o seu setor de atuação. **(GRI SO05)**

Para saber mais, acesse [mulheratuacao.com.br](http://mulheratuacao.com.br).

RESULTADOS DA PESQUISA MULHER ATUAÇÃO

Mogi das Cruzes		Suzano
<b>548</b>	<b>Número de entrevistados</b>	<b>705</b>
<b>4 em cada 10</b>	<b>Número de mulheres que vivenciaram ou presenciaram situações de discriminação</b>	<b>5 em cada 10</b>
<b>33%</b>	<b>Não trabalham por falta de oportunidade</b>	<b>28%</b>
Para cuidar dos filhos, <b>33%</b> ; necessidade de trabalhar, <b>20%</b>	<b>Motivos para deixar os estudos</b>	Para cuidar dos filhos, <b>26%</b> ; falta de lugar para deixar os filhos, <b>22%</b>
<b>7 em cada 10</b>	<b>Conhecem casos de violência contra a mulher</b>	<b>3 em cada 5</b>
1 - Sentem vergonha 2 - Por dependência financeira 3 - Não conhecem serviços de atendimento e sentem-se inseguras nos locais	<b>Por que não saem de situações de violência</b>	1 - Têm medo da reação do parceiro 2 - Têm vergonha de falar 3 - Por dependência financeira
Falta de vagas, <b>61%</b> ; filas para agendamento, <b>59%</b>	<b>Principais problemas que encontram na saúde pública</b>	Falta de vagas, <b>54%</b> ; filas para agendamento, <b>52%</b>
<b>3 em cada 5</b>	<b>Não tem acesso a informações sobre cidadania e participação das mulheres em seus municípios</b>	<b>3 em cada 5</b>



Idosos participantes do programa Viva Plenamente

# Mentes e corpos em **AÇÃO**

Iniciativas apoiadas pela Kimberly-Clark levam atividade física, cognitiva e cultura a grupos de idosos **(GRI EC08)**

Em uma tarde de clima ameno, um grupo de aproximadamente 100 idosos entra em uma das salas de exibição da Cinemateca Brasileira, na Vila Clementino, em São Paulo. Eles vieram até o local em um ônibus fretado para assistir a um filme e não escondem a empolgação:

formam rodas animadas de bate-papo e trocam ideias sobre o filme após a exibição. Na Zona Leste, outro grupo faz exercícios físicos e alongamento sob orientação de um educador. Esses dois projetos foram apoiados em 2012 pela Kimberly-Clark, dentro do programa Viva Plenamente, da marca

Plenitud®, e demonstram a clara sintonia entre a estratégia e os valores da empresa e suas ações sociais para benefício público.

Na primeira iniciativa, intitulada Circuito Maior Idade, grupos de idosos assistem a sessões de cinema especiais, espetáculos de dança, expo-

sições e peças de teatro e praticam atividades complementares que propiciam a inserção cultural. Durante o ano, 133 pessoas participaram de oficinas e 562 assistiram espetáculos. Organizado pela Via Gutenberg e com envolvimento da São Paulo Cia. de Danças, Cinemateca, Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e pelo grupo de teatro Nau de Ícaros, o projeto busca promover a saúde total e tem como foco a inserção sociocultural com atividades que complementam a programação das instituições e organizações que já atuam com esse público. Além das atividades culturais, os participantes fazem sessões de alongamento e meditação, como forma de aumentar o bem-estar e proporcionar novas experiências culturais e sociais.

O segundo projeto, do Instituto Barrichello Kanaan, leva o mesmo nome do programa da marca Plenitud®, Viva Plenamente, e promove sessões de atividades físicas duas vezes por semana para mais de 200 idosos dos bairros Vila Ré, Penha e Arthur Alvim, na Zona Leste de São Paulo. O método, que faz parte de uma pesquisa de doutorado da professora Cristiane Peixoto, trabalha três aspectos: físico-motor, sócio-afetivo e cognitivo. Seu grande diferencial é treinar também a memória e o raciocínio associado à agilidade, equilíbrio, força e resistência, método que vem demonstrando melhorias significativas na saúde e no bem-estar dos participantes. 

### ONDE A K-C ESTÁ

“A gente faz um esforço para apoiar projetos nas comunidades em que estamos presentes”, diz Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos. Iniciativas de várias áreas são minuciosamente avaliadas antes de integrar a lista de programas com ajuda da K-C, que em 2012 investiu R\$ 2.731.308,71 nessa área (EC08). Por meio da Lei de Incentivo ao Esporte, o Vôlei para Brilhar, da tenista Vanessa Menga, foi um dos beneficiados. Desde maio de 2012, 120 jovens e crianças de 7 a 14 anos, estudantes das escolas públicas de Mogi das Cruzes, participam de aulas e atividades lúdicas duas vezes por semana, no Ginásio Clube Vila Santista. A empresa também doa produtos para o projeto De Bem Com Você – A Beleza Contra o Câncer, em que pacientes aprendem técnicas de automaquiagem, formas de amenizar os sinais causados pelo tratamento e recebem um kit com produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Além disso, a K-C apoia a campanha Pedofilia – Não Feche os Olhos Para Isso, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), feita por meio de redes sociais. Lançada em maio de 2012, obteve um total de 3.720 fãs no Facebook nos meses de setembro, outubro e novembro.

### LISTA COMPLETA DE PROJETOS APOIADOS

- ✓ Projeto Viva Plenamente (Atividade Física no Envelhecimento – Instituto Barrichello Kanaan)
- ✓ Circuito Maior Idade
- ✓ EPROCAD
- ✓ Voleibol Feminino do Esporte Clube Pinheiros
- ✓ Projeto Judô do Futuro – Aurélio Miguel
- ✓ Audiovisual para Jovens
- ✓ Peça teatral ‘A História do Incrível Peixe Orelha’
- ✓ Papo de Música(o)!



# Produzindo qualidade de **VIDA**

Fábrica de Camaçari privilegia mão de obra local e aprimora o mercado introduzindo novos artigos

“Queremos trazer qualidade de vida para o entorno da unidade. Desenvolvemos um plano para que, até 2020, 80% dos trabalhadores sejam de Camaçari”, planeja Ana Paula Bógus, diretora de Recursos Humanos da Kimberly-Clark Brasil. A fábrica, com previsão de inauguração para maio de 2013, já havia contratado 45% do quadro total de funcionários até fevereiro. Destes, 61% são do município e região, o que exigiu um grande esforço por parte dos recrutadores e representa um avanço em relação a políticas de contratação local da empresa.

A fábrica de Camaçari vai produzir, além de fraldas e absorventes, papel higiênico. O Centro de Distribuição (CD) fará a logística de todo o consumo do Nordeste e 70% desse total será produzido na própria unidade. Durante a obra, foram criados 500 empregos, porém quando estiverem funcionando com sua capacidade plena, a fábrica e o CD terão 384 funcionários e vão gerar 1,2 mil empregos indiretos. **(GRI EC9)**



A opção de contratar mão de obra local exigiu da K-C um plano estruturado de treinamento e desenvolvimento. A cidade, apesar de abrigar o Polo Industrial, não tem disponibilidade de

mão de obra qualificada. “Todos os contratados em Camaçari não tinham nenhuma experiência no processo produtivo de fraldas ou absorventes”, diz Marcelo Zenni, gerente da nova unidade. A Kimberly tem um processo voltado ao desenvolvimento técnico profissional, baseado em Educação, Exposição e Experiência (3 E’s). Num primeiro momento, os funcionários tiveram aulas teóricas em Camaçari com especialistas de outras unidades da K-C e professores do Senai. Depois, as turmas viajaram para as unidades K-C no Sudeste e Sul durante três meses para aprender na prática a operar as máquinas. Nesse segundo momento, o treinamento foi dividido em duas fases: primeiro, as turmas foram treinadas e acompanhadas por um operador experiente na máquina em produção normal; e, depois, passaram a operar sozinhas. De volta a Camaçari, eles vão acompanhar a montagem das máquinas, complementando a fase final desse treinamento e já com suas respectivas metas estabelecidas de produção para a fábrica começar a funcionar.

Por meio do Programa de Oportunidades Internas (POI), no qual 40% das vagas são ofertadas internamente, a empresa promove oportunidades de ascensão para seus colaboradores além das promoções por desempenho. De acordo com a política vigente, as vagas geradas para os níveis mais baixos são abertas aos colaboradores terceirizados prioritariamente **(GRI EC07)**

Além de colaborar com o desenvolvimento da região a partir da criação de novos postos de trabalho, a K-C também realiza outras ações. **(GRI EC09)** No ano de 2012, passou a criar novos hábitos de consumo mais sustentáveis na região com a introdução de produtos com maior eficiência e conforto para o usuário, elaborados com os menores danos possíveis ao meio ambiente. **(GRI EC08)**

### Mais produtos

A expectativa é de que a produção local possa alavancar mais vendas no Nordeste, avalia Carolina Kourroski, diretora da divisão Norte/Nordeste. Em 2011, a empresa tinha um market share de 16,1%; em 2012, subiu para 18,2%. A região já é a maior consumidora de fraldas geriátricas e absorventes femininos, e com a presença da K-C está mudando alguns hábitos de consumo. O papel higiênico de folha dupla, que era pouco usual, já corresponde a 20% do consumo na categoria. "Pretendemos que em 2015 ele ocupe 40% do mercado. Nossa meta é ambiciosa, mas exemplos como o de São Paulo e Rio de Janeiro nos mostram que é possível", afirma Carolina. A folha dupla traz vantagens para o consumidor e para a natureza, já que um rolo rende mais do que no

caso da simples, provocando uma série de benefícios como menos descarte e economia no transporte.

Outra melhora observada na região é em relação à qualidade das fraldas. Com mais poder de consumo, as mulheres passaram a escolher produtos do chamado nível dois, que oferecem maior capacidade de absorção do que as mais comuns, que antes representavam quase 50% do mercado **(GRI 2.07)**. "A mãe que trabalha fora e quer dormir toda a noite passou a usar os dois tipos, para poder ter mais qualidade de vida. À noite, garante o descanso tranquilo com as de nível dois; durante o dia, para economizar, usa as mais simples", afirma Carolina. As do nível três, que protegem mais a pele do bebê, também se destacaram nas vendas, segundo a diretora. 



Nova fábrica de Camaçari: estímulo ao desenvolvimento local

# Expansão na busca de NOVOS TALENTOS

Expansão na busca de novos talentos Kimberly-Clark participa de mais feiras de estágios em universidades

"E m agosto de 2013, queremos estar presentes nas feiras de estágios das universidades próximas à nossa nova unidade, em Camaçari, na Bahia, em várias faculdades de periferia", planeja Ana Paula Bogus, diretora de Recursos Humanos na Kimberly-Clark. Em 2012, a empresa já começou a colocar em prática o projeto de tornar a seleção de estagiários mais inclusiva, passando a considerar as universidades Anhembi-Morumbi e de Mogi das Cruzes (UMC). A empresa também participou das feiras da ESPM, Escola Politécnica, Mackenzie e Fundação Armando Álvares Penteado (Faap). "Apesar de a empresa ser multinacional, não pedimos domínio de inglês, já que oferecemos esse benefício internamente. Em 2012, distribuímos 152 bolsas para inglês e 27 para espanhol", diz Ana Paula.

Foram oferecidas 56 vagas nas principais áreas de negócios: finanças, inteligência de mercado, marketing, recursos humanos, operações industriais, logística, vendas, tecnologia da informação e relações públi-



Espaço para jovens: os estagiários Allan Aiach, Victoria Vitrio, Natalia Albertini, Bryann Alves e Ellen Pimenta

cas. O programa tem duração de um ano e meio a dois e oferece aos participantes a oportunidade de atuar em várias áreas de negócio e participar de treinamentos.

A empresa oferece aos estagiários aulas de inglês e espanhol, bolsa-auxílio compatível com o mercado,

além de assistência médica e odontológica, seguro de vida, estacionamento ou vale-transporte, vale-refeição ou refeitório, descanso remunerado após um ano, bolsa adicional por performance, horário flexível (quatro ou seis horas diárias) e redes de convênios e parcerias. 

# Mudança de ROTA

Empresa supera desafio e encontra nova cooperativa para realizar projeto de geração de renda e processamento de refugos

Em 2011, a Kimberly-Clark negociou com o Banco Nacional de Desenvolvimento e Social (BNDES) um crédito social para um projeto de aumento de renda e geração de emprego para catadores de lixo da região da unidade fabril de Suzano. **(GRI EC08)** A ideia era comprar máquinas que transformassem os refugos das fraldas em chapas de aglomerado à base de plástico (chapatex), material que tem mais de 240 aplicações na indústria. A Kimberly-Clark, que já havia feito um projeto anterior de capacitação com os integrantes da Cooperativa de Suzano, fez esforços para formalizar a instituição, oferecendo a assessoria de advogados e especialistas em finanças e recursos humanos, mas não foi possível continuar o processo. “Eles não conseguiram se organizar de forma estruturada e legal para receber os investimentos”, diz Jefferson Correia, gerente de Relações Públicas.

A empresa teve de procurar outra cooperativa e, como não havia nenhuma com as condições necessárias no município, selecionou a Cooperativa Unidos pelo Meio Ambiente (Cruma) de Poá, que recebeu os 350 mil reais de investimento previstos. Em 2012, os cooperados começaram a fazer o treinamento com as máquinas compradas para o projeto ainda em uma instituição parceira, a Mundo Limpo, enquanto preparam o terreno próprio para receber os equipamentos **(GRI EC08)**

“Essa política de gerenciamento de resíduos sólidos tem como objetivo fazer com que os catadores possam ser inseridos no sistema produtivo de forma mais organizada. Isso faz parte de uma estratégia de apoio setorial em que a K-C procura dar condições a eles de fazer um produto pré-industrializado, para serem mais viáveis economicamente”, explica Correia. A meta para 2013 é que



Ação social: Equipe de coletores da CRUMA em Poá. Parceria com a K-C para o reprocessamento de resíduos industriais

a CRUMA comece a produzir e comercializar o produto, aumentando emprego e renda entre seus cooperados. Serão medidos os rendimentos per capita antes e após o início da operação do maquinário, com a expectativa de aumentar em 20% a

renda dos cooperados no primeiro ano. **(GRI EC08)**

A K-C integra por meio da Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) o Acordo Setorial para Logística Reversa das Embala-

gens Pós-Consumo, cuja proposta já foi entregue por uma coligação de Associações e Empresas à ministra do Meio Ambiente, Izabella Mônica Vieira Teixeira, em 19 de dezembro de 2012. “Queremos fazer um acordo setorial geral, por enquanto já as-

sinamos no Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo”, diz Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos. De acordo com estatísticas da Abihpec, em média 13% das embalagens e produtos vendidos são reciclados, por categoria. **(GRI EN27)**

# A favor dos PARCEIROS

Compra faseada ajuda atacadistas especializados a vender mais e planejar desde a logística até a gestão de estoques

Durante 2012, a Kimberly-Clark Brasil incrementou o programa de faseamento de vendas, voltado aos atacadistas contratados que distribuem os produtos da marca no estado de São Paulo. “Fazemos um menu de atividades para eles conseguirem vender o nosso produto. Com isso, conseguimos ganhar market share no segmento em que eles atuam, com pequenas lojas e padarias”, diz Claudio Vilaro, diretor da divisão São Paulo/Sul. Ganharam os clientes, que passaram a vender mais e gerenciar melhor seus estoques, e ganhou a K-C, que já começa a aplicar o modelo em outras regiões e pode programar vendas, produção e entregas com maior antecipação e eficácia.

Denilson Yukio dos Santos, geren-

“Nós preferimos usar os nossos ‘braços’(parceiros) para chegarmos aos pequenos, e nossa condição de líderes nos ajuda”, diz Vilaro

te de Produtos do Atacadista Núcleo, uma das empresas que trabalham com a K-C, diz que o programa reduz a alta concentração de estoques no início do mês, o que permite a negociação de um maior volume de mercadorias: “Além disso, o faseamento reduz a ruptura dos produtos e facilita

o controle de fluxo de caixa, o que é determinante para o sucesso dos negócios”, acrescenta.

O faseamento funciona da seguinte maneira: se as encomendas são feitas de forma programada, em um período determinado, o cliente ganha descontos. “O vendedor da K-C visita o cliente na primeira semana do mês, fecha a negociação, e nas outras três fica livre para ajudar o atacadista a vender”, diz Vilaro. Para convencer o distribuidor a adotar o novo modelo, a empresa, além de dar as vantagens do pacote de negociação, oferece um calendário de atividades com brindes, ações nos clientes do atacadista e campanhas com vendedores. “Tratamos esses clientes como parceiros de negócios fundamentais”, afirma o diretor.



Denilson Yukio, do Atacadista Núcleo, e Alessandro Claudino, executivo K-C: parceria com benefícios para os dois lados

O sucesso desse modelo é tanto que a K-C realiza campanhas anuais com os atacadistas com metas quantitativas e qualitativas de execução, oferecendo viagens aos donos de empresas que atingem os objetivos. Cláudio Vilaro afirma que essa estratégia funciona no curto, médio e longo prazo: o fortalecimento do distribuidor, do atacado especializado e do pequeno comerciante que têm acesso aos produtos de qualidade da K-C, líder em vários segmentos, solidifica uma relação que tem potencial para perpetuar-se através do tem-

po. “Nós preferimos usar os nossos ‘braços’(parceiros) para chegarmos aos pequenos, e nossa condição de líderes nos ajuda”, diz Vilaro.

Na região Sul, uma parceria com um atacadista especializado no canal farma também ajudou a empresa a chegar a pequenos estabelecimentos comerciais. Um plano de negócios elaborado sob medida para a GAM, do empresário Genésio Antônio Mendes, permitiu que a K-C aumentasse o market share na região e pudesse chegar de forma maciça às farmácias. Localizada em Tu-

barão (SC), mas com agilidade para atender 10 mil clientes ativos nos três estados da região Sul, a GAM extrapolou as metas estabelecidas no plano.

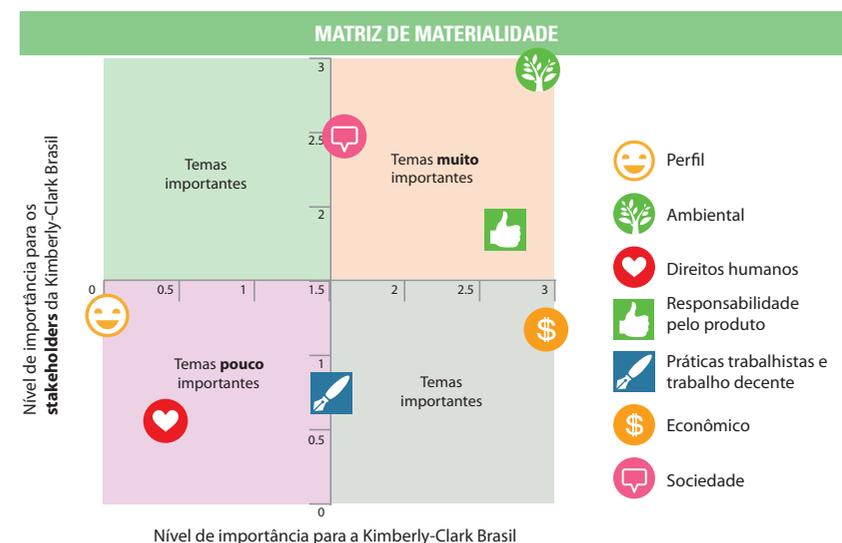
No Paraná, explica Vilaro, as redes de varejo locais muitas vezes conseguem ter uma performance melhor do que as que têm operação global. “Fizemos planos de negócios interessantes e em certos casos preferimos lançar novos produtos com eles, porque são ágeis, nos dão retorno rápido sobre vendas e bons espaços nas gôndolas”, afirma Vilaro.

# Sintonia FINA

A elaboração do relatório é feita a partir de consultas aos diferentes públicos que se relacionam com a empresa

Antes de fazer seu relatório de sustentabilidade, a Kimberly-Clark Brasil procura estabelecer canais de diálogo constantes e diretos com seus stakeholders. A seleção do conteúdo do Relatório de Sustentabilidade ano base 2012 é resultado do teste de materialidade, que procura priorizar os temas mais relevantes para os públicos de interesse de empresa. Internamente, as oportunidades de melhoria são avaliadas pelo Comitê de Sustentabilidade, que propõe ações e é responsável por encaminhar esses temas na companhia. **(GRI 3.5)**

O teste de materialidade foi realizado com 269 pessoas entre clientes, consumidores, fornecedores, público interno, entidades de classe, autoridades das esferas federais, estaduais e municipais, Comissão Interinstitucional, ONGs, órgãos ambientais e K-C Corporation (matriz). **(GRI 4.14)**. A seleção dos entrevistados foi realizada com base no impacto que apresentam para os negócios da K-C e no envolvimento que têm com a empresa para tratar de temas sustentáveis como desenvolvimento de matérias-primas alternativas, comercialização de produto final, ações com comunidade e consumidores, impacto na cadeia de suprimentos, sindicatos, autoridades das regiões onde a empresa tem operações e parceiros em associações empresariais das quais a K-C participa. **(GRI 4.15)** O resultado da consulta evidencia que os stakeholders consultados priorizam os temas Ambiental e Responsa-



bilidade pelo Produto, enquanto Perfil e Direitos Humanos são temas que devem ser menos enfatizados no desenvolvimento do relatório. Confira o diagrama com o resultado do teste de materialidade. **(GRI 4.17)**

Além de conduzir as consultas para o relatório, a Kimberly-Clark participa de diversos fóruns externos no qual mantém diálogo com seus públicos de interesse. A empresa frequenta mensalmente os encontros da diretoria da Associação Brasileira das Indústrias de Higiene, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) e de comitês da Associação Brasileira das Indústrias de Papel e Celulose (Bracelpa). Na região de suas fábricas no Estado de São Paulo, a K-C realiza o projeto Mulher Atuação e participa da Comissão Interinstitucional Municipal de Educação Ambiental (Cimea). **(GRI 4.16)**

## Depoimentos

*“Percebemos na Kimberly-Clark que desde lá atrás os gestores tiveram uma preocupação em fazer uma empresa agradável, com um estilo de gestão que não sacrifique a confiança. Hoje percebemos que a empresa tem este traço, um perfil marcado por um cuidado com a convivência muito grande.”*

**Marco Túlio Zanini**, diretor da empresa de consultoria Symballein e coordenador do Mestrado Executivo na Fundação Getúlio Vargas, no Rio de Janeiro.

*“Parabéns à empresa. O relatório é amplo: aborda as ações, foca todos os temas ligados à sustentabilidade, com ações proativas e significativas. Dá um panorama bem claro das ações da K-C na área.”*

**João Basílio**, presidente da Abihpec

# Sustentabilidade, substantivo FEMININO

Grupo de stakeholders reconhece o papel-chave da mulher para o futuro do planeta

Como está a situação da mulher na vida social e familiar? O que falta conquistar? Quais são os sonhos e desejos dessas novas representantes do sexo feminino, hoje divididas entre o que foram suas mães e o que serão suas filhas? Onde entra a sustentabilidade nesse universo? Ouvimos algumas profissionais que fazem parte do grupo de stakeholders da Kimberly-Clark para saber como está indo, na prática, a tão almejada igualdade entre os gêneros. Numa tarde, numa sala de reuniões da fábrica de Suzano, 14 participantes (veja a lista abaixo) do Projeto Mulher Atuação discutiram esses e outros temas, divididas em grupos. Por telefone, falamos com a carioca Samyra Crespo, que ocupa em Brasília o cargo de secretária de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental (SAIC) do Ministério do Meio Ambiente e com a baiana Camila Valverde, diretora de Sustentabilidade do Walmart.

## Samyra Crespo

“Hoje, no Brasil, temos um cenário completamente diferente do que tínhamos dez anos atrás. Antes do governo do ex-presidente Lula e agora da presidenta Dilma, tínhamos uma agenda feminista muito importante, mas estava



Exercício de democracia: participantes do projeto Mulher Atuação reúnem-se para definir o foco do trabalho

rotulada como feminista. Nesses dez anos que culminaram com a eleição de Dilma, isso mudou: agora trata-se de uma agenda de desenvolvimento, em que a mulher tem um papel estratégico. Todas as pessoas estão pensando e atuando no campo da sustentabilidade. Podemos olhar para o ‘segmento mulheres’ de maneira entusiasmada; não temos só vítimas de violência ou desigualdade, mas também os exemplos positivos das que já alcançaram posições de liderança. Cabe a esses líderes incluir cada vez mais mulheres na tomada de decisão.”

## Camila Valverde

“Eu acho que a situação da mulher melhorou muito nos últimos anos, por causa do ingresso no mercado de trabalho. Na década de 70, a média era de mais ou menos 20% e, hoje, já tem mais de 50%. Tem acontecido uma evolução, mas o caminho ainda é longo, pois as mulheres não ascendem na carreira na mesma proporção que os homens. Conforme os níveis hierárquicos vão subindo, o percentual de mulheres vai diminuindo. Outro ponto que precisa melhorar é o problema da violência. O Brasil é democrático, aber-

to, um país da moda, mas ocupamos o sétimo lugar no ranking de violência contra a mulher. Eu acho importante fazer a ligação do tema sustentabilidade e mulheres. A gente não consegue falar de desenvolvimento sustentável para valer se não incluirmos o crescimento das mulheres, pois são metade da população mundial. ”

### Ana Lúgia Veloso de Deus

“Em relação a fortalecer a atuação da mulher, como a maioria de nós é agente comunitária, nosso trabalho é fundamental para isso. Se uma mulher vai até uma delegacia, o delegado não sabe qual a real situação dela, nunca foi até sua casa. E nós estamos todo dia lá. Elas nos contam coisas que não falam nem para os pais. Hoje temos acesso a essa casa, sentamos no sofá e podemos indicar onde ela pode procurar ajuda até se restabelecer na vida. Não adianta falar para ela pegar seus filhos e ir para debaixo da ponte, ela vai preferir continuar apanhando. Eu conheço pessoas que são assim, que aguentaram anos apanhando, porque não estudaram, vieram dos cafundós. Acho que os agentes comunitários e o Centro de Referência de Assistência Social (Cras) têm um papel muito importante, que é mostrar que ela pode fazer um curso, se sustentar, arrumar um emprego... Em relação às práticas de sustentabilidade, acho que a mulher deve dar exemplo e incentivo para as crianças com quem convive.”

### Eliã dos Santos Silva

“Sobre o papel da mulher na sociedade, eu percebo que ele vai além dos



Samyra Crespo – Secretária de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental do Ministério do Meio Ambiente

### Maria Auxiliadora Pereira da Costa

“Nós fizemos uma reflexão no grupo e chegamos à conclusão de que a maioria das mulheres é submissa, fica restrita aos cuidados com a casa, filhos e marido. Mas essa emancipação não é tão fácil, requer a questão financeira. Nós vivemos em uma sociedade machista, a maioria das mulheres não sabe dos seus direitos, ainda existe a herança intergeracional, porque a avó ou a mãe não trabalharam fora... Às vezes, você acaba educando os filhos assim também, a mãe faz tudo e o homem, quando casa, quer que a companheira faça tudo também. E fica mais difícil a mulher se emancipar sozinha, por isso é importante participar de um grupo. A luta isolada é mais difícil”.

afazeres domésticos, além das responsabilidades de ser mãe e esposa, apesar de vivermos em uma sociedade machista. De certa forma, a mulher muitas vezes até contribui para que essa ideologia machista se perpetue, se propague. Talvez pela falta de conhecimento, ou por causa do ambiente cultural em que viveu, ela termina formando os filhos da mesma forma que ela foi formada, ensinada. Nós sabemos que isso precisa mudar e aos poucos vem mudando. Na verdade, nós queremos que a mulher tenha vez e voz, possa construir a sua própria história como um ser intelectual, social e subjetivo, alguém que tenha tanto conhecimento quanto os homens.”

“Nós queremos que a mulher tenha vez e voz, possa construir a sua própria história como ser intelectual, social e subjetivo”

#### Lista de representantes do Projeto Mulher Atuação no encontro:

- Maria Auxiliadora Pereira da Costa
- Talita Gifone Teixeira
- Alessandra Ferreira
- Karla Caroline de Melo Garbelotto
- Marta Vieira
- Miriam Elídio Cruz
- Magna Schneider de Almeida
- Naiara Aline Silva Couto
- Joelma Nascimento de Carvalho
- Ana Lúgia Veloso de Deus
- Simone Valezini
- Eliã dos Santos Silva
- Débora Garcia
- Camila Taceli

# Índice GRI

O índice remissivo GRI é utilizado para mostrar quais indicadores da versão G3.1 da *Global Reporting Initiative* (GRI) foram respondidos neste relatório da Kimberly-Clark Brasil. A tabela mostra as páginas do relatório que contém informações que respondem cada indicador. **(GRI 3.12)**

Referência	Indicador / Pacto Global	Respondido	Página
GRI 01.01	Declaração do presidente	Totalmente	5
GRI 01.02	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	Totalmente	5
GRI 02.01	Nome da organização	Totalmente	16
GRI 02.02	Principais marcas, produtos e/ou serviços	Totalmente	20, 23
GRI 02.03	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures.	Totalmente	16, 17, 18, 19
GRI 02.04	Localização da sede da organização.	Totalmente	4
GRI 02.05	Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.	Totalmente	18
GRI 02.06	Tipo e natureza jurídica da sociedade	Totalmente	4
GRI 02.07	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários)	Totalmente	16, 18, 23, 72
GRI 02.08	Porte da organização, incluindo: número de empregados; vendas líquidas; capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido; quantidade de produtos ou serviços oferecidos.	Parcialmente	18, 21, 22, 34
GRI 02.09	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária, incluindo: localização ou mudança nas operações, inclusive abertura, fechamento e expansão de unidades operacionais; mudanças na estrutura de capital social e outra formação de capital; manutenção ou alteração nas operações (para org. do setor privado)	Totalmente	5
GRI 02.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	Totalmente	82
GRI 03.01	Período coberto pelo relatório	Totalmente	4
GRI 03.02	Data do relatório anterior	Totalmente	4
GRI 03.03	Ciclo de emissão de relatórios	Totalmente	4
GRI 03.04	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo.	Totalmente	4
GRI 03.05	Processo para a definição do conteúdo do relatório (incluindo determinação da materialidade; priorização de temas dentro do relatório; identificação de quais stakeholders a organização espera que usem o relatório).	Totalmente	78
GRI 03.06	Limite do Relatório (países, divisões, subsidiárias, joint ventures, fornecedores, instalações arrendadas).	Totalmente	4
GRI 03.07	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite da GRI. <b>Resposta 2012: A K-C mantém a classificação A+ de seu relatório de sustentabilidade. O conteúdo deste relatório abrange os impactos econômicos, ambientais e sociais da organização e suas metas para os próximos anos, permitindo o acompanhamento da evolução da Cia na gestão da sustentabilidade ao longo dos anos. No entanto, é importante enfatizar que, por ter capital fechado, as informações financeiras da Kimberly-Clark Brasil não poderão ser detalhadas.</b>	Totalmente	81
GRI 03.08	Base para a elaboração do Relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações. <b>Resposta 2012: Não houve alterações no último exercício.</b>	Totalmente	81
GRI 03.09	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório. <b>Resposta 2012: Assim como no ano anterior, todas as informações são apresentadas com base em números consolidados e em reais, de acordo com os padrões brasileiros de contabilidade e a legislação societária vigente. Caso a técnica de medição e/ou a base de cálculos sejam distintas, haverá, sempre que necessário, nota explicativa ao longo dos textos.</b>	Totalmente	81

## REFERÊNCIAS

Referência	Indicador / Pacto Global	Respondido	Página
GRI 03.10	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio, em métodos de medição). <b>Resposta 2012: Para esta publicação não houve reformulações das informações publicadas nos anos anteriores.</b>	Totalmente	82
GRI 03.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório. <b>Resposta 2012: Em relação aos relatórios anteriores, não há mudanças significativas.</b>	Totalmente	82
GRI 03.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório. <b>Resposta 2012: No final da publicação há o índice remissivo e a tabela com o sumário de conteúdo do Global Reporting Initiative (GRI) informando onde podem ser encontrados os indicadores respondidos no Relatório de Sustentabilidade Kimberly-Clark Brasil 2012.</b>	Totalmente	82
GRI 03.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório. Se a verificação não for incluída no relatório de sustentabilidade, é preciso explicar o escopo e a base de qualquer verificação externa fornecida, bem como a relação entre a organização relatora e o(s) auditor(es).	Totalmente	88
GRI 04.01	Estrutura de governança da organização, incluindo comitês sob o mais alto órgão de governança responsável por tarefas específicas, tais como estabelecimento de estratégia ou supervisão da organização.	Totalmente	37, 38
GRI 04.02	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança seja um diretor executivo (e, se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição).	Totalmente	36
GRI 04.03	Para organizações com uma estrutura administrativa unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	Totalmente	37
GRI 04.04	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança. Inclua referência a processos relativos a: uso de deliberações de acionistas ou outros mecanismos que permitam aos acionistas minoritários expressar opiniões à alta direção; informações e consulta aos empregados sobre as relações de trabalho com órgãos de representação formal, como comissões de trabalhadores, em nível organizacional e representação de empregados no mais alto órgão de governança. <b>Resposta 2012: Os canais de comunicação que a empresa são: "Café com Idéias", encontro no qual um grupo de colaboradores se encontram com o Presidente ou um diretor para uma conversa aberta sobre diversos assuntos, dentre eles, os negócios da Cia."Falando de Negócios": reuniões na qual os líderes falam diretamente sobre suas experiências e desafios para grupos de estagiários ou aberto. Outros canais diretos de comunicação são as Reuniões Trimestrais e Anual de Resultados, a cascata semanal que toda a diretoria faz com suas equipes relatando os principais temas discutidos na reunião de diretoria. Nas fábricas, há ainda Reuniões Mensais de Resultados e performance das operações e o Canal Interativo, uma adaptação do Café com Idéias porém o encontro é com o gerente da unidade. A empresa também conta com uma linha de 0800 para reporte de violação do Código de Conduta e outros assuntos de natureza ética. Esta linha é operada por empresa independente, localizada nos EUA com atendentes que falam português. Os reportes são encaminhados para a diretoria jurídica da K-C Brasil, presidência e/ou diretores que possam tratar deste tema localmente, mantendo a confidencialidade da identificação do denunciante.</b>	Totalmente	62, 82
GRI 04.05	Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança, diretoria executiva e demais executivos (incluindo acordos rescisórios) e o desempenho da organização (incluindo desempenho social e ambiental).	Totalmente	9
GRI 04.06	Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados	Totalmente	24
GRI 04.07	Processo para determinação das qualificações e conhecimento dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas a temas econômicos, ambientais e sociais	Totalmente	38
GRI 04.08	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação. Explique até que ponto eles são aplicados na organização em regiões e departamentos/unidades diferentes e relacionam-se a normas acordadas internacionalmente	Totalmente	24
GRI 04.09	Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios	Totalmente	32, 39
GRI 04.10	Processos para auto-avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com o respeito ao desempenho econômico, ambiental e social	Totalmente	39
GRI 04.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução. O artigo 15 dos Princípios do Rio introduziu o princípio da precaução. A resposta ao item 4.11 poderia relatar a abordagem da organização para gestão de risco no planejamento operacional ou no desenvolvimento e introdução de novos produtos	Totalmente	32

Referência	Indicador / Pacto Global	Respondido	Página
GRI 04.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa. Inclua a data da adoção e países/unidades operacionais em que são aplicados e a gama de stakeholders envolvidos no desenvolvimento e governança dessas iniciativas.	Totalmente	28
GRI 04.13	Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização: possui assento em grupos, responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês, contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada; considera estratégica sua atuação como associada. <b>Resposta 2012: A Kimberly-Clark tem representante na diretoria da ABIHPEC (Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Perfumaria e Cosmético) no qual contribui para a discussão soluções de questões comuns relacionadas ao setor. Em 2012, a empresa participou das discussões sobre estratégias de apoio à defesa do setor diante do Projeto de Lei 5921/01, que trata da publicidade para artigos infanto-juvenis em diversas áreas. A Kimberly-Clark integra a CIMEA (Comissão Interinstitucional Municipal de Educação Ambiental) responsável pela criação da Lei 4614/12 que implementou a Política e o Sistema de Educação Ambiental no Município de Suzano (SP). Em 2011 a K-C passou a integrar o Comitê de Bacias do Tietê.</b>	Totalmente	83
GRI 04.14	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	Totalmente	78
GRI 04.15	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar.	Totalmente	78
GRI 04.16	Abordagens para engajamento dos Stakeholders, incluindo a frequência do engajamento por tipo e grupos de stakeholders. (podem ser incluídos levantamentos, grupos de discussão, comitês comunitários, comitês de assessoria corporativa, comunicações por escrito, estruturas gerenciais e sindicais, etc.)	Totalmente	67, 78
GRI 04.17	Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos stakeholders e que medidas a organização tem adotado para tratá-los. <b>Resposta 2012: A empresa irá descrever as medidas adotadas para tratar os temas materiais ao longo do Relatório.</b>	Totalmente	78, 83
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO</b>			
GRI EC01	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos	Totalmente	34, 35
GRI EC02	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas. (PG7)	Parcialmente	33
GRI EC03	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.	Totalmente	64
GRI EC04	Ajuda financeira significativa recebida do governo. <b>Resposta 2012: Temos empréstimos com o BNDES, o qual entendemos que não se trata de ajuda, e sim uma operação financeira de captação de recursos comum do mercado.</b>	Totalmente	83
GRI EC06	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	Totalmente	51
GRI EC07	Procedimentos para contratação local e proporção de membros de alta gerência recrutados na comunidade local (entorno da empresa) em unidades operacionais importantes (PG6)	Totalmente	72
GRI EC08	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infra-estrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de engajamento comercial, em espécie ou atividades pro bono.	Totalmente	43, 49, 69, 70, 72, 74, 75
GRI EC09	Identificação e descrição de impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos.	Totalmente	68, 71, 72
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL</b>			
GRI EN01	Materiais usados por peso ou volume (PG8)	Totalmente	50
GRI EN02	Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem. (PG8) (PG9)	Totalmente	52
GRI EN03	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária (PG8)	Totalmente	46
GRI EN04	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária. (PG8)	Parcialmente	49
GRI EN05	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência. (PG8) (PG9)	Totalmente	30, 49
GRI EN06	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energia gerada por recursos renováveis, e a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas. (PG8) (PG9)	Totalmente	20, 45, 51, 52, 57
GRI EN07	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas (PG8) (PG9)	Totalmente	47

## REFERÊNCIAS

Referência	Indicador / Pacto Global	Respondido	Página
GRI EN08	Total de retirada de água por fonte (PG8)	Totalmente	53
GRI EN11	Localização e tamanho da área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacentes a elas, e áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. (PG8)	Totalmente	19, 58
GRI EN12	Descrição de impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços em áreas protegidas e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. (PG8)	Totalmente	58
GRI EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso (PG8)	Totalmente	45, 46
GRI EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso. (PG8)	Totalmente	46
GRI EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso. (PG8)	Totalmente	47
GRI EN20	NOx, SOx, e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso. (PG8)	Totalmente	47
GRI EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação. (PG8)	Totalmente	55
GRI EN22	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição. (PG8)	Parcialmente	52
GRI EN23	Número e volume de derramamentos significativos. (PG8) <b>Resposta 2012: Não ocorreram derramamentos no período.</b>	Totalmente	84
GRI EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos (PG7) (PG8) (PG9)	Totalmente	21, 43, 44
GRI EN27	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produtos. (PG8) (PG9)	Totalmente	75
GRI EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais. (PG8) <b>Resposta 2012: A empresa não teve multas significativas ou sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais.</b>	Totalmente	84
GRI EN29	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores (PG8)	Totalmente	47
GRI EN30	Total de investimentos e gastos com proteção ambiental e especificação, por tipo. Definir os tipos de gastos. (PG7) (PG8) (PG9)	Totalmente	47
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A DIREITOS HUMANOS</b>			
GRI HR01	Percentual e número total de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos. (PG1) (PG2) (PG3) (PG4) (PG5) (PG6)	Totalmente	25
GRI HR02	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas. (PG1) (PG2) (PG3) (PG4) (PG5) (PG6)	Totalmente	25
GRI HR03	Total de horas de treinamento para empregados em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo o percentual de empregados que recebeu treinamento. Incluir tipo de treinamento, número de empregados treinados e duração média dos treinamentos (PG1) (PG2) (PG3) (PG4) (PG5) (PG6)	Totalmente	25
GRI HR04	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas. (PG1) (PG2) (PG6) <b>Resposta 2012: Não houve casos de discriminação de qualquer natureza.</b>	Totalmente	84
GRI HR05	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar este direito. (PG1) (PG2) (PG3) <b>Resposta 2012: A K-C entende que os sindicatos são parte atuante da sociedade e contribui para o processo democrático, sendo assim, a empresa abre suas portas para que os sindicatos venham fazer o processo de associação dos funcionários, inscrevendo-os, e em 2012 não houve nenhuma operação com o risco de exercer seu direito a associação.</b>	Totalmente	84
GRI HR06	Operações identificadas como risco de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.	Totalmente	33
GRI HR07	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo.	Totalmente	33
GRI HR08	Percentual do pessoal de segurança submetido a treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a aspectos de Direitos Humanos que sejam relevantes às operações. Incluir tipo de treinamento, número de pessoas treinadas e duração média do treinamento.	Totalmente	25
GRI HR09	Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas. <b>Resposta 2012: Não houve casos de violação de direito dos povos indígenas nas regiões onde a K-C tem operação. Com relação à cadeia de fornecedores para a compra de celulose, a K-C só compra celulose de fornecedores certificados pelo Imaflo e que possui o selo FSC. Isso nos dá a garantia não só do cuidado com as questões ambientais, mas também com o cuidado envolvendo as comunidades do entorno das plantações e recursos humanos empregados no plantio e no corte das árvores, que são provenientes de florestas plantadas. A K-C não compra matéria proveniente de florestas virgens, pois o eucalipto empregado na produção da celulose é uma árvore exótica e que não faz parte da mata nativa do Brasil.</b>	Totalmente	84

Referência	Indicador / Pacto Global	Respondido	Página
GRI HR10	Porcentagem e número total de operações que foram sujeitas a avaliações referentes a Direitos Humanos e/ou avaliações de impactos. <b>Resposta 2012: No ano de 2012, houve 34 denúncias registradas na hot line da Kimberly-Clark. Todas as denúncias foram investigadas e apenas 03 delas foram confirmadas e fundamentadas: medidas foram tomadas para correção dos problemas, inclusive com demissão dos funcionários envolvidos. No entanto, nenhuma das denúncias teve qualquer relação com questões de Direitos Humanos.</b>	Parcialmente	85
GRI HR11	Número de queixas relacionadas ao campo de Direitos Humanos, endereçadas e resolvidas através de mecanismos formais de queixas. <b>Resposta 2012: Não foram recebidas queixas formais no ano de 2012.</b>	Totalmente	85
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DESCENTE</b>			
GRI LA01	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	Parcialmente	19, 62
GRI LA02	Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região.	Parcialmente	85
GRI LA04	Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.	Totalmente	66
GRI LA05	Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva. <b>Resposta 2012: O prazo é de seis meses e não está especificado em acordo ou convenção coletiva. A K-C realiza esta notificação por iniciativa própria.</b>	Totalmente	85
GRI LA07	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região	Parcialmente	62
GRI LA08	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves.	Totalmente	61
GRI LA10	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.	Parcialmente	24
GRI LA11	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para gerenciar a carreira.	Totalmente	64
GRI LA12	Análises de desempenho e desenvolvimento de carreira	Totalmente	64
GRI LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.	Totalmente	39
GRI LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional.	Totalmente	66
GRI LA15	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença-maternidade e licença-paternidade, por gênero.	Totalmente	66
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO</b>			
GRI PR01	Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos na saúde e segurança são avaliados visando melhoria, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos.	Totalmente	33, 42
GRI PR03	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências. <b>Resposta 2012: Os produtos da K-C visam atender as necessidades de consumidores e shoppers e aposta no viés sustentável para agregar valor ao seu produto. Nesta temática, citamos a a apresentação do selo FSC (utilização de madeiras certificadas) e, na divisão profissional, do selo Green Building Council para todas as embalagens e dispensers da linha profissional. 100% de nossos produtos possuem algum órgão que regulamenta algum item de rotulagem, seja os dizeres obrigatórios para produtos regulados pela ANVISA, INMETRO ou outros específicos. seguir, os regulamentos que a K-C segue: * Lei nº8.078, de 11 de setembro de 1990 - Proteção do consumidor; * Decreto nº 79094, de 05 de janeiro de 1977 - Regulamenta a lei nº6.360/1976; * Resolução RDC no 211, de 14 de julho de 2005. * Definição e classificação de produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes; * Resolução RDC no 03 de 18 de janeiro de 2012 - Lista restritiva de cosméticos; * Resolução RDC nº 30, de 01 de junho de 2012 - Regulamento Técnico sobre Protetores Solares em Cosméticos; * Resolução - RDC Nº 47, de 16 de março de 2006 - Lista de Filtros Ultravioletas Permitidos para Cosméticos; * Resolução - RDC nº343, de 13 de dezembro de 2005 - Notificação de Cosméticos Grau 1; * Resolução - RDC nº 19 de 01 de junho de 2012 - Conservantes em cosméticos; * Resolução - RDC nº 38, de 21 de março de 2001 - Cosméticos Infantis; * Resolução nº 10, de 21 de outubro de 1999 - Comunicação Prévia de Absorventes Higiênicos Descartáveis; * Portaria nº1480, de 31 de dezembro de 1990 - normas e requisitos técnicos para absorventes higiênicos descartáveis (absorventes e fraldas); *Pareceres técnicos para cosméticos emitidos pela Câmara Técnica de Cosméticos/ANVISA; *Resolução nº44 de 09 de agosto de 2012 - Corantes para Cosméticos; * Resolução - RDC nº 48, de 16 de março de 2006 - lista de substâncias que não podem ser utilizadas em cosméticos; * Resolução - RDC nº 332, de 01 de dezembro de 2005 - Cosmetovigilância; * Portaria INMETRO/MDIC nº 157 de 19/08/2002 - Declaração do conteúdo nominal de produtos premedidos; * Resolução RD 59 de 17 de dezembro de 2010 - requisitos para notificação e registro de saneantes; * Resolução RDC 40 de 05 de junho de 2008 - regulamento para produtos de limpeza; * Resolução RDC 42 de 13 de agosto de 2009 - procedimento para notificação de saneantes de risco 1; * Resolução RDC 14 de 28 de fevereiro de 2007 - regulamento técnico para saneantes com ação antimicrobiana; * Guia para Confecção de Rótulos - Produtos Notificados - Saneantes Notificados; * link no portal ANVISA* Norma Regulamentadora nº 6 - Ministério do Trabalho - Equipamento de Proteção Individual; *Portaria nº 121 de 30 de setembro de 2009 - Normas técnicas de ensaios e os requisitos obrigatórios aplicáveis aos EPI enquadrados no Anexo I da NR-6. Em 2012, nos adequamos às diretrizes da RDC 59 de 27 de Junho de 2000, que estabelece as Boas práticas de fabricação de produtos médicos.</b>	Totalmente	85

# Anexo

## Tabela de rotatividade (GRI LA 02)

Referência	Indicador / Pacto Global	Respondido	Página
GRI PR05	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas	Totalmente	42
GRI PR06	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio. <b>Resposta 2012: A K-C, como anunciante, está sujeita às normas de autorregulamentação publicitária afixadas pelo CENP (Conselho Executivo de Normas Padrão) e é submetida ao CONAR. Além de seguir as políticas desenvolvida pela corporação. A empresa também faz parte da Associação Brasileira de Anunciantes - ABA. A K-C é associada ao CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, seguindo rigorosamente as regras estabelecidas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, visando assegurar uma comunicação ética e adequada aos seus consumidores, respeitando seus concorrentes, além de seguir as políticas desenvolvidas pela corporação. A empresa também faz parte da Associação Brasileira de Anunciantes - ABA, que discute os principais temas relacionados ao setor. Como Anunciante, está ciente e acompanha as normas fixadas pelo CENP (Conselho Executivo de Normas Padrão) a fim de verificar se seus contratos com agências e órgãos de comunicação estão de acordo com as normas estabelecidas.</b>	Totalmente	86
GRI PR07	Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado.	Totalmente	42
GRI PR08	Número total de reclamações comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes.	Totalmente	42
GRI PR09	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços.	Totalmente	33

### INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL

GRI SO01	Percentual de operações implementadas com o envolvimento da comunidade local, avaliações de impacto e programas desenvolvidos. (identificar o nº total de operações; identificar envolvimento com a comunidade; relatar o percentual de operações com o envolvimento da comunidade.)	Parcialmente	58, 67, 68
GRI SO02	Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção.	Totalmente	24
GRI SO03	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.	Totalmente	24, 25
GRI SO04	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	Totalmente	25
GRI SO05	Posição quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.	Totalmente	68
GRI SO08	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos. <b>Resposta 2012: Em 2012 não houve multas significativas ou sanções não monetárias de não conformidade com leis e regulamentos.</b>	Totalmente	86
GRI SO09	Operações com impactos negativos significativos potenciais e reais nas comunidades locais. <b>Resposta 2012: Não foram identificadas operações com impactos negativos significativos e potenciais/reais.</b>	Totalmente	86
GRI SO10	Medidas de prevenção e mitigação implementadas em operações com impactos negativos significativos potenciais e reais em comunidades locais. <b>Resposta 2012: Como não foram levantadas operações com impactos negativos significativos, essas medidas são somente preventivas, sendo elas: educação ambiental, proteções contra derramamentos, valvulas duplas para evitar spills ao rio e travas duplas em sistemas de emissão atmosféricas para evitar descargas indesejadas.</b>	Totalmente	86

### Rotatividade de empregados

Filial	Faixa Etária	Taxa de rotatividade - Iniciativa do empregado			Taxa de Rotatividade - Iniciativa da empresa		
		FEMININO	MASCULINO	TOTAL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
CDMA	Até 30 anos	0%	1%	1%	43%	12%	13%
	De 31 a 34 anos	0%	0%	0%	0%	19%	16%
	De 35 a 44 anos	0%	3%	3%	33%	9%	11%
	De 45 a 54 anos	0%	7%	5%	0%	0%	0%
	<b>Total</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>20%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>
CORREIA PINTO	Até 30 anos	0%	1%	1%	0%	1%	1%
	De 31 a 34 anos	0%	0%	0%	50%	0%	2%
	De 35 a 44 anos	0%	2%	2%	33%	7%	8%
	De 45 a 54 anos	0%	10%	10%	0%	5%	5%
	<b>Total</b>	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
ELDORADO	Até 30 anos	7%	9%	8%	30%	27%	27%
	De 31 a 34 anos	0%	9%	4%	6%	29%	18%
	De 35 a 44 anos	2%	0%	1%	13%	13%	13%
	De 45 a 54 anos	0%	0%	0%	11%	22%	18%
	<b>Total</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>16%</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>
FARIA LIMA	Acima de 55 anos	0%	0%	0%	33%	17%	20%
	Até 30 anos	15%	11%	13%	5%	14%	10%
	De 31 a 34 anos	11%	8%	10%	11%	17%	14%
	De 35 a 44 anos	1%	7%	4%	10%	24%	18%
	De 45 a 54 anos	0%	3%	2%	19%	6%	11%
<b>Total</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>17%</b>	<b>13%</b>	
MOGI DAS CRUZES	Acima de 55 anos	0%	0%	0%	0%	40%	40%
	Até 30 anos	0%	2%	2%	6%	4%	4%
	De 31 a 34 anos	6%	2%	3%	0%	6%	5%
	De 35 a 44 anos	0%	1%	1%	8%	9%	9%
	De 45 a 54 anos	0%	1%	1%	0%	9%	9%
<b>Total</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	
RECIFE	Até 30 anos	0%	0%	0%	13%	0%	8%
	De 31 a 34 anos	0%	0%	0%	100%	0%	33%
	De 35 a 44 anos	0%	0%	0%	0%	20%	14%
	<b>Total</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>18%</b>	<b>9%</b>	<b>14%</b>
SUZANO	Até 30 anos	7%	4%	5%	13%	7%	9%
	De 31 a 34 anos	6%	4%	4%	6%	11%	10%
	De 35 a 44 anos	4%	1%	2%	4%	9%	8%
	De 45 a 54 anos	0%	0%	0%	7%	3%	4%
	<b>Total</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>

# Um olhar de FORA

Por recomendação da Global Reporting Initiative (GRI) e visando a conferir maior transparência ao processo de reporting, a Kimberly Clark Brasil submeteu mais uma vez seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa. O trabalho foi realizado pela Profª Dra. Priscila Borin Claro, Doutora em Administração, Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal de Lavras, Mestre em Gestão Social, Ambiente e Desenvolvimento, pela Universidade de Wageningen (WUR) na Holanda **(GRI 3.13)** e Professora do Insper, Instituto de Ensino e Pesquisa de São Paulo.

**Forma:**

O texto apresenta os temas materiais bem como o processo pelo qual a materialidade foi definida, com a participação de diversos stakeholders em diferentes ocasiões. O detalhamento e as explicações sobre as escolhas estratégicas conferem ao material capacidade educativa e de conscientização sobre a sustentabilidade. Finalmente, neste quesito forma, a apresentação dos depoimentos ao longo do texto é inovadora na forma de comunicar a percepção dos stakeholders e suas relações com a K-C.

**Desempenho reportado:**

Um dos indicadores reportados se refere a SO04 e em sua resposta consta o que é feito em casos de violações e denúncias em relação ao Código de ética. Seria interessante que houvesse um detalhamento um pouco maior se tratando de eventuais ocorrências no ano de 2012, trazendo uma percepção mais completa sobre o assunto. O relato apresenta também resultados que não foram tão positivos no ano de 2012, como, por exemplo, multas e sanções que a empresa sofreu, o que confere transparência ao relatório. A fim de garantir ainda mais equilí-

brio e transparência, seria interessante reportar de forma mais detalhada, explicando melhor as informações da tabela RADAR. Dessa forma poderia se compreender melhor as razões pelas quais as metas sobre alguns indicadores (como GRIHR10, SO1 e SO5) não puderam ser atendidas. Por fim, no que tange aos indicadores HR03, HR01, HR02 e HR08, embora a K-C reporte sua conduta em relação a eles, sugere-se ainda como desenvolvimento futuro apresentar os resultados alcançados.

**Compromissos e Metas:**

A K-C se compromete com metas de desempenho sustentável alinhado com o prazo do planejamento estratégico. Ainda sobre comparabilidade, o relatório apresenta vários indicadores e comparações dos desempenhos ao longo dos anos o que propicia ao leitor verificar os resultados alcançados. Um ponto que poderia ser mais bem detalhado é a respeito das metas do corpo diretivo. No indicador GRI4.10 consta a informação que estes colaboradores possuem exclusivamente metas financeiras. Seria importante detalhar se os colaboradores K-C possuem metas socioambientais e em

que níveis hierárquicos. De forma geral, a K-C evidencia que Sustentabilidade está integrada a estratégia da empresa. Neste relatório uma das decisões importantes da empresa, quanto ao investimento em

Camaçari, confirma ainda mais esta integração, pois tal iniciativa pode ser comparada ao desenvolvimento de um cluster regional que irá gerar benefícios econômicos, sociais e ambientais para diversos stakeholders.

A partir desta avaliação afirmo que o relatório apresenta os requisitos para que seja avaliado como nível A+.”

São Paulo, Maio 2013  
Profª Dra. Priscila Borin Claro

## Nível de Aplicação GRI

K-C Brasil cumpre as exigências para atingir o nível A+ do Relatório de Sustentabilidade

Nível de Aplicação do Relatório	C	C+	B	B+	A	A+
<b>Perfil da G3</b> RESULTADO	Resposta aos itens: 1.1; 2.1 a 2.10; 3.1 a 3.8; 3.10 a 3.12; 4.1 a 4.4, 4.14 a 4.15		Resposta a todos critérios elencados para o Nível C mais: 1.2; 3.9, 3.13; 4.5 a 4.13, 4.16 a 4.17		O mesmo exigido para o Nível B	
<b>Informações sobre a Forma de Gestão da G3</b> RESULTADO	Não Exigido	Com Verificação Externa	Informações sobre a Forma de Gestão para cada Categoria de Indicador	Com Verificação Externa	Forma de Gestão divulgada para cada Categoria de Indicador	Com Verificação Externa
<b>Indicadores de Desempenho da G3 &amp; Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial</b> RESULTADO	Resposta a um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Social, Econômico e Ambiental		Resposta a um mínimo de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Econômico e Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas, Sociedade, Responsabilidade pelo Produto		Resposta a cada Indicador essencial da G3 e do Suplemento Setorial* com a devida consideração ao Princípio da Materialidade de uma das seguintes formas: (a) respondendo ao Indicador ou (b) explicando o motivo da omissão	

\* Suplemento Setorial em sua versão final

Em linhas gerais o relatório da K-C, além de informar sobre o planejamento e gestão da empresa, apresenta relatos importantes sobre como a empresa tem criado valor para seus diversos stakeholders no triple bottom line, seguindo os princípios de Sustentabilidade Estratégica, Responsabilidade Social Corporativa e Ética.

**Escopo:**

Os indicadores selecionados para publicação são adequados dado o escopo do negócio da K-C.



## Declaração Exame do Nível de Aplicação pela GRI

A GRI neste ato declara que Kimberly-Clark Brasil apresentou seu relatório “Essencial - Relatório de Sustentabilidade 2012” para o setor de Serviços de Relatório da GRI, que concluiu que o relatório atende aos requisitos de Nível de Aplicação A+.

Os Níveis de Aplicação da GRI comunicam quanto do conteúdo das Diretrizes G3.1 foi aplicado no relatório de sustentabilidade enviado. O Exame confirma que o conjunto e número de itens de divulgação exigidos para aquele Nível de Aplicação foram cobertos pelo relatório e que o Sumário de Conteúdo da GRI é uma representação válida das informações exigidas, conforme descritas nas Diretrizes G3.1 da GRI. Para a metodologia, ver [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Os Níveis de Aplicação não fornecem um parecer sobre o desempenho de sustentabilidade da organização relatora nem sobre a qualidade das informações contidas no relatório.

Amsterdã, 21 de maio 2013

Nelmara Arbex  
Vice-Presidente  
Global Reporting Initiative



O “+” foi acrescentado a este Nível de Aplicação porque Kimberly-Clark Brasil submeteu (parte de) seu relatório a verificação externa. A GRI aceita a soberania da própria organização na escolha da organização responsável pela verificação externa e na decisão do escopo da verificação.

A Global Reporting Initiative (GRI) é uma organização baseada em redes pioneira no desenvolvimento da estrutura para elaboração de relatórios de sustentabilidade mais usada no mundo e está comprometida com sua melhoria contínua e aplicação em todo o mundo. As Diretrizes G3 da GRI estabeleceram os princípios e indicadores que as organizações podem usar para medir e relatar seu desempenho econômico, ambiental e social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

**Isonção de Responsabilidade:** No caso do relato de sustentabilidade incluir links externos para materiais audiovisuais, entre outros, esta declaração irá referir-se apenas ao material submetido à GRI no momento do Exame em 15 de maio 2013. A GRI exclui expressamente aplicação desta declaração a alterações posteriores aos referidos materiais.



# Circuito Maior Idade

EM BUSCA DA SAÚDE INTEGRAL.

Atividades culturais, cognitivas e físicas. Os participantes do Circuito Maior Idade incorporaram em sua rotina artes cênicas, dança, cinema, exercícios físicos e cognitivos para o benefício da sua qualidade de vida.

- 695 pessoas introduziram em suas rotinas atividades desenvolvidas durante duas manhãs por semana e assistiram aos espetáculos aos domingos.
- 88 oficinas e espetáculos realizados no segundo semestre de 2012.

Patrocínio



Apoio



Parceria



Realização



# Neve Compacto

Menos embalagem,  
menos caminhão no transporte,  
menos poluição.

Os futuros Alfredos agradecem.



Depois é só apertar o rolo  
para voltar ao normal.

Mais suave para a sua pele.  
Mais suave para o planeta.

[www.papelneve.com.br](http://www.papelneve.com.br)



A marca de  
gestão florestal  
responsável

The Nature  
Conservancy 

Proteger a natureza é preservar a vida.