

Personalidades contam como a sustentabilidade está presente em suas vidas

essencial

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE
ANO BASE 2010



Kimberly-Clark
Essencial para uma vida melhor

PRÊMIO GPTW

O reconhecimento de ser
eleita a 2ª Melhor Empresa
para Trabalhar no Brasil

QUALIDADE

Selo verde atesta cuidados
com a origem da matéria-prima
usada pela empresa



Atitudes **RESPONSÁVEIS**

**K-C investe em gestão para ampliar o alcance
de saúde e higiene de forma sustentável**





Mônica

UNIDOS

pelas crianças e pelos adolescentes

Maurício de Sousa

Ser diferente é bom. Desigualdade é ruim. Se as pessoas diferentes se unirem, a gente consegue reduzir as desigualdades e fazer diferença na vida de milhares de crianças e adolescentes da nossa cidade.

Plataforma dos Centros Urbanos. Participe.

Acesse www.unicef.org.br e saiba como colaborar.

unicef 



essencial



06

REPORTAGEM DE CAPA 6

Agenda sustentável O ano da virada

Verde controlado Qualidade que começa na origem

Tecnologia ambiental Sustentabilidade em métricas

Plataforma para o futuro Visão 2015, um foco conjunto

RADAR 20

Avanços e metas Panorama 2011

PERFIL 22

Quem somos De olho no futuro

Nosso compromisso Kimberly-Clark Corporation assina Pacto Global da ONU

Missão e valores Modelo de negócios que deu certo

Nosso time Experiência que conta pontos

Localização K-C, pertinho de você

Nossa linha Cesta de produtos

RESULTADOS FINANCEIROS 36

Boas práticas Vale a pena ser sustentável



40

RESULTADOS PARA O MEIO AMBIENTE 40

Produtos sustentáveis Na rota do desperdício zero

Lei de resíduos sólidos A economia do lixo

Publicação Anual do Relatório de Sustentabilidade

da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda (GRI 2.01)(GRI 2.06)

Ciclo de emissão: Ciclo anual. Esta edição cobre o período de 01/01/2010 a 31/12/2010 (GRI 3.01) (GRI 3.03)

Relatório anterior: 1º de janeiro de 2009 a 31 de dezembro de 2009, com publicação em julho de 2010 (GRI 3.02)

Limites do relatório: Atuação da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda. no Brasil (GRI 3.06)

Sede: Rua das Olimpíadas, 205 - 6º andar - Vila Olímpia CEP: 04551-000 - São Paulo - SP

SAC: 0800 709 5599 www.kimberly-clark.com.br (GRI 2.04)

Diretor Responsável: Marco Antonio Iszlajji **Conselho Editorial:** Jefferson Correia, Rafaella Moretti e Cintia Rizzo

Consultoria GRI, projeto gráfico e redação: Via Gutenberg - Equipe: Sergio Serapião, Aldo Segnini, Daniel Ianae, Débora Coy,

Arthur Fajardo e Claudia Ranzini (projeto gráfico), Larissa Féria e Tatiana Schnoor (texto), Heloísa Beraldo (revisão), Andre Klotz (fotos)

Tiragem: 8.000 exemplares

Fale Conosco: Jefferson A. Correia - Assuntos Corporativos - jefferson.a.correia@kcc.com - 55 11 4503 4432 (GRI 3.04)

Participam deste relatório: Ana Claudia Bandle; Ana Elisa Castro; Ana Paula Bogus; Anderson Andreassa; André Bastos; André Correa; Andrea Peruso; Andréa Silva; Bruno Franco; Bruno Vieira Borges; Caio Martins; Cesar Carvalho; Christiane Bentemuller; Claudio Buiatti; Daniela Santos; Danielle Guimarães; Danilo de Freitas; Éder Moreira; Eduardo Aron; Eduardo Miranda; Érika Arakawa; Fabio Asquino; Felipe Roque; Fernanda Abrantes; Fernanda Felicetti; Frederico Moura; Gabriel Arruda; Giselle Martinez; Givanildo Ferreira; Guilherme Hara; Henrique Bergamaschi; Janaina Coutinho; João Damato; José Oliveira; Juan Lenis; Juliane Wilmers; Juraci Braga; Larissa Fantinati; Leonardo Celeri; Leticia Liechavicius; Livia Rego Luciano Ferrari; Lúcia Bernardo; Ludmilla Tarla; Lúcio Toscano; Luis Fernando Ferreira; Luiz A. Valentini; Luiz Fernando Ferreira; Marboni Jordão; Márcia Barbosa; Márcia de Ferrar; Marcia Van Der Lan; Marco Antonio Iszlajji; Marcus Vinicius de Castro; Maria Clara Vieira Saturno; Maria Lucia Ginde; Marli Spizzirri; Mirella Toledo; Nelson Junior; Pablo Perella; Pedro Coletta; Pedro Neto; Priscila Vieira; Priya Patel; Reinaldo Souza Santos; Renan Verde; Ricardo Gonçalves; Ricardo Tobera; Rogério Gonzalez; Rogério Valente; Rosângela Moura; Saulo Xavier; Sidney Faccio; Soraia Scartozoni; Tatiane Mazza; Tiago Rocha; Valter Araújo; Vinicius Paiva; Vivian Campos; Yuri Pawluk.

A Kimberly-Clark possui a certificação FSC® - Forest Stewardship Council® (Conselho de Manejo Florestal). Procure por nossos produtos certificados FSC (FSC® C105374).

Footprint Caminho verde

RESULTADOS PARA COLABORADORES..... 48

Código de conduta Um novo olhar sobre a ética

Reconhecimento Ambiente que faz a diferença

Melhores práticas Ideias de sucesso

RESULTADOS PARA CLIENTES..... 56

Parceria de sucesso Pilar ambiental

Coleta seletiva Enfermeira dá o exemplo e ganha prêmio

RESULTADOS PARA A SOCIEDADE..... 62

Desenvolvimento comunitário Plataforma para o futuro



70

Reality show Ação da K-C beneficia mais de 750 crianças

Aproximação K-C investe em projetos regionais

Expedicionários da saúde Uso único, múltiplas vantagens

Parcerias Projetos apoiados pela K-C

CONSULTA PÚBLICA 72

Próximo do cliente A importância do relatório

HARMONIA..... 74

Uma ideia só Sustentabilidade nos mais variados aspectos

REFERÊNCIAS..... 76

Global Reporting Initiative Sumário GRI

Verificação externa Carta aberta

Capa: Colaboradores da Unidade Faria Lima

Foto: Divulgação

Orgulho para **TODOS NÓS** (GRI 1.01)

O ano de 2010 nos trouxe o desafio de superar os resultados obtidos no ano anterior que foram muito bons. Em um cenário delicado, por força da alta demanda asiática e pelo impacto do terremoto no Chile no primeiro trimestre de 2010, tivemos um ano que começou sob o impacto de um aumento grande no preço da celulose.

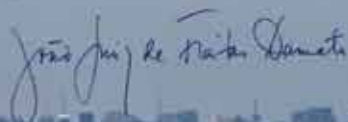
Pautados por gestão disciplinada em busca de Superação nos resultados com Harmonia no ambiente de trabalho, conseguimos transpor tais desafios e tomar as medidas necessárias para acelerar nosso ritmo de crescimento. O resultado se apresentou com recordes históricos no faturamento de papéis higiênicos de folha dupla, com fortes crescimentos nas linhas de Personal Care, KCP e Health Care e com a conquista de mais uma posição de liderança no mercado, desta vez em absorventes higiênicos, com a marca Intimus.

Passos significativos foram dados em direção à meta de ser uma empresa modelo em responsabilidade social e sustentabilidade, com grandes avanços conquistados em termos de redução de consumo de água, energia e material de embalagens por unidade padrão produzida. Inovamos com os papéis higiênicos compactos que utilizam menos energia por unidade transportada e estocada. Conseguimos um engajamento mais profundo de nossas lideranças no trabalho com as comunidades para educar e buscar soluções futuras em termos de sustentabilidade.

Com a consolidação da cultura de alta performance, obtivemos recordes de produção e de produtividade nas nossas fábricas. Demos importantes passos na direção do nosso futuro desenvolvendo projetos para nova fábrica e centros de distribuição que virão para dar suporte ao novo ciclo de crescimento da empresa até 2015, utilizando os mais avançados conceitos sociais e ambientais.

Asseguramos, dessa forma, nosso comprometimento com os cinco pilares da Visão 2015 na busca por Liderança, Inovação com Execução Perfeita, Distribuição e Conquista do Ponto de Vendas, Competitividade Operacional e Sustentabilidade. Graças aos avanços de 2010, a empresa está mais sustentável e socialmente responsável, o que permitiu que este Relatório de Sustentabilidade evoluísse do nível B+ para A+, conforme as diretrizes G3 da Global Reporting Initiative (GRI). Também se fez notar uma maior participação de colaboradores, fornecedores, clientes e sociedade na elaboração e verificação do relatório. No decorrer da leitura deste Relatório de Sustentabilidade, você verificará um conjunto de reconhecimento e conquistas alcançados não somente pela K-C, mas por todos envolvidos com a empresa. O selo Forest Stewardship Council® (FSC®) e a conquista do reconhecimento como “2ª Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil”, pelo Instituto Great Place to Work (GPTW), foram exemplos do reconhecimento e do comprometimento de todos os envolvidos com a empresa em trabalhar de forma ecologicamente correta, socialmente justa e economicamente viável. Mais ainda, esses prêmios refletem a busca incansável por incorporar efetivamente aspectos socioambientais na gestão corporativa em busca de excelência, justiça e meritocracia em todos os processos de trabalho e em todas as atuações da Kimberly-Clark no Brasil. Olhar para o passado e perceber essa evolução é um exercício de orgulho e nos instiga ainda mais a desenhar um futuro equilibrado, justo e sustentável para o nosso país.

(GRI 3.07)



João Damato
Presidente da Kimberly-Clark Brasil



O ano da **VIRADA**

Gestão da Sustentabilidade entrou nas operações da K-C e fez extrapolar resultados previstos na Visão 2015

O ano de 2010 pode ser considerado o da virada para a Kimberly-Clark Brasil. Ao inserir o pilar da sustentabilidade na Visão 2015, a empresa formalizou o processo que viria a se desdobrar em ações planejadas, com metas e controles, deixando para trás o estágio de realizações independentes para incorporar em seu modelo de gestão assuntos socioambientais pertinentes, inaugurando, assim, a Gestão K-C para a Sustentabilidade (GS).

A chegada do quinto pilar desencadeou uma série de ações positivas. A formalização do Comitê de Sustentabilidade foi a primeira delas. Estruturado para desenvolver e executar projetos e atividades relacionadas à sustentabilidade, o grupo foi estrategicamente formado por representantes de diferentes áreas.

Tal diversidade facilitou a permeação vertical da GS na corporação, com base na definição estratégica para a sustentabilidade, e ajudou a disseminar informações que antes ficavam restritas nas esferas mais altas ou em nichos, aumentando o fluxo de comunicação na empresa. **(GRI 4.07)**



rk Brasil
idade Mogi das Cruzes

*Colaboradores da fábrica
de Mogi das Cruzes*

O comitê incentivou também a formação de grupos multifuncionais para projetos específicos e permitiu que houvesse uma maior troca de experiências entre as áreas. O acompanhamento da evolução das metas é feito pelo próprio comitê, em reuniões bimestrais, para certificar-se da aplicação das diretrizes nos mais variados projetos. Estas ações são validadas posteriormente pelo corpo diretivo. **(GRI 4.07)**

Para ajudar a formatar as propostas inseridas no quinto pilar, a K-C adotou as diretrizes internacionais da Global Reporting Initiative (GRI), o que proporcionou a criação de uma nova matriz de pensamento dentro da empresa. Esse framework trouxe à tona a visão de que a sustentabilidade não está relacionada apenas ao meio ambiente.

Assim, os aspectos econômicos e sociais relacionados entraram de

fato para o planejamento estratégico sustentável, com a identificação de problemas, com a criação de metas e com o acompanhamento por meio do plano de melhorias – peça fundamental para aprofundar questões e evidenciar os desafios a serem vencidos pela frente.

A objetividade trazida pela nova governança norteou as áreas envolvidas a caminharem agrupadas em direção à conquista de uma série de metas, chegando, inclusive, a extrapolar os resultados previstos na Visão 2015 para a sustentabilidade.

Alianças

O estreitamento das relações com os parceiros também foi importante para a consolidação da imagem pública de empresa comprometida com a sustentabilidade. A Kimberly-Clark buscou o alinhamento entre as estratégias dos clientes e as suas para encontrar uma visão conjunta que norteasse os lançamentos de produtos inovadores e sustentáveis.

Em coordenação com o Walmart, a K-C desenvolveu e lançou, especialmente para a rede varejista americana, o papel higiênico Neve Naturali, composto por 100% de fibras recicladas. A versão compacta do produto também gerou um impacto bastante positivo por reduzir em 17% o uso de embalagem, em 21% o espaço ocupado. Além disso, o Neve Naturali compacto trouxe em sua embalagem o selo da campanha Saco é um Saco

KIMBERLY-CLARK RECEBE PRÊMIO WALMART DE FORNECEDOR SUSTENTÁVEL

Pensamento inovador e implementação de ações diferenciadas que estimulam a prática sustentável levam empresa ao pódio

Em 2010, a Kimberly-Clark recebeu do Walmart o reconhecimento de Fornecedor Sustentável, durante a Premiação Anual dos Fornecedores. O prêmio veio em função de iniciativas da K-C que estimulam a população brasileira a ter práticas sustentáveis, mas veio, em especial, devido ao desenvolvimento do Neve Naturali, fabricado com 100% de fibras recicladas. (GRI 2.10)

Para tornar o produto ainda mais sustentável, a K-C pensou e implantou a versão compacta do Neve Naturali, que, em tamanho menor, reduz em até 21% o espaço ocupado no transporte e nas gôndolas. O projeto foi elaborado especialmente para a rede americana, por isso só é distribuído e vendido pelo Walmart no Brasil.

A K-C Brasil também foi a primeira indústria de bens de consumo a aderir a campanha do governo “Saco é um Saco”, do Ministério do Meio Ambiente, para a redução do uso de sacolas plásticas fornecidas pelos supermercados.

Dentro desse contexto, a K-C apresentou a solução de sacola própria na embalagem para os papéis higiênicos Neve de 24 e 32 rolos, e Neve Naturali de 8 rolos. Com isso, o consumidor dispensa o uso de sacolas plásticas e a empresa atende à meta do Walmart de reduzir as sacolas de plástico em 50% até 2012.



Comitê multifuncional representado por alguns integrantes.

Nomes no sentido horário: Rafaella Moretti (primeira da esquerda), Marcia De Ferran, Giselle Martinez, Juliane Wilmers, Claudio Buiatti, Ricardo Gonçalves, Jefferson Correia, Marco Antonio Iszlaji, Janaina Coutinho, Andrea Peruso, Ana Elisa Castro (última do lado direito)

do Ministério do Meio Ambiente, pois tem uma alça acoplada à embalagem evitando o uso de sacolas plásticas do supermercado pelo consumidor.

Para as gôndolas do grupo Pão de Açúcar, a K-C desenvolveu o Scott Compacto Amigo da Natureza, papel higiênico Folha Dupla de 24 rolos e 30 metros, que é produzido com embalagens 100% recicláveis. Além disso, este produto também reduz em 5% o uso de embalagem, 11% o espaço ocupado e evita um caminhão nas ruas a cada quatro. Descarta, também, a necessidade de sacola plástica, pois tem uma alça na própria embalagem. O conceito inovador do Scott Compacto foi desenvolvido pelo Kimberly-Clark Blue Ocean Strategy Institute.

No Carrefour de São Paulo, foram implantadas estações de coleta de lixo feitas de chapatex, material produzido a partir de refugos de fraldas. A K-C patrocinou a produção das estações. O investimento no projeto foi de R\$ 100 mil.

Avaliação de impactos

A medição do impacto ambiental, social e econômico de cada produto e dos novos investimentos da K-C passou a ser uma realidade a partir de 2010 com a adoção de duas estratégias. A primeira foi inserir no estudo de prospecção de negócios os aspectos socioambientais, abandonando o modelo tradicional de averiguar apenas os âmbitos financeiros, estruturais e fiscais. Foi adicionado ao es-

tudo Footprint a projeção de impacto da emissão de CO₂, para determinar quanto gás carbônico a mais seria emitido se a K-C colocasse uma nova fábrica ou centro de distribuição em determinada localidade.

Foi necessário, então, mapear a localização de 90% dos fornecedores, levando em consideração a matéria-prima e o produto. Em seguida, foi feita uma simulação para identificar a quantidade de CO₂ emitida no transporte da matéria-prima para a unidade fabril, onde será produzido o produto, e daí para os centros de distribuição, onde serão estocados para posterior direcionamento ao cliente.

A segunda estratégia está focada na medição dos impactos ambientais dos produtos. Para tal, o Brasil foi es-

colhido pela matriz para tocar a implantação de uma ferramenta tecnológica de medição que avalia os impactos ambientais de todo o ciclo de vida do produto. Essa análise está ocorrendo primeiramente para todos os produtos da linha Family Care (papéis), mas deverá se expandir ao longo de 2011 para toda a gama de itens já existentes, inclusive para os lançamentos. A Kimberly-Clark desenvolve cerca de oito novos produtos por ano, fora a remodelagem dos itens existentes.

O sistema faz a análise de todo o ciclo de vida dos produtos com base em cinco variáveis: consumo de água, emissão de poluentes, envio de resíduos para aterro sanitário, emissão de CO₂, consumo de combustível de origem fóssil. Para um produto ser considerado mais sustentável que seu predecessor ou similar, ele terá de reduzir em 10% três dos cinco parâmetros citados.

A adoção da ferramenta trará uma série de benefícios de efeito cascata, que vai desde o estudo comparativo de projetos, até a adaptação dos fornecedores com relação a aspectos mais amplos, além da simples análise da qualidade das matérias-primas.

O fornecedor que atender ao maior nível de exigências terá prioridade entre os demais. Hoje em dia, ao selecioná-los, a K-C Brasil prioriza os que já tenham certificados que atestem práticas sustentáveis, como o selo Forest Stewardship Council® (FSC®).



Tolerância zero

Todos os fornecedores passam por controles regulares para que estejam alinhados com a filosofia sustentável da empresa.

Manejo florestal

A celulose presente nos produtos da K-C, advém de um processo produtivo manejado de forma ecológica, social e economicamente sustentável. A presença do selo FSC® nos produtos atesta este cuidado.

ONDE A SUSTENTABILIDADE ESTÁ PRESENTE NA K-C

A sustentabilidade está inserida nos cinco princípios da K-C. Por isso, a empresa busca desenvolver produtos e processos com o menor impacto ambiental possível, que contribuam para o desenvolvimento da sociedade e melhorem a qualidade de vida das comunidades onde está presente.

SUPERMERCADO

Fábrica

Subprodutos feitos a partir de refugos das linhas fabris permitiram à K-C reduzir em 2.160 toneladas sua geração de resíduos industriais ao longo de 2010.

Qualidade à toda prova

Antes dos lançamentos, todos os produtos são testados de acordo com as normas regulatórias vigentes.

Produtos sustentáveis

Parte da matéria-prima da fralda Huggies Naturali é feita de ácido polilático, derivado de milho. O produto é composto por outros materiais 100% degradáveis e recicláveis, como celulose e óleo de jojoba.

O Scott Compacto ocupa menos espaço no transporte, gôndolas e armazenamento, o que ajuda a reduzir o número de viagens e a emissão de CO₂ dos caminhões.

O Neve Naturali Compacto é fabricado com 100% de fibras recicladas e tem alças próprias para evitar o uso da sacola plástica.

A Fralda Mágica possui 26% a menos de material em sua composição, por isso permite a otimização no transporte em até 29%.

Entrega sustentável

A empresa inovou mais uma vez, lançando o projeto Entrega Sustentável, na qual, para alguns clientes, a entrega dos produtos é feita por carretas movidas a gás. A emissão de CO por carreta movida a GNV é zero e a redução de CO₂ é de até 90%.

Comunidade

A empresa apóia, integra e desenvolve diversos projetos sociais que visam à melhoria da qualidade de vida de comunidades carentes no entorno de suas unidades.

Qualidade que
começa na
ORIGEM

A K-C recebeu a aprovação do Forest Stewardship Council® para usar o FSC®, um dos selos verdes mais reconhecidos no mundo

Um dos selos verdes mais reconhecidos do mundo foi conquistado pela Kimberly-Clark Brasil. O *Forest Stewardship Council*® (FSC®), ou Conselho de Manejo Florestal, foi aprovado para a K-C no final de dezembro de 2010. A certificação saiu nos meses seguintes, para ser estampada nas embalagens dos produtos da linha Neve, dos lenços secos Kleenex, dos guardanapos Grand Hotel, das toalhas Scott Cozinha e da linha KCP (Kimberly-Clark Professional) produzidos internamente.

Com o selo, a empresa passa a atender aos padrões internacionais de boas práticas e também aos critérios da Visão 2015.

“A tentativa de conseguir este selo é antiga e representa uma conquista para todos os envolvidos no processo”, diz Marli Spizzirri, gerente de marketing da linha profissional.

Até alcançar a certificação, diversas mudanças operacionais ocorrem entre os fornecedores de madeira, os produtores de celulose e a empresa. Todos precisaram buscar novas formas de trabalhar para atender aos padrões

internacionais do órgão certificador, pois o FSC® monitora toda a cadeia produtiva.

O controle dessas etapas é feito pela ONG Imaflora, um dos órgãos credenciados pelo FSC® no Brasil que realiza auditorias e certificações. Durante 2010, a K-C passou por diversas verificações da Imaflora nas áreas de negócios, operações e distribuição. A missão da ONG é incentivar e promover mudanças nos setores florestal e agrícola, visando à conservação e ao uso sustentável dos recursos naturais,

capa VERDE CONTROLADO

e também à promoção de benefícios sociais. O órgão, sem fins lucrativos, foi fundado em 1995 e tem sede em Piracicaba (SP).

Origem controlada

Pelos critérios do selo FSC®, o produto começa a ser controlado desde a origem, ou seja, no plantio das árvores pelos fornecedores e no manejo florestal, assim como no transporte para a fábrica onde será feita a celulose, a qual será transformada em produto pela certificação de cadeia de custódia. Uma vez atestado pela Imaflora que a empresa cumpre as exigências em cada etapa, o selo é concedido para que sua imagem seja estampada nas embalagens, o que atestará publicamente o compromisso da empresa com a sustentabilidade. **(GRI EN26)**

Essa última fase é controlada pela Imaflora em conjunto com a área de marketing, que avalia desde o desenvolvimento, a aplicação na arte e a aprovação da imagem, até o posicionamento do selo na



embalagem. Além das embalagens, a declaração FSC® também deve ser impressa nas notas fiscais.

“Não bastava comprar madeira certificada para produzir a celulose, era preciso envolver ainda mais o fornecedor no processo, fazendo com que se certificasse”, diz Marli. Por isso, os aparistas também estão

se reestruturando para oferecer material certificado que atenda às exigências do FSC®. Dos oito fornecedores ativos de aparas da K-C, dois já são certificados pelo FSC®.

Hoje em dia, a K-C compra uma celulose em que, na média, 70% dela é 100% certificada e o restante é controlada. O sistema de crédito do FSC® prevê um mix de matéria-prima certificada e controlada; já o sistema de percentuais prevê uma variação predefinida para todo o material. Por exemplo, para a fabricação de produtos FSC®, pode ser utilizado MP certificado FSC® e MP controlada. Em Mogi, usa-se celulose certificada, celulose controlada e refugos.

Tanto na fábrica de Mogi das Cruzes como na de Correia Pinto os produtos certificados são produzidos com um mix de matéria-prima que pode

A K-C contempla dois grupos de produtos na certificação:

Grupo FSC® Misto mín. 70%

- Papéis higiênicos Neve.
- Lenços de papel Kleenex.
- Guardanapos Grand Hotel.
- Toalhas Scott de cozinha.
- Toalhas e higiênicos institucionais (produzidos internamente)

Grupo FSC® Reciclado mín. 85%

- Papel higiênico Neve Naturali. (GRI EN02)

Produtos controlados, fora da certificação

- Papéis Higiênicos Scott.
- Guardanapos Scott (terceirizado).




Grupo que ajudou a conquistar o selo FSC®. Da esquerda para a direita: Pedro Neto (de pé), Vivian Campos, Felipe Roque, Bruno Franco, Fabio Julio, Valter Araújo, Andre Correa, Rogério Valente (sentado na direita), Rosangela Moura, Givanildo Silva, Luis Fernando Ferreira, José Oliveira.

Supply Chain da K-C Brasil, estão sendo incluídos novos critérios para intensificar ainda mais essa análise.

Em 2010, todas as empresas novas contratadas para fornecer matéria-prima ou produto acabado passaram por auditoria de qualidade, utilizando um formulário padrão que aborda questões referentes a direitos humanos, trabalho infantil, entre outras.

(GRI HR02)

“Ao final, todo o esforço conjunto se traduz em crescimento sustentável, com preservação de recursos, preocupação social e expansão econômica”, destaca Luiz Valentini, diretor da KCP. As ações de sustentabilidade têm impacto direto nas vendas. “Minha área, por exemplo, cresce, em média, 14% anualmente”. E parte deste crescimento se deve, sem dúvida, aos critérios inseridos na Visão 2015.

Valentini lembra, ainda, que conseguir o selo traz um conjunto de benefícios diretos e indiretos. O produto se torna diferenciado entre os demais, são derrubadas críticas sociais e ambientais, e uma porta é aberta a novos públicos e mercados. “É uma porta para novos públicos, por que o selo estará estampado na embalagem, mostrando todo o esforço da empresa na busca pela sustentabilidade”, ressalta o executivo. 

contemplar: celulose crédito misto (FSC® 100%), celulose FSC® 70% mínimo, refugos internos do próprio processo e material recuperado, de forma que a proporção de cada um resulte, no mínimo, no índice FSC® pelo qual o produto é certificado.

“A elaboração da receita correta é fundamental para garantir que os produtos certificados atendam às normas FSC®. Este foi um dos grandes desafios no processo de certificação da empresa”, destaca Marcia de Ferran, gerente de inovação da Family Care.

O envolvimento dos fornecedores nesse processo foi fundamental para conseguir o selo. Entre os maiores, as práticas sustentáveis já são conhecidas e adotadas, mas o desafio foi com os aparistas. “Neste caso, houve todo um trabalho de convencimento para que eles comessem a enten-

der que havia a necessidade de adotar procedimentos para garantir que as aparas estivessem dentro de certas exigências. Sem isso, não haveria como manter a relação de negócio”, ressalta Ricardo Gonçalves, diretor de Supply Chain da K-C Brasil.

Antes de se tornarem efetivamente fornecedores, a K-C promove uma avaliação rigorosa para começar a parceria de negócios. Eles são selecionados com base no impacto que tiverem para o negócio da K-C e, por isso, passam por uma auditoria que contempla diversos estágios, entre eles, visitas técnicas, análise financeira, análise da qualidade, avaliações referentes a direitos humanos e medidas tomadas. Após este processo, é homologado ou não o início dos testes dentro da K-C. De acordo com Fernanda Felicetti, gerente de compras da área de

A sustentabilidade em **MÉTRICAS**

Ferramenta tecnológica ajudará Kimberly-Clark Brasil a entender impacto ambiental de cada produto. Projeto está em desenvolvimento na área de Family Care

A Kimberly-Clark Brasil tem o objetivo de chegar em 2015 com 25% das vendas provenientes de produtos com impacto ambiental reduzido. Para medir sua evolução e atingir essa meta, a empresa adotou a ferramenta tecnológica Design for Environment (DfE), já usada na K-C dos Estados Unidos e da Europa, e que será implementada no Brasil pela área de Family Care. O projeto piloto começou em 2009 e, de lá para cá, a divisão enfrentou e venceu diversos desafios para colocar o sistema em funcionamento. A perspectiva é de que em 2011 comece a implementação de ferramenta similar para as categorias de Personal Care e, assim, o ano termine com a medição feita em todos os produtos da K-C Brasil.

Foi preciso pouco mais de dois anos para adaptar o sistema à realidade brasileira. Quando as métricas foram aplicadas ao papel higiênico Neve, verificou-se que havia um descompasso entre a realidade brasileira e as matrizes estrangeiras, porque o

banco de dados da DfE, desenvolvida pela Corporação, continha apenas as especificações de matérias-primas usadas nos EUA e na Europa.

O primeiro desafio a ser vencido foi o da correção dos desvios para adaptação da matriz energética brasileira. No Brasil, usa-se energia proveniente de hidrelétricas e não de carvão, como a exemplo do que ocorre na Europa. O tipo de celulose é diferente, assim como a gramatura por metro quadrado do papel, entre outros elementos que não estavam contemplados.

O ajuste de dados teve de ser feito em quase todas as categorias da ferramenta, passando pela especificação do produto, pelo processo, pela embalagem, pelo transporte e pela destinação pós-uso. Uma vez ajustados os dados, o sistema ficou pronto para ser aplicado na cadeia produtiva.

A ferramenta DfE realiza a análise do ciclo de vida do produto e calcula seu impacto ambiental com base em cinco variáveis: consumo de água; emissão de poluentes; envio de re-

síduos para aterro sanitário; emissão de CO₂; consumo de combustível de origem fóssil. Para ser considerado um item de impacto ambiental reduzido, a nova especificação de produto terá de diminuir os efeitos negativos em 10% de três dos cinco parâmetros. **(GRI EN26)**

A partir da análise do ciclo de vida, toda a cadeia de suprimento será revisada, desde a matéria-prima extraída pelo fornecedor, passando por produção, distribuição, consumidor final, até destinação. “Queremos chegar ao que imaginamos ser o ciclo ideal, em que eu levo o lixo gerado de volta para o meio ambiente em forma de adubo”, ressalta Claudio Buiatti, Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento da divisão Family Care América Latina, da Kimberly-Clark Brasil. **(GRI EN26)**

Esse processo foi feito ao longo de 2010. No começo de 2011, a equipe de Family Care vai colocar as informações sobre cada produto no banco de dados para que a ferramenta comece a medi-las e gere informações



Equipe que desenvolveu a ferramenta Design for Environment: Juliane Wilmers e Claudio Buiatti

sobre o impacto ambiental de todos os produtos atuais da categoria. Claudio Buiatti espera que essa operação esteja concluída na primeira metade do ano e que eles consigam terminar esse piloto até o final do ano.

A DfE é uma ferramenta que analisa dados de forma objetiva, não incluindo variáveis subjetivas, que são muito importantes quando se fala de sustentabilidade. A Kimberly-Clark desenvolveu também um scorecard ambiental, que funciona como um contador de pontos e com o qual é possível analisar questões intangíveis, como a responsabilidade da empresa ao comprar celulose certificada ou usar fibra de celulose – menos prejudicial ao ambiente –, assim como programas com comunidades no entorno das fábricas e adoção de informação educacional nos produtos. Depois de aplicar o scorecard em Neve Naturali, como produto teste, o papel higiênico ganhou 240 pon-

tos, sendo que esta foi a avaliação mais alta e o produto foi considerado o mais sustentável entre todas as K-Cs do mundo até o momento.

Na intenção de envolver o fornecedor no posicionamento estratégico da empresa com relação à Visão 2015, a divisão Family Care está trabalhando em projetos com fornecedores para desenvolver materiais biodegradáveis e reciclados aplicados aos plásticos. A inovação, com impacto ambiental reduzido, passa pelas áreas de desenvolvimento de novas matérias-primas e melhorias em embalagens, com a aplicação de polietileno biodegradável, polietileno verde da cana-de-açúcar e polietileno reciclado. As três tecnologias estão em fase de investigação. **(GRI EN26)**


A intenção da K-C é aplicar sistematicamente os princípios da DfE aos processos de inovação e desenvolvimento de produtos, para reduzir

em 20% o consumo de materiais virgens nas embalagens, visando aplicar a tecnologia de polietileno nelas a partir de 2012.

TI verde

O departamento de TI da K-C tem a meta de desenvolver e gerir programas e tecnologias ambientalmente responsáveis de forma customizada à necessidade da empresa. Hoje, é possível perceber ações simples com resultados positivos quando se fala em redução de custos e impacto ambiental, como adoção de telas LCD ou notebooks, que podem poupar em até 70% os custos de energia, se comparados aos velhos monitores e PCs. A utilização de ferramentas que gerenciem o consumo de energia dos PCs, colocando a CPU ou o monitor em “sleep mode”, quando não estão sendo utilizados, reduz em 13% o total de energia consumida por todo o parque da K-C.

O Data Center (global, centralizado em Neenah, onde estão as principais aplicações críticas, como SAP) será substituído por um novo, com sistema de ar-condicionado e equipamentos mais eficientes, que consumirão menos água e energia.

A empresa também investe em novas tendências tecnológicas, como a virtualização de servidores, o que diminui a necessidade de espaço físico e consumo de energia, ao dispensar a refrigeração dos locais. 

Visão 2015, UM FOCO CONJUNTO

As metas pretendem consolidar as práticas sustentáveis nos diferentes níveis organizacionais para reduzir os impactos ambientais e contribuir com a sociedade



Embora a preservação dos recursos naturais e boas práticas de produção já fizessem parte da estratégia de negócios da K-C Brasil, em 2009 o tema sustentabilidade passou formalmente a fazer parte da sua visão estratégica de negócios, vindo a ser adotado em 2010 como um dos cinco pilares da Visão 2015. **(GRI 4.07)**

A Visão 2015 pretende ser um modelo de liderança, responsabilidade social e desempenho para o mercado e corporação, a melhor empresa para trabalhar no Brasil e uma fonte de imensa de orgulho para todos. Esse plano de negócios - desenhado para o período de 2010 a 2015 - foi alicerçado sobre os pilares: Liderança de Mercado; Inovação com Execução Perfeita; Distribuição e Conquista do PdV, Competitividade Operacional e Sustentabilidade. **(GRI 4.08)**

Diretrizes

A operacionalização das metas da Visão 2015 ficou a cargo do Comitê de



METAS DE SUSTENTABILIDADE PARA PRODUTOS

- Reduzir os impactos ambientais em cerca de 60% dos novos produtos a serem lançados e/ou relançados até 2015;
- Redução em 30% do uso de plásticos em embalagens;
- Utilizar 20% de materiais recicláveis nas embalagens;
- Empregar 25% de fibras recicláveis em produtos de papel;
- Nos produtos, 40% do material plástico será proveniente de fontes renováveis;
- Reciclar 70% das embalagens e 50% dos papéis;
- Reutilizar 50% dos dispensers usados da divisão Kimberly-Clark Professional;
- Todos os produtos deverão conter uma tabela sustentável.

*Luiz Henrique de Araujo Alves,
colaborador da unidade
de Mogi das Cruzes*

Sustentabilidade, formado em 2009 por representantes de diversas áreas, que tinham a missão de iniciar o desenvolvimento e execução de atividades e projetos relacionados ao tema. A primeira iniciativa então foi selecionar os principais desafios em sustentabilidade a serem incorporados à Visão 2015 com o objetivo de superá-los. **(GRI 4.07)**

Em cada uma das diretrizes da Vi-

são 2015, o foco em pessoas, produtos, operações e cadeia de suprimentos estão presentes. Desses aspectos partiram propostas visando o lançamento de produtos com menor impacto ambiental, implantação de processos gerados a partir de energia de fontes renováveis e insumos alternativos, estabelecimento de uma cadeia de suprimentos alinhada à estratégia de seus clientes e desenvolvimento

de projetos voltados a beneficiar colaboradores e a comunidade onde a empresa está presente.

No prazo de cinco anos, a K-C Brasil quer consolidar as práticas sustentáveis nos diferentes níveis organizacionais para reduzir os impactos ambientais e contribuir com políticas sociais e econômicas para o desenvolvimento da comunidade.

(GRI 4.08) (GRI EC08) 

Panorama 2011

Confiras as ações que vão nortear a empresa ao longo deste ano



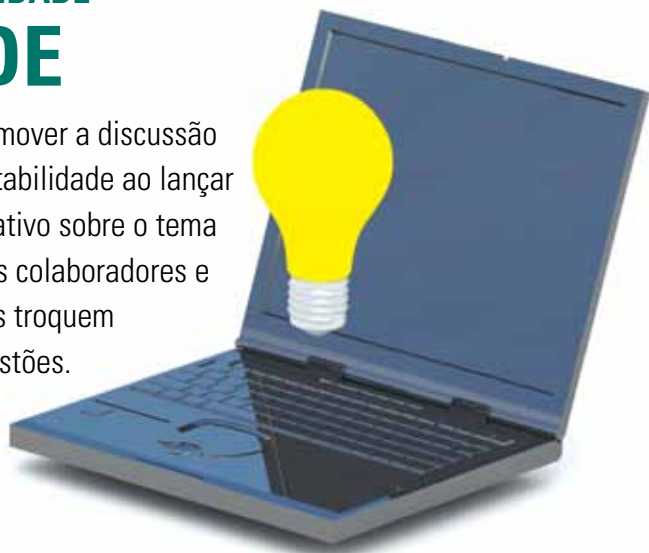
AMPLIAR A DIVERSIDADE

Em 2008, devido à sugestão de colaboradores, a K-C criou o “Programa de Oportunidades Internas” (POI). Em 2010, 31% das vagas administrativas foram ofertadas internamente, promovendo oportunidades de ascensão para seus colaboradores e terceiros, além de promoções por desempenho. Para 2011, a perspectiva é a de abrir novas oportunidades, oferecendo desenvolvimento e reconhecendo talentos.

TECNOLOGIA VERDE A K-C Brasil adotou uma ferramenta tecnológica de medição do impacto dos produtos nos processos e no meio ambiente. Esse sistema foi colocado em prática como piloto em alguns produtos da linha Family Care. O desafio deste ano será aplicar as métricas nos demais produtos da empresa, inclusive nos lançamentos, para se chegar ao objetivo de reduzir os efeitos externos adversos.

INTERATIVIDADE VERDE

A K-C irá promover a discussão sobre sustentabilidade ao lançar um site interativo sobre o tema para que seus colaboradores e consumidores troquem ideias e sugestões.



PALLETS

A empresa pensa em avançar ao longo de 2011 nos projetos de aplicação de materiais alternativos para a fabricação de pallets. Dentre as alternativas, estuda-se usar resíduos de madeira e refugos de fraldas. Colocar a ideia em prática depende de enfrentar uma série de desafios, como ampliar a capacidade da empresa parceira, que detém a tecnologia para fabricação do pallet, e criar um procedimento para utilizá-los em operações internas, como transferência entre as fábricas, uma vez que a K-C movimenta mensalmente cerca de 110 a 130 mil pallets.

PLATAFORMA PARA O FUTURO

O grande desafio da área de Assuntos Corporativos será a implantação do projeto de mobilização social “Mulher Atuação”, o qual busca assegurar os direitos das mulheres que vivem nas comunidades de Mogi das Cruzes e Suzano.



HUGGIES NATURALI

A fralda Huggies Naturali foi trazida da Coreia para o Brasil. Primeira fralda ecológica do país, a Huggies Naturali é feita de matéria-prima de fonte renovável, o ácido poliláctico (PLA) derivado do amido de milho, substituindo até 10% de todo o plástico utilizado para a confecção de fraldas descartáveis. Com a nacionalização da produção, será possível ampliar a escala, reduzir o preço e ampliar o acesso ao produto.

Sem impacto ambiental

Para manter as atividades das unidades K-C sem impactos em áreas protegidas ou de alto índice de biodiversidade, são feitas diligências específicas e utilizados guias corporativos de boas práticas. **(GRI EN12)**

EMBALAGENS SUSTENTÁVEIS

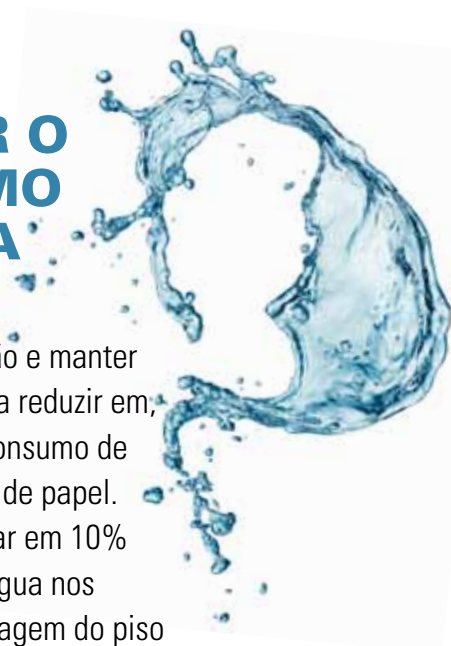
Introdução de plástico reciclado nas embalagens da linha Personal Care na proporção de **10%**, sendo os **90%** restantes de resina virgem. **(GRI EN26)**

Manutenção do Comitê de Sustentabilidade

Dar sequência aos encontros regulares do Comitê de Sustentabilidade para acompanhar a evolução das metas; promover a troca de experiência nos projetos sustentáveis entre os participantes do comitê, que é formado por colaboradores de diversos níveis hierárquicos e áreas; formar times multifuncionais em projetos específicos e garantir o alcance das metas da Visão 2015. **(GRI 4.07)**

REDUZIR O CONSUMO DE ÁGUA

Otimizar a produção e manter as campanhas para reduzir em, ao menos, 5% o consumo de água por tonelada de papel. Além disso, ampliar em 10% a reutilização de água nos banheiros e na lavagem do piso da fábrica de Mogi das Cruzes. **(GRI EN08)**



perfil **QUEM SOMOS**

De olho no **FUTURO**

A sustentabilidade como visão de negócios ajudou a empresa a consolidar a filosofia em diversos níveis organizacionais

*Josevaldo Nascimento Santiago,
colaborador da unidade de Mogi das Cruzes*



Criada há 139 anos, a Kimberly-Clark desembarcou no Brasil em 1996. Atuando em outros 150 países e atendendo a 1,3 milhão de consumidores, a empresa conta com 3.288 colaboradores no país e uma divisão de consumo que oferece no varejo e no atacado uma linha completa de produtos de higiene pessoal e doméstica, com marcas fortes e de reconhecida qualidade nas categorias de cuidados infantis, adulto e feminino, além de uma diversificada linha de papéis para fins sanitários e cuidado da casa.

(GRI 2.05) (GRI 2.07)

Nas divisões Health Care e Institucional, a K-C tem atuação de destaque nos segmentos de saúde, hospitalar e institucional, atendendo, com a venda de sistemas de higiene, ao canal profissional formado por bares, restaurantes, hotéis, indústrias e comércio. **(GRI 2.03) (GRI 2.07)**



*Colaboradora Karen Ohashi
na linha de fabricação*

Com quatro fábricas no Brasil (Eldorado do Sul-RS, Correia Pinto-SC, Suzano e Mogi das Cruzes-SP), a empresa tem seu escritório central operando em São Paulo, capital, onde ficam as áreas corporativas: Presidência, Finanças, Recursos Humanos, Jurídico, Categorias, Vendas, Trade Marketing, Health Care e Kimberly-Clark Professional. **(GRI 2.03)**


Em 2011, a empresa pretende inaugurar a primeira fábrica na região Nordeste e outros dois centros de distribuição no país, um no Sul e outro no Norte ou Nordeste. Serão investidos R\$ 250 milhões e contratados 300 funcionários para trabalhar nas novas unidades. A ideia é alavancar o faturamento em 15%.

(GRI 2.03) (GRI 2.08)

Em 2011, a empresa pretende inaugurar a primeira fábrica na região Nordeste

Nos últimos anos, o pilar ambiental e a sustentabilidade foram definitivamente incorporados à visão de negócios. A forte priorização de soluções e produtos desenvolvidos dentro da proposta de minimização do impacto ambiental, tornam visíveis as mudanças dentro das organizações. O plano estratégico contempla metas ousadas para os próximos quatro anos (Visão 2015), com redução em até 60% do impacto ambiental de novos produtos.

Dentro do esforço de incorporar o pilar ambiental à estratégia da empresa, em 2004 foi publicado o primeiro balanço social e em 2007 o primeiro relatório de sustentabilidade da Kimberly-Clark Brasil. Como ocorre nesta quarta edição, o trabalho desde 2007 já seguia as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), um dos mais reconhecidos conjuntos de indicadores e diretrizes para comparabilidade, transparência e elaboração de políticas de sustentabilidade.

Com essa nova postura, a empresa tem conseguido consolidar as práticas sustentáveis nos diferentes níveis organizacionais, refletindo a meta de se tornar líder em sustentabilidade nos segmentos de higiene, bem-estar, saúde e na área profissional. 

Kimberly-Clark Corporation assina Pacto Global da ONU

Matriz se compromete a ajustar e monitorar suas ações conforme os termos propostos pelas Nações Unidas

No final do ano passado, a Kimberly-Clark Corporation se afirmou no cenário internacional como uma empresa responsável e comprometida com a promoção do crescimento sustentável e da cidadania ao assinar o Pacto Global (PG) da Organização das Nações Unidas (ONU). Como signatária, a empresa torna público e formal o seu apoio e compromisso com os dez princípios propostos pelo pacto nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção.

(GRI 4.12)

O Pacto Global foi uma iniciativa proposta à comunidade empresarial internacional pelo então secretário-geral da ONU, Kofi Annan, em 31 de janeiro de 1999, no Fórum Econômico Mundial, em Davos.

Na ocasião, Annan desafiou os líderes empresariais mundiais a adotarem os princípios do Pacto Global, tanto em suas práticas corporativas individuais, quanto no apoio a políticas públicas apropriadas.

Desde então, corporações de diversos setores e regiões geográficas se tornaram signatárias do Pacto Global, buscando alinhar suas práticas



aos do Pacto Global, contemplando os interesses e as preocupações das partes interessadas, como funcionários, investidores, consumidores, organizações não governamentais e comunidades.


Com o Pacto Global, as organizações estão sendo orientadas a redefinir suas estratégias e ações dentro de um contexto de mundo globalizado, em que sua fragilidade se evidencia à medida que há concentração de poder, má distribuição de renda e rupturas na sociedade, principalmente, nos países desenvolvidos.

Nesse contexto, a ONU acredita que adotar uma postura responsável para com o futuro dentro da estratégia empresarial “não é mais uma opção; é uma estratégia imperativa”, disse Georg Kell, executivo-chefe do Pacto Global, da ONU, em discurso no evento de Davos.

A adesão da Kimberly-Clark Corporation ao Pacto Global foi uma consequência da filosofia já aplicada pela empresa na busca pela sustentabilidade social, ambiental e econômica, disse Suhas Apte, vice-presidente de sustentabilidade global da KCC.

“Foi uma notícia muito boa. Agora, haverá uma série de programas que vamos perseguir no sentido de checar como aprimorar a nossa cadeia de suprimentos em termos de sustentabilidade”, destaca Marco Antonio Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos da Kimberly-Clark Brasil. Como meta para 2011, a K-C Brasil pretende replicar localmente os procedimentos necessários para o cumprimento dos termos assinados pela matriz.

(GRI 4.12)

A aplicação dos princípios do Pacto Global ainda não está cristalizada em projetos no Brasil devido à recente adesão, mas Iszlaji já adianta que “agora vamos acessar os fornecedores diretos para checar o cumprimento de princípios globais. Já fazíamos isso, mas, agora, será dentro do âmbito do Pacto Global”, diz, com previsão de dar início aos projetos no começo de 2011 e desenvolver os demais ao longo do ano. 

Modelo de negócio que deu **CERTO**

Estimular o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis que garantam o bem-estar dos clientes é preocupação constante

MISSÃO:

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

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


NOSSOS VALORES:

- Autenticidade
- Responsabilidade
- Inovação
- Cuidado

A sustentabilidade faz parte da estratégia de negócios da Kimberly-Clark Brasil e está inserida em todas as relações comerciais e institucionais da empresa. Isso fica evidente em seu planejamento estratégico, nomeado Visão 2015: o cuidado com o meio ambiente e a sociedade estão entre os principais compromissos assumidos pelo grupo.

A K-C também tem como meta a manutenção da liderança nos segmentos em que atua. Mais do que somente estar à frente, a ideia é ser um modelo de liderança, responsabilidade social e desempenho para o mercado, conquistando o posto de melhor empresa para se trabalhar no Brasil. **(GRI 4.08)**

Além de estimular o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, a preocupação com o bem-estar e com as necessidades dos clientes implica a oferta de um leque de soluções acessíveis a uma gama maior de consumidores. **(GRI 4.08)**

A transparência na condução dos negócios e no relacionamento com os seus fornecedores garante ganhos dos dois lados, principalmente em parcerias que envolvem práticas mais sustentáveis. Tudo isso não seria possível sem o trabalho da equipe da K-C Brasil, que se empenha em reduzir o desperdício e fazer o melhor produto. 

Respeito

trabalho
em time

Respeito

valorização das pessoas

Responsabilidade

compromisso com
o cliente

Inovação

inovação

NOSSOS VALORES

Responsabilidade

paixão pelo
que fazemos

Autenticidade

integridade

Respeito

responsabilidade
social

Responsabilidade

compromisso com o consumidor

Experiência que conta **PONTOS**

Valorização de funcionários e promoção de novos talentos fazem parte dos valores da K-C

A liderança da Kimberly-Clark Brasil está alinhada aos objetivos estratégicos, valores organizacionais e resultados dos negócios. A condução estratégica da empresa é definida por uma diretoria composta por treze executivos com experiência comprovada em sua área de atuação, visão integrada e capacidade de trabalhar em equipe. Esse grupo, comandado pelo presidente João Luiz Damato, é responsável pelo direcionamento, estratégia e pela avaliação do desempenho econômico, ambiental e social da empresa, incluindo riscos, oportunidades, normas e códigos de conduta acordados internacionalmente. Além disso, um grupo multifuncional forma o Comitê de Sustentabilidade que a cada dois meses se reúne para acompanhar o andamento das metas traçadas na Visão 2015. **(GRI 4.03) (GRI 4.09)**

Damato assumiu a presidência da K-C Brasil em 2002. É responsável pelas operações das unidades da



DIRETOR DA
DIVISÃO SP/SUL
Caio Martins

DIRETOR DE SUPPLY CHAIN
Ricardo Gonçalves

DIRETOR HEALTH CARE LAO
Pablo Perella *

DIRETOR DE ASSUNTOS LEGAIS
E CORPORATIVOS
Marco Antonio Iszlaji

DIRETORA DE RECURSOS
HUMANOS
Maria Lucia Ginde

companhia no país e por seus mais de 3.000 funcionários. Desde 2007, ocupa também a vice-presidência para a América Latina, responsável pela categoria de Family Care, que

engloba produtos como papéis higiênicos, papel toalha e guardanapos em todos os países da América Latina e do Caribe, exceto o México. A empresa não possui nenhum mem-



PRESIDENTE BRASIL
João Damato

DIRETOR KCP
Luiz A. Valentini

DIRETOR DE CATEGORIA
DE CUIDADOS PESSOAIS
Eduardo Aron

DIRETOR DA DIVISÃO
Norte/Nordeste
Pedro Coletta

DIRETOR DE OPERAÇÕES
Ricardo Tobera

DIRETORA DE CATEGORIAS DE
CUIDADOS COM A FAMÍLIA
Priya Patel

DIRETOR FINANCEIRO
Juan Lenis


DIRETORA DA DIVISÃO CENTRO
Ana Paula Bogus

** A partir de fevereiro de 2011, Pablo Perella assumiu a posição de Diretor de KCP LAO. A partir dessa data, Cesar Carvalho será o novo Gerente Nacional de Health Care.*

bro independente na sua direção e não houve alterações societárias ou de estrutura em 2010. **(GRI 2.09) (GRI 4.01) (GRI 4.02)**

A Kimberly-Clark Brasil aposta

na valorização e promoção de novos talentos, estimulando o fomento a boas ideias e, conseqüentemente, o cumprimento de metas e resultados. A sinergia entre colaboradores,

clientes externos, fornecedores e comunidade proporciona a troca de experiência e mantém um objetivo comum em benefício da empresa e do meio ambiente. 

K-C, pertinho de VOCÊ

Empresa vai inaugurar fábrica no Nordeste e dois centros de distribuição

O incremento de renda entre as camadas menos favorecidas e o surgimento de novos polos de consumo país a fora estão mudando o mapa das operações da Kimberly-Clark no Brasil. Com quatro plantas fabris em cidades das regiões Sul e Sudeste – Suzano (SP), Mogi das Cruzes (SP), Correia Pinto (SC) e Eldorado do Sul (RS) –, a empresa tem planos de inaugurar sua primeira unidade produtiva no Nordeste. A ideia é estar mais perto do mercado de consumo que mais cresce no país e, com isso, reduzir custos de distribuição. Estão previstos investimentos de R\$ 250 milhões na

unidade nordestina e em dois novos centros de distribuição, um no Sul e outro no Norte ou Nordeste. Para essa empreitada, serão contratados 300 funcionários e a empresa espera um aumento de 15% no faturamento.

(GRI 2.03)

Com 1.317 colaboradores, a unidade de Suzano (SP) concentra a produção de lenços umedecidos e fraldas descartáveis (infantis e para incontinência). Por sua vez, a linha de papéis descartáveis (marcas Neve, Scott e Kleenex) é feita na fábrica de Mogi das Cruzes (SP), que conta com 914 funcionários fixos e terceirizados. Já a planta de Correia Pinto (SC) reúne 390 empregados e fabrica exclusivamente os papéis higiênicos Neve

e Scott. Em Eldorado do Sul (RS), os 666 funcionários produzem os absorventes e protetores femininos da marca Intimus. **(GRI 2.03)**

Enquanto as fábricas estão presentes em três estados, a sede administrativa da empresa está situada em São Paulo e engloba cerca de setecentos funcionários de todas as áreas corporativas. Outro escritório comercial e administrativo fica na capital pernambucana. **(GRI 2.03)**

Na estrutura logística, a K-C Brasil tem dois centros de distribuição: o Mata Atlântica, em Mogi das Cruzes, que abastece 80% do mercado nacional, e o de Recife (PE), responsável pelas regiões Norte e Nordeste. **(GRI 2.03)**



ESCRITÓRIO CENTRAL - FARIA LIMA

Cerca de 700 colaboradores (entre funcionários administrativos, equipe de vendas, estagiários e terceiros)

- Engloba todas as áreas corporativas.

CD MATA ATLÂNTICA

Cerca de 550 colaboradores (entre funcionários e terceiros)

- Responde por 80% da distribuição dos produtos da K-C no Brasil.

- Abastece os CD's de Recife, Eldorado do Sul e Correia Pinto.

- 62.000 m² de área construída, localizado nas adjacências da Estação Ecológica da Serra do Itapeti, Mogi das Cruzes. **(GRI EN11)**

CD RECIFE E ESCRITÓRIO

Cerca de 40 colaboradores e terceiros

- Centraliza as operações da Divisão Norte e Nordeste e responde pelo abastecimento da região.

UNIDADE SUZANO (SP)

Cerca de 1.200 colaboradores (entre funcionários, estagiários e terceiros)

- Produz lenços umedecidos, fraldas infantis e para incontinência.

UNIDADE ELDORADO DO SUL (RS)

Cerca de 600 pessoas (entre colaboradores, funcionários, estagiários e terceiros)

- Produz absorventes e protetores femininos Intimus.

UNIDADE MOGI DAS CRUZES (SP)

Cerca de 800 colaboradores (entre funcionários, estagiários e terceiros)

- Produz papéis descartáveis (Neve, Scott, Kleenex e linha de papéis profissionais).

- Área total de 273.337 m², localizada perto do Parque Estadual da Serra do Mar e dentro de uma área de proteção de mananciais. A unidade de Mogi das Cruzes possui uma Área de Proteção Ambiental de 79.000 m². **(GRI EN11)**

UNIDADE CORREIA PINTO (SC)

Cerca de 400 pessoas (entre colaboradores, funcionários, estagiários e terceiros)

- Produz papéis higiênicos Neve e Scott.

- Área construída com cerca de 80.000 m². Área de proteção permanente do Rio Canoas. **(GRI EN11)**

Nosso time soma
3.288
funcionários nas
Unidade do Brasil

ESCRITÓRIO CENTRAL - FARIA LIMA



Cesta de **PRODUTOS**

Produtos das linhas Cuidados com a Família e Cuidados Pessoais.

(GRI 2.02)



- 1 - Toalha desengordurante Scott Multiuso
- 2 - Papel Higiênico Scott Amigo da Natureza
- 3 - Papel Higiênico Neve Supreme
- 4 - Fralda Plenitud Active
- 5 - Fralda Huggies Naturali
- 6 - Fralda Huggies Little Swimmers
- 7 - Fralda Turma da Mônica Tripla Proteção
- 8 - Spray Desembaraçante Huggies Turma da Mônica para Cabelos Cacheados

- 9 - Sabonete em Barra Turma da Mônica Suave
- 10 - Lenços Umedecidos Huggies Natural Care
- 11- Protetor diário IntimusPH
- 12 - Absorvente Intimus Interno
- 13 - Absorvente Intimus Gel – Edição especial
- 14 - Guardanapo Scott Grand Hotel Coquetel
- 15 - Lenços Kleenex proteção
- 16 - Shampoo Huggies Turma da Mônica para Cabelos Cacheados



Cesta de **PRODUTOS**

Produtos das linhas Health Care
e K-C Professional.

(GRI 2.02)



- 1 - Toalha em Rolo Scott
- 2 - Dispenser para toalha de mão - Sistema em Rolo Hands Free Junior
- 3 - Saboneteira Eletrônica para Sabonete em Espuma
- 4 - Odorizador de Ambiente Scott (Ocean: Azul; Citrus: Laranja)
- 5 - Invólucros para esterilização Kimguard*
- 6 - Mascara cirúrgica Fluidshield* com visor Splashguard* e Gorro cirúrgico Kaycel*
- 7 - Selante microbiano Integuseal*
- 8 - Campos e pacotes cirúrgicos Kimberly-Clark*



Vale a pena ser **SUSTENTÁVEL**

K-C inclui índices de sustentabilidade nos contratos com os bancos



*Caminhão movido a gás natural
com emissão zero de CO e
redução de até 90% em CO₂*

Ao permitir a captação de recursos para lançamentos e projetos de expansão a taxas e prazos mais atraentes, o pilar ambiental favorece cada vez mais os negócios e as margens operacionais da K-C do Brasil, repassa o gerente financeiro Tiago Rocha.

“Em linhas de crédito envolvendo maquinário, não é de hoje que ban-

cos franceses, alemães e italianos oferecem juros menores mediante o cumprimento de requisitos ambientais. Seguindo essa tendência, passamos a incluir índices de sustentabilidade nos projetos encaminhados às instituições financeiras. Isso facilita a aprovação, permitindo condições melhores e retorno final evidentemente maior”, salienta o gerente.

(GRI HR01)



Índices de emissões de CO₂, além da redução do consumo de água, energia e matérias-primas, estão entre as principais informações ambientais reportadas aos responsáveis pelas linhas de crédito. Mas políticas atreladas a responsabilidade social também contam pontos a favor da empresa. Todos os três contratos com investimentos significativos assinados em 2010 incluíram cláusulas referentes a direitos humanos. **(GRI HR01)**

Rocha conta que tais estratégias contribuíram para a consolidação de um projeto de cinco anos com o BNDES, no valor de R\$ 27,5 milhões. Para 2011, ele adianta, a K-C negocia um financiamento de R\$ 38 milhões para investir na ampliação das instalações e equipamentos. Além da garantia do retorno do investimento, a negociação foi alavancada pelo diferencial de produtos ecológicos como a fralda Huggies Naturali e as versões compactas dos papéis higiênicos Neve e Scott. **(GRI EC04)**

As fraldas ecológicas contam com uma pioneira estrutura à base de bioplástico derivado de amido de milho (o chamado ácido polilático, ou PLA na sigla em inglês). Tal insumo se apresenta como alternativa renovável e de maior degradabilidade na comparação com resinas petroquímicas. Já a tecnologia exclusiva de compactação dos papéis higiênicos otimiza a um só tempo os processos

de embalagem, transporte e armazenamento.

“Esse caso mostra que um mix sustentável já representa algo bem concreto para o investidor”, frisa o gerente financeiro, informando que o BNDES já dispõe de equipe de engenheiros destinada exatamente a auditar ambientalmente os processos produtivos e o maquinário de empresas candidatas a financiamento.


Bruno Gomes Pereira Leite, economista do Departamento de Indústria de Papel e Celulose da Área de Insumos Básicos do BNDES, explica como essa equipe atua. “Temos uma área que avalia se a empresa cumpre o licenciamento ambiental e propõe ações que devem ser exigidas, como a recuperação das reservas legais e a abordagem dos descartes de efluentes nas licenças”, afirma Leite. **(GRI EC04)**

Citando a parceria com a rede de hipermercados Walmart, o gerente financeiro da K-C do Brasil resalta que o comprometimento com as questões ambientais traz ganhos para a imagem da empresa, valorizando a marca e, por consequência, os resultados comerciais. “Produtos sustentáveis geram visibilidade diferenciada nas prateleiras dos supermercados. E isso também favorece os lucros”, ele associa, lembrando que Neve Naturali compacto tem preferência nas gôndolas do Walmart graças a seus diferenciais

exclusivos de sustentabilidade. “Num mercado competitivo como o de papel higiênico, é uma vantagem e tanto”, salienta.

A escolha de fornecedores também leva em consideração as questões ambientais, contemplando análise de riscos e o histórico da empresa. Porém, essas avaliações não se baseiam em cenários futuros hipotéticos que envolvam mudanças climáticas. **(GRI EC02)**

Na ala de logística e distribuição, práticas ecoeficientes também têm se revelado capazes de melhorar os balanços. Ao incentivar a substituição de diesel por gás natural, por exemplo, a área financeira já conseguiu renegociar contratos e reduzir o valor gasto com frete e transporte.

“As transportadoras normalmente enfrentam dificuldades na obtenção de crédito. Queremos cobrir essa lacuna antecipando valores que nossos fornecedores de serviços de distribuição têm a receber”, revela Rocha, lembrando que o gás natural é mais barato e que os novos caminhões têm maior capacidade de carga. “Com isso os parceiros de distribuição podem fazer um preço mais competitivo. É uma mudança na equação financeira”, define Rocha, acrescentando que as emissões de CO₂ também são reduzidas. “Por enquanto o projeto é piloto. Mas ele deve ser ampliado já em 2011”, arremata o gerente. 

balanço financeiro 2010

Em 2010,
**não houve
qualquer multa**

de valor relevante resultante da
não-conformidade com leis e
regulamentos ambientais.

(GRI EN28)

A K-C realiza um
**estudo de
fornecedores**

baseados em uma análise de
riscos com base em dados
históricos e não em cenários
futuros e que envolvam
mudanças climáticas.

(GRI EC02)

Faturamento Bruto
R\$ 2,33 bilhões*



Doações:
R\$ 92 mil

Remuneração de Empregados
R\$ 224,48 milhões

referente a salários, bônus e impostos
sobre os salários pagos em
2010 referente a 2009



Investimentos na Comunidade:
R\$ 800 mil

Pagamentos para Fornecedores
(todos da empresa):
R\$ 2,06 bilhões

Pagamento de Impostos (todos):
R\$ 481,69 milhões

(GRI 2.08) (GRI EC01)

*A partir de 2009, a K-C passou a não incorporar
o ICMS/ST no Faturamento Bruto

Na rota do desperdício **ZERO**

O reaproveitamento do refugo industrial gerou receita de R\$ 2 milhões no ano passado

Funcionários participaram de forma ativa no processo de redução do desperdício



Subprodutos feitos a partir de refugos das linhas fabris permitiram à K-C Brasil reduzir em 2.160 toneladas sua geração de resíduos industriais ao longo de 2010. A tarefa de poupar aterros sanitários foi coordenada por uma equipe de engenheiros escalada especialmente para fazer dinheiro com o que antes era descartado. Os resultados, até agora, são promissores. Desde o início desse esforço, já são 184 soluções e uma receita de R\$ 2 milhões mensais com a venda de itens feitos a partir de fardos de refugos.

No caso da celulose, esta pode ser vendida para aplicações tão variadas como forro de urna funerária, telhas ecológicas e pastilhas de freio automotivo. Diz a gerente de operações Janaina Coutinho, responsável por qualidade, segurança e meio ambiente: "A demanda é alta, não se trata de um resíduo qualquer. Estamos falando de subprodutos com qualidade garantida, com grande potencial de geração de receita para a empresa".

balanço ambiental 2010

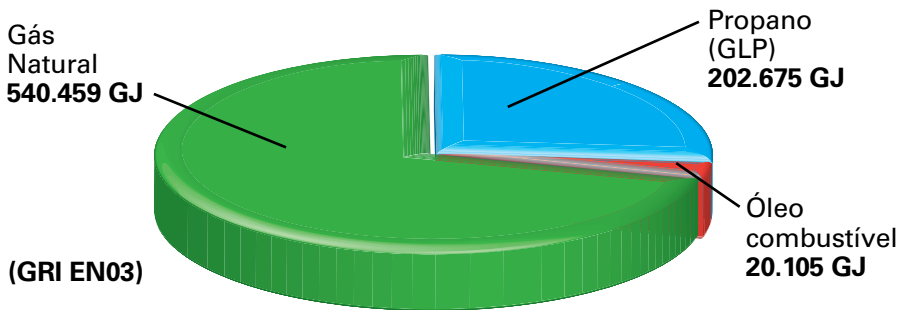
Refugos viram carro

Em 2011, os esforços para reduzir o desperdício continuam a todo vapor. Há no mínimo mais doze soluções waste zero na agulha. Entre as investidas de sucesso que serão mantidas, há prioridade na mudança de comportamento dos funcionários, por meio, principalmente, de campanhas e treinamentos. Os resultados desse plano são animadores. Somente na fábrica de Suzano (SP), a redução da perda de matéria-prima por sujidades, antes da entrada na produção, cravou 42%, recorde histórico.

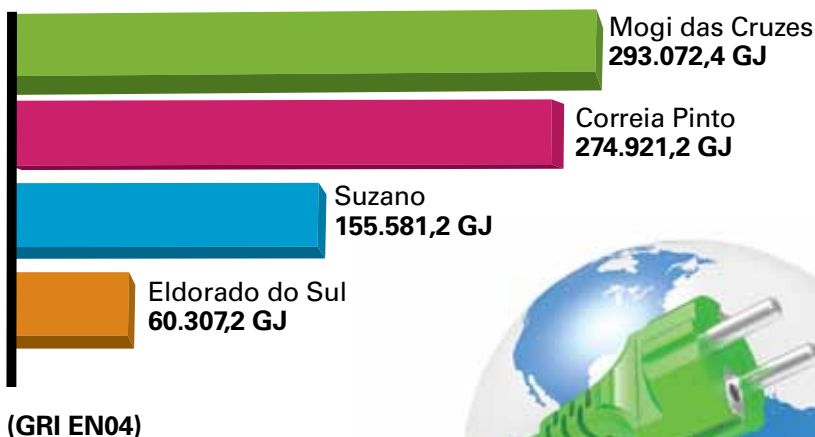
“Para envolver as pessoas e transmitir a mensagem de maneira mais ‘palpável’, divulgamos o valor dos refugos em veículos modelo Celta Spirit. Assim, os colaboradores conseguem enxergar o quão importante é a participação de todos, por menor que seja a ação”, ilustra Janaína, acrescentando que muitos colaboradores começaram a tomar cuidado redobrado na hora de colocar os fardos de refugo nas empilhadeiras, preocupados em fazer a carga chegar intacta às máquinas.

As metas de redução dos níveis de desperdício também exigem alto nível de comprometimento das equipes de liderança. Janaína lembra que supervisores, analistas e engenheiros fazem o trabalho em campo para implementar verificações de segurança, qualidade e meio ambiente, “liderando pelo exemplo”. “É um movimento positivo, que gera comportamento positivo.”

O consumo de energia de fontes primárias se divide em



O consumo de energia indireta se divide em



A conscientização dos funcionários e a otimização do processo também foram importantes para reduzir o consumo de água e energia nas fábricas da K-C Brasil. “Em Mogi das Cruzes (SP), 40% da água usada já é reutilizada no processo de produção. O objetivo para este ano é chegar a 60%,” garante Janaína.

A meta de desvio de energia em 2010 também foi atingida, cravando



6,76% em média – o objetivo era que esse índice ficasse abaixo de 7,5%. “Na maioria dos meses, ficamos abaixo da meta,” arremata Janaína Coutinho. (GRI EN04)

Total de retirada de água por fonte

Em 2010, em consonância com a Visão 2010 de Sustentabilidade e perseguindo a redução contínua de consumo dos recursos naturais a K-C Brasil obteve uma redução 15,5% de consumo de água por tonelada de papel produzido nas suas fábricas em Correia Pinto - SC e Mogi das Cruzes - SP. O total de retirada de água de superfície foi de:

Correia Pinto (Rio Canoas)
1.243.609 m³

Mogi das Cruzes (Rio Tietê)
763.089 m³

**Total
2.006.698 m³
retirado
de água
(GRI EN08)**

Descarte total de água, por qualidade e destinação

Qualidade Mogi das Cruzes

Sólidos Suspensos Totais

(média anual)

35,33 mg/L

Demanda Bioquímica de Oxigênio-DBO

(média anual)

38,98 mg/L

Qualidade Correia Pinto

Sólidos Suspensos Totais

(média anual)

774,8 mg/L

Demanda Bioquímica de Oxigênio-DBO

(média anual)

124 mg/L

(GRI EN21)

Descarte total de efluentes industriais nos corpos d'água de superfície:

1.546.863 m³
de superfície
(Rio Canoas e Rio Tietê).

(GRI EN21)

A Visão 2015

prevê a redução de 25% (no mínimo 5% ao ano) tendo como base os resultados de 2010.

A meta é de 5% para as plantas de Family Care, com relação a 2010.
(GRI EN08)

Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso. (GRI EN17)

Cálculo estimado das emissões indiretas provenientes de veículos de transporte de cargas a diesel - CO₂eq - 19408 Ton.

Meta 2011:

Realizar mapeamento das fontes indiretas e cálculo de emissões, tendo como escopo inicial as emissões oriundas da cadeia de distribuição de produtos acabados.

NO_x, SO_x e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso (GRI EN20):

NO_x - 1,03 Toneladas
NH₄ - 11,75 Toneladas

Os dados são calculados com base no fator de conversão fornecidos pela KCC, baseados em diretrizes da EPA (Environment Protection Agency), como segue:

- GLP consumido no período em MBTU X fator de conversão (0,00001100 p/ CH₄ e 0,00000600 p/NO_x);
- Óleo Combustível em MBTU X fator de conversão (0,00001100 p/ CH₄ e 0,00000600 p/NO_x);
- Biomassa em MBTU X fator de conversão (0,00003200 p/ NO_x e 0,000004200 p/CH₄);
- Gás Natural em MBTU X fator de conversão (0,00000010 p/ NO_x e 0,00000500 p/CH₄).

A economia do **LIXO**

K-C começa a se preparar para atender às exigências da Lei Nacional de Resíduos Sólidos com a capacitação de catadores de resíduos

No ano passado, a Kimberly-Clark Brasil selou uma ação colaborativa com a Prefeitura de Suzano para profissionalizar os catadores de materiais recicláveis e equipá-los com maquinário adequado, visando aumentar a sua capacidade de geração de recursos.

“A ideia é fazer com que essas pessoas deixem os carrinhos de rua de coleta de restos e se profissionalizem”, diz Marco Antonio Iszlaji, Diretor de Assuntos Legais e Corporativos da Kimberly-Clark Brasil.

O primeiro passo para se atingir essa meta foi contratar um profissional para capacitar tecnicamente os catadores. Depois, a empresa comprou uma máquina extrusora capaz de fabricar chapas de plástico feitas a partir de material reciclável. Esses compensados têm grande potencial de negócios devido à variedade de aplicações – foram encontradas 184 formas diferentes de uso. As estações coletoras de lixo reciclado de 10 lojas do Carrefour foram construídas,

por exemplo, com essas chapas.

A colaboração com a Prefeitura de Suzano foi importante para viabilizar o galpão onde acontece o processo de separação e destinação do lixo, que são levados até lá pelos caminhões da prefeitura. O modelo de responsabilidade compartilhada entre setor privado e governo, que está sendo aplicado em Suzano, foi replicado pela K-C com base na experiência do projeto “Dê a Mão para o Futuro”, de coordenação da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal e Cosméticos (ABIHPEC).

A entidade fomenta o trabalho dos catadores de materiais recicláveis que já estejam atuando em associações e cooperativas. A K-C é integrante desse projeto nos Estados de Santa Catarina, norte do Paraná e Rio de Janeiro, e faz parte da diretoria da ABIHPEC. **(GRI 4.13)**

Nesse contexto, as indústrias do setor, representadas pela ABIHPEC, ajudam com a compra de equipamentos e com a capacitação dos

catadores, reduzindo, dessa forma, os intermediários na venda para a indústria. O projeto está em andamento em cinco municípios do Rio de Janeiro e em 11 municípios de Santa Catarina, totalizando 17 cooperativas. **(GRI 4.13)**

Um dos objetivos da K-C em fazer parte de ações voltadas para os catadores de lixo foi de demonstrar a viabilidade de um sistema para a logística reversa de resíduos sólidos com apelo social e com menor custo para a cadeia. Em agosto do ano passado, foi sancionada a Lei Nacional de Resíduos Sólidos, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Entre diversos aspectos, a lei fixa obrigações para consumidores, poder público, fabricantes e comerciantes, com base no princípio da responsabilidade compartilhada. Todos passam a ser responsáveis pela etapa pós-consumo por meio do sistema de logística reversa – que nada mais é do que buscar retirar do meio ambiente os resíduos

Chapa feita a partir de refugo de fraldas – grande potencial de negócio



decorrentes do uso dos produtos e dar-lhes uma destinação ambientalmente adequada como a reciclagem.

(GRI 4.12) (GRI 4.13)

Depois de a lei ter sido sancionada pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o governo agora tem a missão de elaborar propostas referentes à PNRS que incluam metas de redução e reciclagem de resíduos, assim como, a definição do funcionamento dos sistemas de logística reversa.

O governo tem até junho de 2011 para dar esse passo. A boa notícia é que cinco ministros de diferentes pastas iniciaram em janeiro a elaboração das normas que vão regular o retorno do material reciclável consumido no país aos fabricantes.

Segundo o secretário de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano do Ministério do Meio Ambiente (MMA), Silvano Silvério da Costa, o grupo vai trabalhar para garantir que todo resíduo sólido seja reutilizado, reciclado ou recolhido pela indústria responsável.

A ideia do MMA é que sejam firmados acordos setoriais com cadeias produtivas de vidros, latas, embalagens e óleo, entre outras. Caso os setores não cheguem a um acordo, o comitê irá editar normas sobre a logística reversa dos materiais que serão válidas para todo o país e terão como base a PNRS. “O comitê se instalou em fevereiro e, ao longo de 2011, terá uma série de atividades, inclusive, a definição da estratégia da logística reversa e um cronograma para sua implantação”, disse Costa em entrevista à Agência Brasil.

Para cumprir com as novas exigências nacionais da logística reversa, a K-C Brasil projeta um modelo de união entre cooperativas, no qual elas serão as protagonistas. Se os catadores se organizassem nesse sentido, seria possível torná-los o centro da

distribuição de produtos para as usinas de reciclagem. Afinal, eles receberiam o material de órgãos públicos ou outros interessados, fariam a separação e a destinação correta para as usinas de reciclagem.

“Interesse econômico há por parte da indústria de reciclagem. E isso se move sozinho, o que daria a eles uma forma mais profissionalizada e lucrativa de vida”, ressalta Marco. Vale destacar que, em 2010, não houve muitas significativas ou sanções não monetárias resultantes de não conformidade com leis e regulamentos. Como meta, a K-C quer manter o nível de multas do ano referente.

(GRI SO08) 

Caminho **VERDE**

Estudo de viabilidade dos novos negócios ganha medição do impacto ambiental para reduzir níveis de emissão de CO₂



A Kimberly-Clark do Brasil pretende expandir a sua capacidade produtiva com a abertura de uma fábrica na região Nordeste e dois novos Centros de Distribuição (CDs), com localizações a serem definidas. Até o ano passado, a prospecção de negócios levava em conta aspectos tradicionais – financeiros, estruturais e fiscais. Pela primeira vez desde que adotou os princípios da Visão 2015, a empresa incluiu no estudo de viabilidade de negócios (Footprint) o aspecto “sustentabilidade” para medir o impacto ambiental do investimento. **(GRI 1.02) (GRI 4.11)**

“Foi adicionado ao estudo Footprint para 2015 a projeção de impacto da emissão de CO₂ (gás carbônico). Ou seja, quanto CO₂ a mais vou emitir se colocar uma fábrica ou um centro de distribuição em determinada localidade. Isso não era feito antigamente”, destaca Ricardo Gonçalves, diretor de Supply Chain da K-C Brasil.

A Visão 2015 prevê a redução em 5% das emissões dos Gases de Efeito Estufa (GEE). Atualmente, o que se sabe é que a empresa emite 45.404 toneladas de forma direta e 17.090 toneladas de forma indireta. **(GRI EN16)**

Para calcular o impacto ambiental, levando em consideração a matéria-prima e o produto, foi feito o mapeamento da localização de 90% dos fornecedores. Em seguida, foi feita uma simulação para identificar a quantidade de CO₂ emitida na transferência da matéria-prima para a unidade fabril, onde será produzido o produto e, daí, para os centros de distribuição onde serão estocados para posterior direcionamento para o cliente.

Com base nisso, foram avaliados 30 cenários para saber onde as fábricas poderiam ser posicionadas. Os trabalhos de análise e aprovação ainda estão em andamento, mas já é possível perceber que há um ganho considerável na redução de custos aliada a um menor impacto ambien-

tal. “A empresa tem ganho financeiro e ganho em sustentabilidade. Mais uma vez, provamos que as duas coisas podem e devem andar juntas”, afirma Gonçalves. **(GRI EN26)**

Todas as atividades das unidades da K-C Brasil, em áreas protegidas ou não, tiveram identificados seus impactos significativos no período. No que se refere à biodiversidade, não foram identificados conseqüências em áreas protegidas ou de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. O objetivo da K-C é manter essa ausência. **(GRI EN12)**

De forma geral, a K-C já se preocupa em trabalhar com fornecedores locais para serviços menos complexos, com mão de obra qualificada e a um custo relativamente baixo, devido à proximidade física com a fábrica, por exemplo, em serviços de elétrica, civil, usinagem, mecânica e hidráulica. Mas a empresa ainda não consegue quantificar a proporção de gastos com esses fornecedores. **(GRI EC06)**

Os principais materiais usados pela K-C são:

Materiais Diretos:
216.645 ton

Materiais Não-Renováveis:
33.058 ton

(GRI EN01)

De acordo com as estatísticas do setor, **11% (em média)** dos produtos e suas embalagens são recuperados em relação aos produtos vendidos, por categoria. O objetivo do setor é recuperar no **mínimo 17%**, conforme programas estabelecidos nos estados do Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro.

(GRI EN27)

Peso total de resíduos

(por tipo e método de disposição)

Aterro:

20.259 ton/ano

Reciclagem:

15.494 ton/ano

Reuso:

6.225 ton/ano

Coprocessamento:

2.043 ton/ano


(GRI EN22)

Entrega sustentável

Dos projetos com aspectos sustentáveis que já saíram do papel no ano passado, Gonçalves cita o "Entrega Sustentável", em parceria com o Walmart, que prevê a substituição do combustível diesel por gás natural (GNV) nas carretas, o que trouxe uma redução de até 90% na emissão de CO₂.

A K-C adicionou o conceito Entrega Sustentável a um terceiro projeto de redução da emissão de gases de efeito estufa e aprimoramento do uso da frota. Desta vez, as carretas serão movidas a etanol e terá como parceiro o Grupo Pão de Açúcar. A diferença de um projeto para o outro está na autonomia. A matriz de fornecimento de álcool é bem maior que a de gás. A área

de Supply Chain quer chegar ao final de 2011 com quatro veículos rodando com GLP e outros quatro, com etanol.

Fora esta experiência bem-sucedida, a K-C continua buscando novos parceiros, além do Carrefour e outros cinco clientes, para ampliar o projeto de otimização do uso da frota de distribuição e redução de emissão de CO₂, também conhecido como *backhaul*. 

Detalhe dos materiais usados (GRI EN01)

(por peso ou volume)

Materiais Diretos:

Air Laid - 4.129 Kg
Aparas - 29.114.202 Kg
Cartão Tubete (papelão) - 4.943.614 Kg
Celulose - 149.498.974 Kg

Materiais Não Renováveis:

Adesivo - 4.483.949 Kg
Coform - 1.747.000 Kg
Elástico/Lycra - 219.594 Kg
Filme - 3.749.056 Kg
Laminado BSTL - 42.297.511 m²
Poli Perfurado - 18.641.574 m²
Químicos - 5.494.184 Kg
Superabsorvente - 14.156.848 Kg
TNT - 628.278 Kg
Polietileno - 663.687 Kg
Fita Adesiva - 88.059 Kg

Detalhe da disposição materiais (GRI EN22)

(por peso ou volume)

Aterro:

Lodo ETE - 18.021 ton/ano
Plástico misturado inservível - 2.237 ton/ano

Reciclagem:

Lodo ETE - 1.026 ton/ano
Plástico - 3.513 ton/ano
Madeira - 1.928 ton/ano
Plástico mix celulose (absorventes e fraldas) - 5.067 ton/ano
Outros - 3.960 ton/ano

Reuso:

Madeira - 270 ton/ano
Metal - 630 ton/ano
Óleo Usado - 37 m³/ano
Tecido - 8 ton/ano
Papelão - 2.433 ton/ano
Papel - 2.813 ton/ano
Resíduo Ambulatorial - 34 Kg/ano

Coprocessamento:

Plástico mix celulose (absorventes e fraldas) - 209 ton/ano
Energia (Biomassa) - 2.734 ton/ano

Um novo olhar sobre a ÉTICA



Campanha de comunicação ganha novo layout para falar de tema considerado até então burocrático e distante da realidade

A criatividade pode ser uma arma poderosa na hora de chamar a atenção dos profissionais para um assunto burocrático e aparentemente distante da realidade. A área de Assuntos Legais e Corporativos entendeu isso com maestria e soube levar o tema ética a todos os funcionários por meio de recursos lúdicos, como histórias em quadrinhos, intervenções teatrais e grupos de discussões.

Foi assim que nasceu a campanha de comunicação “Código de Conduta”, da Kimberly-Clark Brasil para mostrar e despertar a conscientização dos colaboradores sobre os fundamentos de conduta e ética. O código oferece orientação de como lidar com clientes, fornecedores, colaboradores, concorrentes e com públicos de interesse com integridade e de forma ética e apropriada. **(GRI 4.06)**

No ano passado, 330 executivos

de vendas e 230 líderes da empresa passaram pelo treinamento do “Código de Conduta” e replicaram os ensinamentos com as suas equipes. Para cada grupo de profissional, houve o cuidado de adequar a linguagem. Com os líderes, a abordagem foi mais direcionada e este ano contou com a inclusão do tema “Uso de redes sociais no trabalho”. **(GRI 4.06)**

Os assuntos abordados foram: Admissão; demissão; ética; confidencialidade de informações; respeito no local de trabalho; respeito à diversidade; uso de mídias sociais (como blogs, facebook e twitter).

Vale ressaltar também que o assunto corrupção foi abordado, pois todas as unidades de negócios são submetidas à avaliação de riscos relacionados ao tema. Quando existem casos desse tipo, o diretor jurídico sempre é envolvido, assim como



Equipe que participou do treinamento do novo código de conduta da K-C Brasil: Saulo Xavier (no topo), Nelson Junior (à direita em pé), Marcus Vinicius de Castro (à esquerda sentado), Marboni Jordão (à esquerda de pé) e Marcia Van Der Lan (sentada à direita)

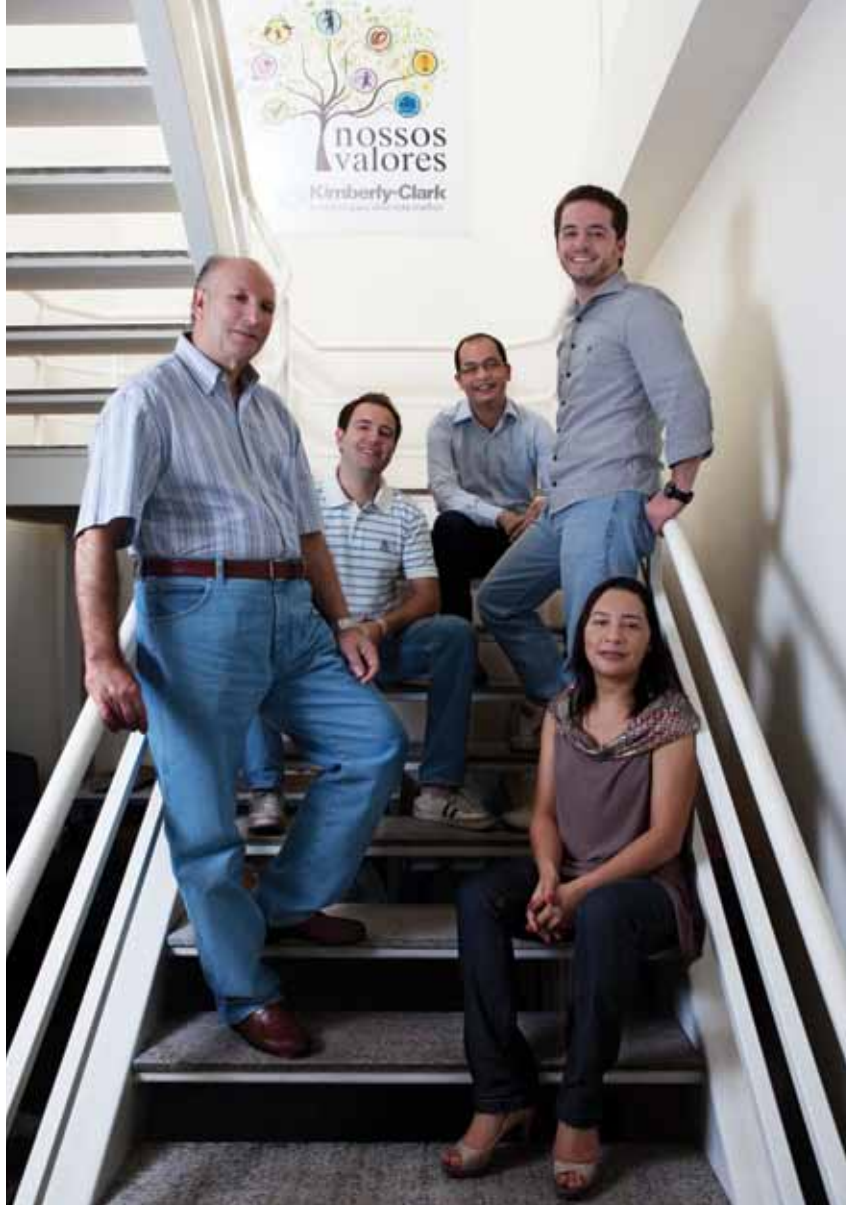
um grupo responsável por apurar os fatos. Em 2010, não foi reportado nenhum caso que envolvesse corrupção.

Com a equipe de vendas, foram abordados os seguintes temas: Uso indevido do carro da empresa; álcool e direção; confidencialidade de informações; negociação indevida com os clientes e busca de informações dos concorrentes de forma inapropriada.

Para a apresentação de cada um desses temas, foi abolido o formato palestra, com advogado e Power Point, para dar lugar a uma abordagem mais intimista, por meio de recursos visuais e interativos usados por um grupo de teatro.

Os atores montaram uma peça, com cenas baseadas nos temas citados, que traduziu a realidade do público-alvo. Após as apresentações, os advogados do departamento estimularam a discussão dos tópicos. “Os debates foram muito ricos, porque as pessoas traziam experiências e esclareciam dúvidas”, conta Rafaella Moretti, da área de Assuntos Legais e Corporativos.

Com os funcionários de chão de fábrica, a abordagem foi diferente. Foi desenvolvida uma campanha de comunicação em formato de história em quadrinhos. Nasceu, então, o personagem Seu Código de Conduta, nome que remete à ideia de que cada um é responsável por aplicar o código



de conduta no seu dia-a-dia.

Ele foi escolhido para transmitir mensagens aos funcionários sobre 12 assuntos relevantes, como segurança no trabalho, canais de denúncia, meio ambiente, respeito no local de trabalho, entre outros.

Para se manter presente no cotidiano das unidades de produção, o personagem Seu Código de Conduta foi divulgado por diversos canais de comunicação, como mídias de banheiro, murais, e-mails, intranet, portais de vendas e papel bandeja nos refeitórios das fábricas.

As unidades de Recife, Suzano, Mogi das Cruzes, CDMA, Correia Pinto, Eldorado do Sul e escritório central tiveram acesso ao programa. Para 2011, a Kimberly-Clark tem a meta de envolver 100% dos funcionários através de um treinamento global no tema “Ética e Código de Conduta.” Os empregados com acesso a computador no trabalho farão o treinamento online e os demais empregados receberão treinamento presencial com suporte de vídeo com encenação de situações. **(GRI SO2) (GRI SO3) (GRI SO4)**

Ambiente que faz a **DIFERENÇA**

A K-C é eleita a 2ª Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil pelo Instituto GPTW

Muitos executivos conseguem liderar empresas rumo ao sucesso, mas nem todos alcançam o equilíbrio entre crescer e não se descuidar do ambiente de trabalho. A Kimberly-Clark Brasil demonstrou ser capaz de se transformar como empresa, por meio de uma gestão focada em engajamento dos funcionários, para criar uma cultura única com eles e se tornar reconhecida nacionalmente por esse trabalho.

Em 2010, a K-C Brasil foi eleita como a segunda “Melhor Empresa para Trabalhar do Brasil” pelo Instituto Great Place to Work (GPTW), com divulgação na revista Época. Dos 3.288 colaboradores, mil foram selecionados pelo GPTW e destes, 973 responderam às perguntas do instituto positivando o ambiente de trabalho (97,3% da amostra). Essa conquista ficou ainda mais saborosa ao se constatar que o Brasil foi o mercado mais competitivo do GPTW em 2010, com 774 empresas participantes, o maior

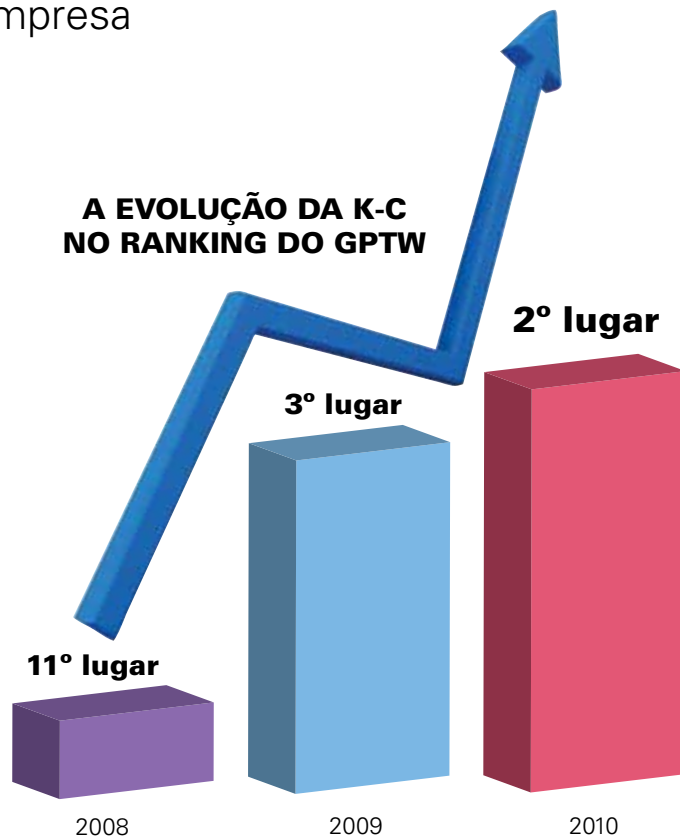
número registrado em um único país. **(GRI 2.08) (GRI 2.10)**

O trabalho para se chegar a esse reconhecimento começou em 2002, quando a K-C estava em meio a uma série de problemas: sem dinheiro, sem credibilidade, sem o engajamento dos colaboradores. Nessa época, havia apenas o sonho de se

construir uma empresa respeitável, projeto que foi rotulado de “improvável” pela própria direção da matriz da empresa nos EUA.

De lá para cá, o trabalho de recuperação da K-C Brasil foi gradual e firme, começando pela criação de uma cultura interna única. Em razão das aquisições do passado, os colabora-

A EVOLUÇÃO DA K-C NO RANKING DO GPTW





João Damato recebe o prêmio GPTW em evento em São Paulo

dores não tinham muita clareza sobre o que era a K-C e preservavam culturas diferentes. Montou-se, então, uma frente de trabalho com direção da empresa para resolver os problemas iniciais, como melhoria da comunicação interna, falta de capacitação dos colaboradores e pouca valorização do profissional.

Fazer com que os colaboradores estivessem informados sobre a estratégia da empresa e a evolução dos resultados foi fundamental para começar a motivá-los e engajá-los. Para isso, foram desenvolvidos

e implementados diversos canais de comunicação, como, por exemplo, a CONFEX (Conferência Executiva) - principal fórum de comunicação da empresa, que tem o objetivo de fazer o alinhamento estratégico e a integração da liderança. Outra iniciativa é a reunião trimestral e anual de resultados, que envolvem todos os colaboradores da companhia. Além disso, toda sexta-feira ocorre a reunião de diretoria, onde são discutidos temas diversos sobre os negócios. Na manhã da segunda-feira, os diretores têm a missão de fazer a cascata de infor-

mações definidas para suas equipes. O "Café com Ideias", se destaca por promover o encontro do presidente ou do diretor com os colaboradores para uma conversa aberta sobre os negócios da empresa. Já nas fábricas, há ainda reuniões mensais de resultados e performance das operações, e o "Canal Interativo", uma adaptação do "Café com Ideias". **(GRI 4.04)**

No período de 2003 a 2008, a empresa buscou aprimorar a capacitação dos colaboradores por meio de educação formal. Ao todo, 150 pessoas conquistaram os diplomas de

*Colaboradores comemoram
premiação da K-C Brasil*

Ensino Médio e Fundamental. De 2007 em diante, o foco foi na formação de técnicos, com uma média de 190 colaboradores formados. Já em 2010, o incentivo foi em graduação, com cem colaboradores inseridos no programa. Ao todo, foram 71,5 horas de treinamento por funcionário em 2010, ante 31,1 horas em 2009. O número de pessoas promovidas elevou-se de 300, em 2009, para 591, no ano de 2010. **(GRI LA10)**

Os colaboradores da área administrativa da K-C são avaliados pelo Global Performance Management (GPM) por meio de metas individuais, alinhadas ao negócio de suas áreas, e metas compartilhadas, que afetam toda a companhia, como indicadores e resultados financeiros, e clima organizacional. A relação entre a remuneração do mais alto grau de governança, diretoria executiva e demais executivos com o desempenho da organização é de 2,8%. **(GRI 4.05) (GRI 4.10)**

Já o sistema Gestão de Desempenho e Desenvolvimento Operacional (GDO) avalia a performance dos grupos técnico e operacional. A avaliação destes trabalhadores é feita anualmente em relação ao alcance dos objetivos e aos comportamentos apresentados frente às Qualidades Globais da Liderança da K-C. Assim como no GPM, tais resultados são levados em conta nos processos de recrutamento interno, desenvolvimento, planos de aprendizagem e reconhecimento de recompensa.

Nos últimos cinco anos, a proporção de mulheres no quadro efetivo cresceu de 16% para 23%. No mesmo período, as mulheres em posições de liderança passaram de 20% para 23%. Essa é uma das maiores provas de que as mulheres conquistaram a sua valorização na empresa. Além disso, não foi reportado até hoje nenhum caso de discriminação nos canais formais da empresa. **(GRI HR04)**

Para 2011, a meta é incentivar a diversidade em todos os níveis da organização, porém ainda não foram definidos os percentuais para alcançar esse objetivo. **(GRI LA14)**

Em termos de benefícios trabalhistas, 95% dos colaboradores são abrangidos por acordos de negociação coletiva, com direito a envolvimento de sindicatos. A totalidade dos colaboradores pode optar pelo plano de aposentadoria complementar K-C Prev, com condições diferenciadas de mercado e sem custo. O plano é 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, a contribuição é voluntária, sem contrapartida da empresa.

(GRI EC03) (GRI LA04) (GRI HR05)
A soma dessas ações ajudou a K-C a sair de uma média final de 58, em 2003, para 90, em 2010, de acordo com os parâmetros do GPTW, conquistando a segunda posição no ranking geral das 25 melhores empresas para se



trabalhar, superada apenas pelo Google. No entanto, na categoria "Indústrias", a empresa ficou como primeira colocada, assim como na categoria "Compartilhar". Já em "Comunicação", estabeleceu-se na sexta posição; em "Qualidade de Vida", em décimo terceiro; em empresas que "Treinam Melhor", ficou em décimo sexto, e "Entre as que Contrataram Mais", em décimo sétimo. **(GRI LA08)**

Os reconhecimentos não termi-

compartilhar
contratar
escutar
agradecer

ÉPOCA



nam por aí. A K-C foi vencedora das categorias “Remuneração” e “Desenvolvimento da Liderança” do prêmio “As 20 Melhores Práticas de Gestão de Pessoas”, promovido pela revista “Melhor Gestão de Pessoas” e baseado nos resultados do GPTW 2010-2011. **(GRI 2.10)**

A K-C Brasil, pela primeira vez, ficou entre as 100 Melhores Empresas para se Trabalhar na América Latina e, pelo terceiro ano consecutivo,

foi eleita uma das três “Melhores Operações de Serviço de Atendimento ao Cliente” (SAC) na categoria de “Higiene e Limpeza”, segundo a revista Consumidor Moderno. O POP 2010 – Prêmio de Opinião Pública – também foi concedido à empresa dentro da categoria “Relações Públicas nas organizações”, com o case “Oficina Mágica do Bebê”. E a K-C conquistou ainda o Prêmio Best Innovator, que elegeu as 15 empre-

sas mais inovadoras do Brasil. De uma lista de 70 inscritos, a K-C ficou em 13º lugar. **(GRI 2.10)**

“Fomos reconhecidos pelo GPTW como a ‘Melhor Indústria para Trabalhar no Brasil’ e temos a melhor prática cultural de compartilhar, exatamente o que estamos fazendo aqui”, disse o presidente João Damato durante a cerimônia de entrega do prêmio pelo GPTW, em São Paulo. 🌐

Ideias de **SUCESSO**

Envolvimento dos funcionários faz com que eles conheçam melhor o negócio e a necessidade do mercado

Em vez de reclamar dos problemas, funcionários motivados trazem soluções. Adepta dessa filosofia corporativa, a K-C Brasil quer aumentar o envolvimento dos colaboradores com os negócios e o dia-a-dia da empresa. A ação, afirma Caio Martins, diretor da divisão de negócios responsável por São Paulo e pela região Sul, tem rendi-

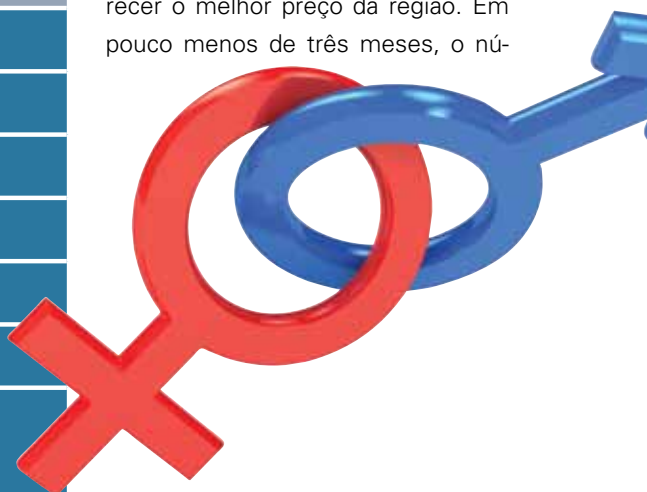
do excelentes resultados. “Criamos o programa ‘Melhores Práticas’, que estimula equipes de vendas a apresentar soluções para problemas cotidianos”, afirma Martins. Ao todo, foram 64 propostas apresentadas nos últimos dois anos e, a cada trimestre, um comitê formado por diretores de outras áreas da empresa escolhe as melhores.

Projeto Trimarca

A equipe composta por Daniela Santos, Gabriel Arruda, Simone Godoi e Christiane Bentemuller conseguiu ampliar o número de categorias oferecidas em cerca de 1.500 supermercados. “Detectamos que essas lojas vendiam uma ou, no máximo, duas categorias da Kimberly-Clark. Para incentivar a oferta das categorias, criamos o Combo Trimarca. A loja que comprasse absorvente, fralda e papel higiênico ao mesmo tempo ganhava um desconto de 5% no pedido e, com isso, conseguia oferecer o melhor preço da região. Em pouco menos de três meses, o nú-

| PROPORÇÃO DE SALÁRIO BASE ENTRE HOMENS E MULHERES, POR CATEGORIA FUNCIONAL (GRI LA14) | | |
|---|----------|-----------|
| | FEMININO | MASCULINO |
| DIRETORES | 51% | 49% |
| GERENTES | 49% | 51% |
| SUPERVISORES | 49% | 51% |
| ESTAGIÁRIOS | 50% | 50% |
| APRENDIZES | 43% | 57% |
| DEMAIS CARGOS | 51% | 49% |

Meta 2011: Manter um equilíbrio em torno 50% em todos os níveis.



...nossa história mostra que juntos podemos tudo!
Impossível é apenas uma palavra.



A equipe composta por Gabriel Arruda, Daniela Santos (direita) e Christiane Bentemuller (esquerda) criou o Combo Tricamarca, que incentiva os supermercados oferecerem mais produtos da K-C

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. (GRI LA13)

TRABALHADORES POR SEXO E IDADE

| | Até 30 anos | | Acima de 30 anos | | TOTAL |
|---------------|-------------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| | FEMININO | MASCULINO | FEMININO | MASCULINO | |
| PRESIDENTE | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| DIRETORES | 0 | 0 | 4 | 11 | 15 |
| GERENTES | 2 | 4 | 38 | 72 | 116 |
| SUPERVISORES | 19 | 29 | 32 | 86 | 166 |
| ESTAGIÁRIOS | 20 | 24 | 0 | 0 | 44 |
| APRENDIZES | 4 | 36 | 0 | 0 | 40 |
| DEMAIS CARGOS | 343 | 1.078 | 326 | 1.159 | 2.906 |
| TOTAL | 388 | 1.171 | 400 | 1.329 | 3.288 |

mero de unidades com os três produtos saltou de 200 para 700 em apenas um distribuidor, afirma Gabriel Arruda, na época executivo de vendas. Em áreas como a zona leste de São Paulo, essa força Trimarca propiciou a conexão do distribuidor da K-C com 90% dos pontos de vendas de 01 a 04 check-outs da base Nielsen.

Novos Processos e Contratações

Um processo iniciado foi a rotina do executivo checar o estoque virtual das lojas antes das visitas propiciando a diminuição na ruptura e por consequência aumento das vendas mé-

nosso**s** colaboradores

dias de 5 a 9%. “Não adianta ter o melhor produto se ele não estiver disponível no ponto de venda. O cliente vai levar outro. Com este procedimento conseguimos municiar o executivo que está negociando na matriz com informações relevantes por loja, ressalta Martins.

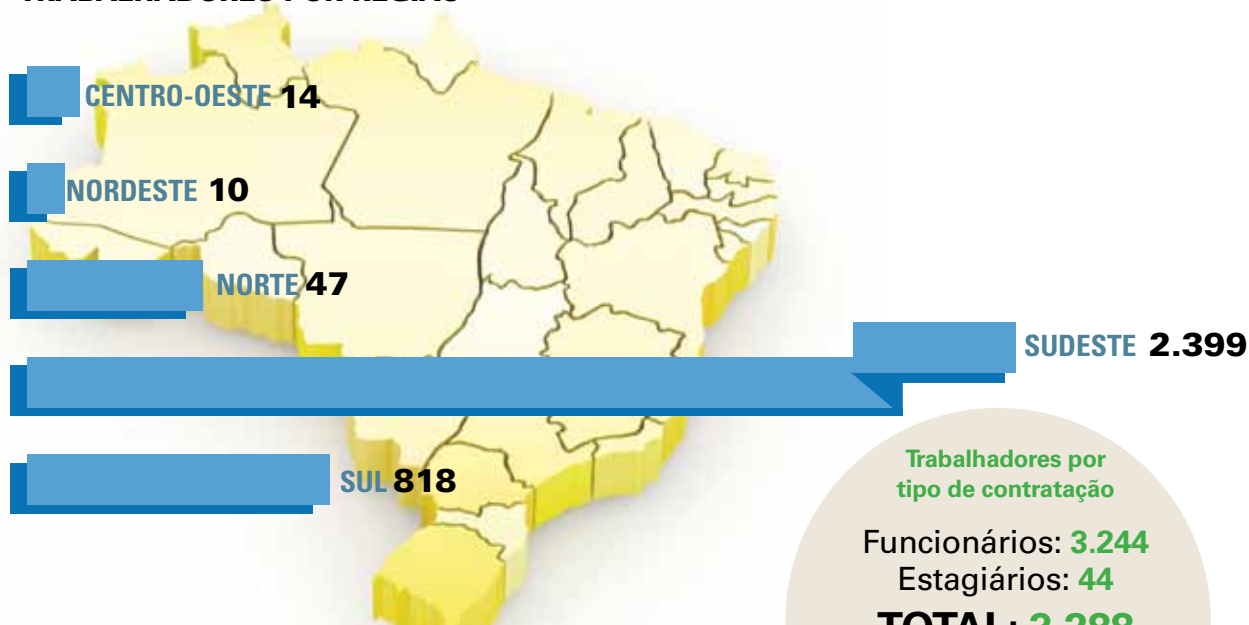
A aproximação com os clientes por meio de uma nova divisão de áreas tem facilitado o entendimento das necessidades do mercado. A captação de novos clientes – principalmente dos médios, que antes eram atendidos via distribuidor – tem sido otimizada. “O nível de relacionamento melhorou muito e os conflitos diminuíram”, garante Caio. Embora não exista política de contratação local para cargos de alta gerência, a contratação de um gerente do Mato Grosso trouxe bons resultados. “Ele já trabalhava há dezenove anos na região e conhecia todos os clientes ali. Ele deu um baile e fechamos o ano com 50% de crescimento de vendas. Recebemos telefonemas de todos os clientes dando parabéns por ter contratado uma pessoa de lá. O impacto foi muito maior do que se a gente tivesse mandado alguém de São Paulo”, afirma Ana Paula Bogus, diretora da divisão centro da K-C, que atende aos estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Espírito Santo, Goiás, ao interior de São Paulo e Distrito Federal.

(GRI EC07) 

| NÚMERO TOTAL E TAXA DE ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS, POR FAIXA ETÁRIA, GÊNERO E REGIÃO. (GRI LA02) | | | | | | | |
|--|------------------|--------------|-----------|-------|----------------------|-----------|--------|
| | | Rotatividade | | | Taxa de Rotatividade | | |
| Filial | Faixa Etária | Feminino | Masculino | TOTAL | Feminino | Masculino | TOTAL |
| CDMA | Até 30 anos | 0 | 9 | 9 | 0,00% | 6,82% | 6,34% |
| | Acima de 30 anos | 1 | 4 | 5 | 8,33% | 5,71% | 6,10% |
| | Total | 1 | 13 | 14 | 4,55% | 6,44% | 6,25% |
| CORREIA PINTO | Até 30 anos | 0 | 2 | 2 | 0,00% | 2,22% | 2,06% |
| | Acima de 30 anos | 0 | 5 | 5 | 0,00% | 3,62% | 3,62% |
| | Total | 0 | 7 | 7 | 0,00% | 3,15% | 2,98% |
| ELDORADO | Até 30 anos | 14 | 21 | 35 | 23,33% | 11,80% | 14,71% |
| | Acima de 30 anos | 2 | 6 | 8 | 1,72% | 3,30% | 2,68% |
| | TOTAL | 16 | 27 | 43 | 9,09% | 7,50% | 8,02% |
| FARIA LIMA | Até 30 anos | 35 | 31 | 66 | 21,74% | 15,42% | 18,54% |
| | Acima de 30 anos | 36 | 44 | 80 | 27,07% | 17,96% | 21,92% |
| | TOTAL | 71 | 75 | 146 | 24,48% | 17,40% | 20,25% |
| MOGI DAS CRUZES | Até 30 anos | 0 | 8 | 8 | 0,00% | 4,79% | 4,02% |
| | Acima de 30 anos | 4 | 17 | 21 | 19,05% | 5,07% | 5,90% |
| | TOTAL | 4 | 25 | 29 | 7,55% | 4,98% | 5,23% |
| SUZANO | Até 30 anos | 10 | 45 | 55 | 8,47% | 11,19% | 10,58% |
| | Acima de 30 anos | 9 | 31 | 40 | 8,04% | 8,59% | 8,46% |
| | TOTAL | 19 | 76 | 95 | 8,26% | 9,96% | 9,57% |
| TOTAL | | 95 | 223 | 318 | 12,06% | 8,92% | 9,67% |

Meta 2011: Manter a taxa de rotatividade abaixo de 11%.
Observação: Neste ano, a taxa de rotatividade por iniciativa do empregado foi igual a 3,86%.

TRABALHADORES POR REGIÃO



Trabalhadores por tipo de contratação

Funcionários: 3.244
Estagiários: 44
TOTAL: 3.288

Observação:
todos os funcionários
trabalham em
período integral.
(GRI LA01)

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. (GRI LA13)

TRABALHADORES POR RAÇA

| | Amarela | Branca | Índigena | Parda | Negra | TOTAL |
|---------------|-----------|--------------|----------|------------|------------|--------------|
| PRESIDENTE | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| DIRETORES | 0 | 14 | 0 | 1 | 0 | 15 |
| GERENTES | 5 | 107 | 0 | 4 | 0 | 116 |
| SUPERVISORES | 5 | 156 | 0 | 5 | 0 | 166 |
| ESTAGIÁRIOS | 4 | 36 | 0 | 2 | 2 | 44 |
| APRENDIZES | 1 | 32 | 0 | 4 | 3 | 40 |
| DEMAIS CARGOS | 30 | 2.413 | 0 | 331 | 132 | 2.906 |
| TOTAL | 45 | 2.759 | 0 | 347 | 137 | 3.288 |

Meta 2011: Incentivar a diversidade em todos os níveis da organização, porém não existem percentuais

TAXA DE LESÕES, DOENÇAS OCUPACIONAIS, DIAS PERDIDOS, ABSENTEÍSMO E ÓBITOS RELACIONADOS AO TRABALHO, POR REGIÃO. (GRI LA07)

| | MOGI | SUZANO | CDMA | ELDORADO | CORREIA PINTO | FARIA LIMA |
|---|-------|--------|-------|----------|---------------|------------|
| Número de acidentes com afastamento (a cada 100 funcionários) | 0.50 | 0.18 | 0.15 | 0.18 | 0.24 | 0.00 |
| Casos de doenças ocupacionais | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Taxa severidade (dias perdidos a cada 100 funcionários) | 49.07 | 1.72 | 4.36 | 6.63 | 5.77 | 0.00 |
| Absenteísmo | 1.85% | 2.50% | 1.70% | 2.01% | 2.15% | 0.39% |
| Fatalidades | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

Pilar **AMBIENTAL**

Atuando em conjunto com Walmart, K-C reduz emissões, investe em fraldas ecológicas e em embalagens ecoeficientes

Responsáveis na K-C Brasil pela inovação das linhas de Personal Care (PC) e Family Care (FC), as gerentes Giselle Martinez e Marcia de Ferran vivem o constante desafio de minimizar o impacto ambiental e os níveis de emissões de um mix industrial já altamente sustentável. No balanço de 2010, a dupla emplacou uma série de lançamentos ecologicamente eficientes, boa parte atrelada à parceria iniciada em 2009 com o Walmart. Naquele ano, o gigante do varejo impôs a fornecedores de todo o mundo, inclusive do Brasil, novas exigências ambientais e de res-

ponsabilidade social, como a diminuição do consumo de embalagem e o aumento do emprego de materiais renováveis e degradáveis.

Sintonizada com esses apelos, a K-C priorizou, em 2010, diversas inovações amigáveis ao meio ambiente. Todos os produtos foram testados de acordo com as normas regulatórias vigentes, que provaram sua segurança e eficácia antes dos lançamentos. Isso foi feito por meio de um sistema interno chamado Safety Clearance, cuja aprovação é realizada por toxicologistas, em estrutura independente da matriz da empresa.

O cumprimento das leis e dos regulamentos no processo produtivo assegura a qualidade dos produtos que chegam ao consumidor. Prova disso é que a K-C não recebeu nenhuma multa de valor significativo decorrente de fiscalização e apenas foram encontradas falhas em itens de fabricação ou importação antigos. Além disso, o pipeline de inovação é revisado anualmente. São considerados dados do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) para verificar as necessidades de aprimoramento dos produtos atuais em relação à saúde e à segurança dos consumidores.



A gerente de fraldas
Ana Claudia Bandle
compra Huggies Naturali
para a sua filha Julia

Seis meses após o lançamento, é feita uma revisão para verificar eventuais necessidades de alteração do projeto. **(GRI PR01) (GRI PR09)**

Seguindo esses rigorosos critérios, em 2010 muitas novidades chegaram ao mercado brasileiro. Algumas sob a umbrella brand Naturali, que surgiu em 2009 em uma versão 100% sustentável do papel higiênico Neve. No ano passado, a grife Naturali também passou a ser exibida na família de fraldas Huggies. No mercado desde outubro de 2010, Huggies Naturali se destaca por um conjunto de diferenciais ambientais, a começar pelo uso de ácido polilático em sua estrutura absorvente (PLA, na sigla em inglês), um bioplástico derivado do amido de milho. **(GRI 1.02)**

Obtido de fontes renováveis e apresentando biodegradabilidade cer-

tificada por normas internacionais, o material ecoeficiente se disseminou a princípio na indústria de embalagens plásticas de alimentos, substituindo os polímeros derivados de petróleo, que têm em potes de margarinas sua aplicação mais notória no Brasil. “Mas é a primeira vez que essa tecnologia aparece no mercado brasileiro de fraldas descartáveis”, ressalta Giselle Martinez.

Além da biorresina de amido de milho, a estrutura de Huggies Naturali é composta por outros materiais 100% degradáveis e recicláveis, como celulose e óleo de jojoba, oferecendo ainda superfície respirável. Por enquanto, as fraldas ecológicas são importadas da Coreia, mas a meta é nacionalizar a produção. Os compromissos de sustentabilidade também contemplam esforços para diminuir o

consumo de filmes plásticos termocolhíveis (conhecidos pela palavra correspondente em inglês, shrink) em embalagens. A tendência é consolidada com a compactação dos produtos de Family Care (papéis higiênicos, por exemplo), que geram menor consumo de filme, otimizam o transporte e, conseqüentemente, reduzem emissões de CO₂. **(GRI EN26)**

Outro ângulo de menor consumo de filme consiste em rever criticamente seu uso considerando os dimensionais dos produtos. Esta ideia será aplicada à linha de toalhas de papel Scott já no 1º semestre de 2011. “A redução do uso de filme, preservando os dimensionais do produto, traz benefícios adicionais de transporte, já que cada pallet transportará mais toalhas”, detalha Marcia de Ferran.

Outro destaque ambiental do mix de produtos da empresa foi a conquista do selo Forest Stewardship Council® (FSC®) em produtos de celulose. Entre eles está o papel toalha institucional Scott e o papel higiênico Neve. “Fizemos um trabalho muito intenso para conseguir essa certificação através do Imaflora”, grifa Marcia,



A gerente de Personal Care, Giselle Martinez, e o diretor de Personal Care, Eduardo Aron, foram os responsáveis por trazer a fralda Huggies Naturali para o Brasil



Para finalizar, durante 2010 estendeu-se o uso de alças ecológicas aplicadas diretamente no filme dos invólucros, o que dispensa o uso de sacolas plásticas: Neve Naturali Compacto 8 rolos

referindo-se ao Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola. O selo FSC® possui reconhecimento e credibilidade internacionais, assegurando, nas linhas de produtos certificados da K-C Brasil, o emprego de celulose proveniente de fontes corretamente manejadas e também certificadas pelo FSC®, que promovem a conservação e o uso sustentável de recursos naturais, além de gerarem benefícios sociais nos setores florestal e agrícola. **(GRI 1.02)**

Outra prova da preocupação ambiental na política de inovação da empresa vem da média de 27% de materiais reciclados na composição dos produtos da linha Family Care. Em 2010, foram utilizadas 107 mil toneladas de fibras virgens e 29 mil toneladas de aparas de papel na fabricação dessa família de produtos. **(GRI EN02)**

Em produtos de Personal Care mais sofisticados, como as fraldas com tecnologia soft touch, a grande inovação em curso é a substituição das embalagens plásticas por cartuchos celulósicos

dotados do selo FSC®. Por sua vez, a troca de film shrink (para fardo) por sacola também deve ganhar relevância, impulsionada não só pela redução de embalagem: “A economia também é de energia, graças à eliminação do equipamento para selar e encolher o filme”, insere Giselle. Ainda no campo das embalagens e materiais de PDV, a substituição de displays por bandejas tem gerado redução de materiais e recursos nas linhas de roupa íntima descartável, toalhas umedecidas e fraldas para adultos Plenitud.


(GRI EN26)

Outro feito ambiental de 2010 foi a implantação da fase 2 do projeto Neve Naturali, com consultoria do Centro de Tecnologia de Embalagem (CETEA), de Campinas (SP), em parceria com o Walmart. O CETEA, lembra Marcia de Ferran, ajudou a compreender que os produtos têm de ser avaliados durante todo o seu ciclo de vida. Isso possibilitou ações no pré e pós-cadeia que colaboraram com as metas ambientais da rede de hipermercados.

“A readequação ambiental baseou-se em três abordagens distintas”, enumera a gerente de FC. Na primeira, ela explica que a

empresa atingiu a meta de incineração de 19% do lodo gerado durante o processamento das aparas. “Foi apenas o começo do trabalho. Queremos chegar em dezembro de 2011 com 100% do lodo incinerado”, adianta Márcia. O segundo ângulo foi o uso de refugo plástico das linhas de embalagens. “A rebarba será reutilizada pelo fornecedor que a transformará em novo filme plástico para embalagem dos fardos, pronto para consumo”, descreve Marcia.

Para finalizar, durante 2010 estendeu-se o uso de alças ecológicas aplicadas diretamente no filme dos invólucros, o que faz dispensar o uso de sacolas plásticas: Scott compacto 8 e 24 rolos, e Neve Toque da Seda 12 e 16 rolos regular e 24 rolos compacto. **(GRI EN26)**

Os processos de Supply Chain (distribuição aos canais de venda) e fornecimento de ingredientes às plantas de Family e Personal Care também ganharam melhorias ecológicas. Os profissionais de logística conseguiram diminuir distâncias entre fornecedores de insumos de todo o país e as fábricas brasileiras, principalmente a de Correia Pinto (SC). “É um desafio enorme. A maioria dos aparistas não está naquela região”, sublinha Marcia, ressaltando que os volumes foram renegociados de modo a atrair aparistas mais próximos, diminuindo emissões de CO2 no transporte. 

Enfermeira dá o exemplo e **GANHA PRÊMIO**


Samaritano deixa de descartar meia tonelada de lixo por mês com coleta de materiais cirúrgicos criada pela engajada enfermeira Renata

Enfermeira do Hospital Samaritano há cinco anos, Renata dos Reis Rocha sempre se inquietou em descartar, após os procedimentos, embalagens e outros materiais cirúrgicos recicláveis como lixo infectante. Graças a seu comprometimento em mudar essa situação e com o apoio do Hospital Samaritano, os resíduos das 900 operações advindos das 11 salas cirúrgicas passaram a ser reaproveitados em centros de reciclagem. Ao transformar seu lixo em fonte de receitas, e não de despesas, a Instituição conseguiu evitar o envio de meia tonelada de descarte cirúrgico por mês aos aterros sanitários, a maior parte formada por embalagens de plástico e papel.

Acompanhando o caso de perto, já que é uma das principais fornecedoras de itens de paramentação cirúrgica para o Samaritano, a divisão Health Care, da Kimberly-Clark Brasil, tem se esforçado para propagar o exemplo da enfermeira Renata em congressos e apresentações nas áreas de saúde e enfermagem. “A iniciativa também contribuiu para a conscientização dos funcionários. Gostamos tanto do trabalho dela que resolvemos divulgá-lo em todos os hospitais que visitamos Brasil a fora”, afirma Pablo Perella – diretor da divisão Health Care, que fez questão de conhecer o projeto pessoalmente. Dentro do centro cirúrgico, ele lembra, há uma área onde é feita a separação do que pode estar contami-

nado e do que não apresenta risco de contaminação. “Após essa triagem, o produto não contaminado segue para uma empresa de reciclagem, gerando uma economia hospitalar importante”, ressalta Pablo.

Cuidar dos resíduos

A despeito de casos como o do Samaritano, o cenário brasileiro de tratamento de resíduos hospitalares está longe de ser adequado. Segundo o estudo “O Impacto do Gerenciamento de Resíduos do Serviço de Saúde em Centro Cirúrgico”, que foi premiado no 9º Congresso da Sociedade Brasileira de Enfermeiros de Centro Cirúrgico, Recuperação Anestésica e Centro de Material e Esterilização (SOBECC), serviços de saúde contribuem com 1% das 228.413 toneladas de resíduos coletadas diariamente no Brasil (aproximadamente 2.300 toneladas). Os resíduos são descartados a céu aberto em 74% dos casos. Apenas 57% dos hospitais brasileiros separam esse material e menos de 15% das cidades do país tratam os resíduos cirúrgicos como prevê a legislação. 



A enfermeira Renata Rocha, do Samaritano, criou a coleta e descarte de materiais cirúrgicos

**Bebê que usa
Fralda Turma da Mônica®
está com tudo.**



Ogilvy



Cintura elástica



Tecnologia respirável



Velcro® macio



Kimberly-Clark
Essencial para uma vida melhor



Fralda Turma da Mônica®. A fralda que mudou a história das fraldas.

Plataforma para o **FUTURO**

K-C adotará metodologia de mobilização comunitária, baseada na experiência com o Unicef, para promover o desenvolvimento social no entorno das fábricas de Mogi das Cruzes e Suzano

Na Kimberly-Clark Brasil, a soma de experiências bem-sucedidas em projetos sociais torna-se estratégia corporativa. A parceria com o Unicef, no projeto “Plataforma dos Centros Urbanos”, voltado para crianças e adolescentes, será reaplicada em um outro programa com foco em mulheres e mães que vivem no entorno das fábricas de Mogi das Cruzes e Suzano, em São Paulo. A ideia está sendo desenvolvi-

da com diversos parceiros técnicos, mas o objetivo já está claro: melhorar em 20% o IDH desses grupos até 2015. **(GRI SO01)**

A proposta é identificar os principais problemas que afetam as pessoas dessas áreas, como falta de creches, violência doméstica e assistência pós-natal. Esse levantamento é feito pelos próprios moradores da comunidade, e esse é o diferencial do programa: mulheres e mães

que mais se destacam na localidade serão treinadas para ajudar a levantar os dados críticos sobre o local onde elas moram.

Com isso, consegue-se um maior engajamento das pessoas e uma apuração mais precisa dos desafios daquelas regiões. Os resultados das pesquisas vão gerar métricas que servirão de base para o acompanhamento do projeto e para buscar o apoio ou a parceria do poder público. “O principal desafio deste ano é colocar isso de pé”, destaca Marco Antonio Iszlaji, Diretor de Assuntos Legais e Corporativos da Kimberly-Clark Brasil. A formação da estrutura desse programa conta com parcerias técnicas importantes, como o Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável (CIEDS) e o Instituto Paulo Montenegro – entidade sem fins lucrativos que coordena as ações sociais do Grupo Ibope.



Participantes do evento de lançamento do projeto “Plataforma dos Centros Urbanos”



Painel de fotos dos projetos desenvolvidos pelo Unicef, no evento de lançamento do projeto "Plataforma dos Centros Urbanos"

“Queremos que o resultado disso possa se tornar política pública de Mogi e Suzano”

O Instituto Paulo Montenegro vai ajudar a adaptar, para esse projeto, os critérios abarcados no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). O IDH é uma medida comparativa usada pelo PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), da ONU, para classificar os países pelo seu grau de “desenvolvimento humano”. Porém, ele também é usado por organizações locais ou empresas para medir o desenvolvimento de entidades subnacionais como estados, cidades, aldeias.

A etapa seguinte será desenvolver os questionários e realizar as oficinas de capacitação com as mulheres e mães, para que elas aprendam a fazer pesquisas. A tabulação dos dados também ficará a cargo do instituto, assim como a produção de relatórios e a síntese global dos resultados obtidos.

Além de ensiná-las a identificar os principais problemas de sua comunidade, o programa prevê ainda a capacitação por meio do CIEDS em “Lideranças Comunitárias”, curso que trata de cidadania, direitos e deveres, ética, administração pública e participação social. Desta forma, elas terão as ferramentas necessárias para continuarem atuando em prol da comunidade em que vivem.


“Queremos que o resultado disso possa se tornar política pública de Mogi e Suzano, e que possam ser incorporados nas mesmas”, afirmou

Iszlaji. O local será determinado pelas regiões mais próximas à fábrica de Suzano onde os funcionários vivem, pois, dessa maneira, é mais fácil de o programa ser controlado. “Assim, haverá melhoria direta na região onde eles moram”, conclui Marco.

Outras atuações da K-C

A K-C Brasil também faz parte do Conselho Municipal dos Direitos das Crianças e do Adolescentes da cidade de São Paulo, em que discute com representantes do poder público, da sociedade civil, do Unicef e de diversas ONGs a evolução das metas de desenvolvimento infantil, conforme Termo de Compromisso (2007) com 30 metas para melhoria das condições de vida de crianças e adolescentes que vivem nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. **(GRI SO05)**

A criança e o adolescente também estão contemplados no projeto “Na Mão Certa”, da ONG World Childhood Foundation, que busca enfrentar de modo eficaz a problemática da exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras. A K-C é signatária desde 2008 e vem abordando o tema com os seus fornecedores na área de fretes e transportes. **(GRI 4.12)**

Mais recentemente, a K-C Brasil afiliou-se ao Instituto Akatu, ONG que busca impactar políticas públicas relacionadas ao consumo consciente. **(GRI SO05)** 

Participantes do evento de lançamento do projeto “Plataforma dos Centros Urbanos”



Ação da K-C beneficia mais de **750 CRIANÇAS**

Em parceria com a rede Record, K-C Brasil patrocina programa de televisão *Extreme Makeover* no formato social

A K-C Brasil patrocinou, no ano passado, o programa de remodelação estética *Extreme Makeover* na rede Record, mas sugeriu algumas alterações em seu formato. No caso, a ideia era reformar ou reconstruir creches, com o objetivo de ampliar os espaços e proporcionar infraestrutura e segurança às crianças carentes do Estado de São Paulo. Foi assim que nasceu o *Extreme Makeover Social*.

Foram escolhidas cinco creches dos bairros paulistas Parelheiros e Cidade Ademar, nas cidades de Sumaré e Suzano, e em Tijucas, cidade de Santa Catarina. Todas passariam por uma “reconfiguração no visual”, com o objetivo de proporcionar melhores condições estruturais para a educação de mais de 750 crianças.

O impacto da ação para a sociedade local foi enorme. Uma das creches deixou de ser fechada e ainda aumentaram 43 vagas em uma delas. “Foi uma enorme conquista. As pessoas carentes daquela região tiveram um excelente ganho de qualidade de vida”, destaca Marco Antonio




Grupo de colaboradores que ajudou na reforma da creche de Suzano

Iszlaji, diretor de Assuntos Legais e Corporativos da Kimberly-Clark Brasil. **(GRI EC08)**

O *Extreme Makeover Social* foi ao ar com uma grade de 12 episódios. Ao todo, o projeto teve o apoio de 300 profissionais da construção, decoração, arquitetura e paisagismo. Os moradores das localidades tam-

bém ajudaram no processo.

A apresentadora do programa foi a empresária Cristiana Arcangeli, que atua no ramo de cosméticos desde a década de 1980. A intenção da K-C é dar continuidade ao projeto em 2011, mas ainda não há definição, pois depende da viabilidade do mesmo com os parceiros TV Record e Endemol. 

K-C investe em projetos **REGIONAIS**

Ações locais desenvolvem aspectos de sustentabilidade nas comunidades

Atuando em parceria com varejistas e a partir de iniciativas próprias, ao longo de 2010 a Kimberly-Clark Brasil viabilizou diferentes projetos regionais de conscientização ambiental, valorização cultural e desenvolvimento sustentável.

Um deles envolveu três redes de supermercados do Rio de Janeiro, contribuindo para a redução do descarte inadequado de sacos plásticos descartáveis distribuídas nos checkouts e bocas de caixa do varejo. Para isso, a

empresa distribuiu nestas redes sacolas reutilizáveis com o selo da campanha “Saco é um Saco.” O brinde foi dado aos consumidores que levavam para casa pacotes com 24 ou 32 rolos do papel higiênico Neve.

Outra ação mirou comunidades carentes do país, como Recife (PE), Heliópolis (SP), Rocinha (RJ) e Timbaúva (RS). Nelas, a K-C Brasil realizou, com foco em mães e pais de primeira viagem, a “Oficina Mágica do Bebê”, em que uma pedagoga orientou so-

bre amamentação, alimentação, higiene e cuidados com o bebê. Ao final da palestra, os pais recebiam produtos da K-C e um folheto com o resumo do conteúdo da palestra. A K-C Brasil também apoia o programa de pré-natal da Santa Casa de Suzano e doa fraldas para o enxoval das futuras mães. **(GRI EC08)**

Na região do Vale do Paraíba, a empresa promoveu a campanha “Vida Nova, Quarto Novo” com redes de supermercados locais e publicou dia-



Concurso cultural alavancou as vendas da linha Turma da Mônica na região do Vale do Paraíba e trouxe mais conforto e higiene para três famílias.



Vagão no Rio de Janeiro é adesivado como parte de ação do Intimus no Carnaval 2010



Camarote em Salvador recebe decoração do Intimus para o Carnaval de 2010


riamente cupons em um jornal local. Foram recebidos 6.500 selos entre agosto e setembro de 2010, e três vencedores ganharam quartos de bebê completos. A promoção chegou ao fim com um aumento de 34% nas vendas da linha infantil no mercado do Vale do Paraíba.

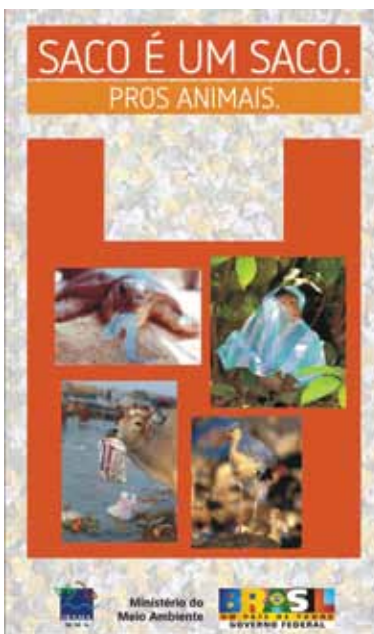
O Programa de Doações, outra iniciativa da Companhia, disponibiliza para as comunidades localizadas nos entornos das unidades fabris doações de produtos fabricados pela empresa. **(GRI EC08)**

Ações sociais também foram colocadas em prática com a parceria com a Associação Gaúcha de Supermercados (AGAS). Uma delas foi o projeto "AGAS Mulher e Intimus – Cidadania no Varejo", promovido em 39 municípios do Rio Grande do Sul, beneficiando 1.800 mulheres. O projeto teve cursos, oficinas, reuniões, eventos esportivos e uma peça de teatro. Entre os cursos mais procurados, estavam os de artesanato, unhas artísticas, maquiagem, penteado rápido, massagem e saúde.

A K-C também foi parceira da AGAS no projeto "Olho no Futuro – Seu Veículo de Capacitação Profissional", no qual um caminhão da entidade percorreu cidades do interior gaúcho, capacitando supermercadistas e funcionários de áreas como pa-

daria, açougue, operação de caixa e atendimento. Com recursos para a expansão dos estabelecimentos e treinamento de até 50 pessoas por vez, o programa que existe desde 2006 já formou mais de 4.000 profissionais. **(GRI EC08)**

Algumas ações também foram levadas a polos de lazer. Em 2010, os cerca de 500 mil turistas que visitaram o rio Araguaia, que nasce em Goiás e desemboca no Tocantins, foram alvo de uma dessas ações. Enquanto se refestelavam nas piscinas naturais e praias de água-doce, muitos foram abordados por promotoras da empresa, que circulavam em uma lancha pelos principais "points" do rio. "Enxergamos as oportunidades e peculiaridades de cada local, e levamos a marca com toda força", diz Henrique Melo, na época coordenador de ativação de marcas e trade da divisão Centro. "Esse é um evento muito importante na região e o resultado foi excelente", reforça José Carlos, proprietário da Real Dec Distribuidora, parceira da K-C Brasil há dez anos. 



Sacolas reutilizáveis com o selo da campanha "Saco é um Saco."





Uso único, MÚLTIPLAS VANTAGENS

Artigos de uso único reduzem risco de infecção cirúrgica e facilitam atendimento médico em áreas isoladas

Enviados ao Haiti após o terremoto de janeiro de 2010, os médicos da ONG brasileira Expedicionários da Saúde decidiram atuar além dos limites da capital Porto Príncipe. Em Les Cayes, a equipe assumiu a direção do principal hospital local e iniciou atendimentos usando materiais doados pela divisão de Health Care da Kimberly-Clark Brasil.

“Fizemos sete expedições no Haiti. De janeiro a outubro de 2010, foram realizadas 359 cirurgias e 1.407 atendimentos por 78 profissionais. Os materiais da Kimberly-Clark foram essenciais para garantir a qualidade e esterilização das cirurgias”, ressalta Márcia Abdala, coordenadora de logística da ONG Expedicionários da Saúde.

Criada há três anos com foco em prevenção e redução de risco de infecção hospitalar, a divisão Health Care da Kimberly-Clark Brasil é especializada em tecnologias de paramentação cirúrgica de uso único. Seu leque de soluções descartáveis à base de não tecido de polipropileno contempla vestes cirúrgicas, linhas de proteção facial, invólucros de instrumental



Médicos do Expedicionários da Saúde atendem pacientes em lugares remotos, sem acesso à saúde

e outros produtos hospitalares essenciais para condições como as enfrentadas no Haiti. “Quando não há lavanderias nem meios de realizar os procedimentos de esterilização, somente essas tecnologias ajudam a salvar vidas”, ressalta Pablo Perella, diretor da divisão Health Care da K-C Brasil.

Itens de paramentação cirúrgica de uso único, entretanto, não são indicados apenas em situações extremas e sua utilização é disseminada nos hospitais mais modernos do mundo, graças a inequívocas vantagens ambientais, de *performance* e de custo. Para começar a enumerar as vantagens, a preparação da sala cirúrgica é mais rápida, otimizando o número de procedimentos. Ao dispensar processos de lavagem e esterilização, tecno-

logias de uso único também são mais sustentáveis. Basta dizer que as lavanderias hospitalares eliminam, por dia, cerca de 30 milhões de litros de água contaminada no Brasil. Por sua vez, a paramentação descartável pode ser reciclada em 85%. Quando esse tipo de reaproveitamento é inviável, caso dos resíduos sólidos de saúde (RSS) infectantes, é possível desativá-los termicamente através de processos como autoclavagem, micro-ondas ou incineração. Estes métodos, lembra Pablo Perella, podem fornecer energia limpa. “Não há geração de gases tóxicos, pois estamos falando de polipropileno puro”, grifa o executivo.

Em termos econômicos, os produtos de múltiplo uso têm contra si uma intrincada identificação de custos observada na análise de seu ci-

clo de vida. Eles dependem de tecnologias de controle com códigos de barras e chips. Demandam ainda etapas de seleção, dobragem e etiquetagem, gerando perdas por extravio e custos de transportes que se repetem ao longo do fluxo de trabalho. À medida que são reprocessados, tais itens apresentam quebra de barreira microbiana e perda do peso inicial que pode passar de 15%. “Por tudo isso, a paramentação cirúrgica de uso único é uma tendência mundial. Nos países desenvolvidos, ela já responde por até 95% da demanda dos hospitais”, mensura Perella, acrescentando que a divisão Health Care da K-C Brasil exibiu, em 2010, crescimento de 36%, índice três vezes maior que o do mercado nacional.


Destoando do cenário global, no Brasil apenas 10% dos hospitais estão convertidos a esse tipo de tecnologia. “É como se 90% das crianças nascidas no país usassem fralda de pano”, coteja o executivo. Apesar da baixa penetração dos itens de uso único no país, Perella ressalta que o panorama está mudando. “Atendemos diretamente mais de vinte hospitais no país”, revela. Entre os principais lançamentos de 2010 está o avental Micro Cool. Respirável, o produto é 25% mais leve que os aventais de pano e apresenta tecnologia exclusiva que lhe garante impermeabilização.

Projetos apoiados **PELA K-C**

Praticar a sustentabilidade é pensar global. Por isso, a K-C desenvolve políticas sociais e econômicas nas regiões onde atua

A parceria com o UNICEF no projeto “Plataforma dos Centros Urbanos” é um dos exemplos desse tipo de prática. A K-C Foundation investiu US\$ 1,6 milhão no programa que beneficia crianças e jovens moradores de comunidades populares no Rio de Janeiro e em São Paulo.

O time da operação do Brasil trabalhou lado a lado com o UNICEF participando das reuniões do comitê técnico da Plataforma, Conselho Municipal dos Direitos da Criança e Adolescente em São Paulo e, neste ano, patrocinou a Oficina Com Comunicadores, evento realizado com comunicadores da grande imprensa no qual o UNICEF apresentou em primeira mão os resultados da pesquisa sobre a percepção de jovens moradores de comunidades populares quanto ao crescer e se desenvolver na periferia de São Paulo, desmitificando muitos dos preconceitos que a mídia reproduz diariamente e chamando a atenção sobre como ter uma abordagem

mais efetiva dos problemas enfrentados por esta população. A K-C também investiu no curso de Engenharia Comunitária, realizado pela Fundação Vanzolini para a formação de líderes comunitários mais efetivos na realização dos planos de desenvolvimento de suas comunidades. 

OS PROJETOS APOIADOS PELA K-C ATENDEM AOS SEGUINTES PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL:

Princípios de Direitos Humanos

- ✓ 1. Respeitar e proteger os direitos humanos;
- ✓ 2. Impedir violações de direitos humanos;

Princípios de Direitos do Trabalho

- ✓ 3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho;
- 4. Abolir o trabalho forçado;
- 5. Abolir o trabalho infantil;
- 6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho;

Princípios de Proteção Ambiental

- ✓ 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- ✓ 8. Promover a responsabilidade ambiental;
- 9. Encorajar tecnologias que não agredem o meio ambiente.

Princípio contra a Corrupção

- 10. Combater a corrupção em todas as suas formas inclusive extorsão e propina.



A importância do **RELATÓRIO**

Publicação aproxima Kimberly-Clark de todos os seus públicos, criando oportunidades de novas parcerias

Há não muito tempo colocados em posição secundária no plano de ações das empresas, projetos de responsabilidade social e ambiental foram incorporados à alma de muitos negócios. Nessa mudança de paradigma, relatórios de sustentabilidade consolidam-se como importantes ferramentas para o planejamento das empresas e para a prestação de contas de sua atuação para os públicos de interesse e maior relevância corporativa (clientes, fornecedores, entidades de classe, autoridades, órgãos ambientais e K-C Corporation). **(GRI 4.14)**

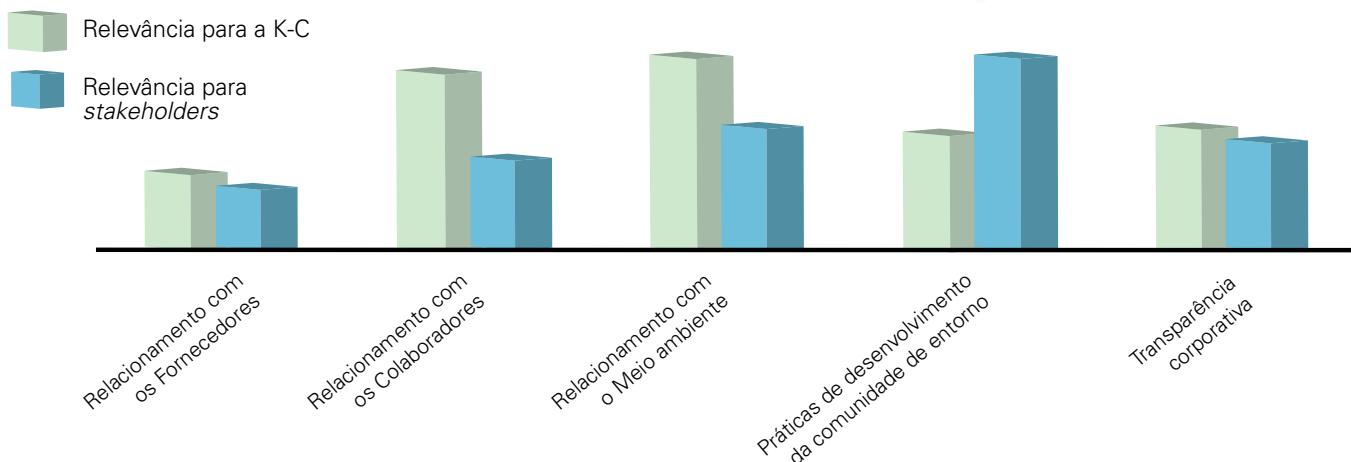
O trabalho estimula ações de sustentabilidade em toda a cadeia, além da discussão sobre os impactos causados por suas atividades e sobre as medidas que podem ser adotadas para minimizá-los. Por abordar aspectos sociais e ambientais, os relatórios de sustentabilidade são uma espécie de evolução do balanço financeiro das empresas.

A publicação desta 4ª edição do Relatório de Sustentabilidade da Kimberly-Clark Brasil reforça o compromisso em prol da difusão de informações claras e das ações de sustentabilidade da empresa. O rela-



O relatório é importante para entender como a empresa trabalha e o que ela faz pela sociedade”

Lúcia Santos Martins
gerente comercial do Grupo
Pão de Açúcar



A consulta pública foi realizada no período entre 06 de dezembro de 2010 e 04 de fevereiro de 2011 e ouviu respostas de 383 colaboradores da K-C e 17 outros stakeholders



O relatório da Kimberly mostra os aspectos relevantes do tema com um bom grau de transparência e materialidade, e salienta as parcerias, a exemplo da firmada com o Carrefour na gestão de resíduos e nas estações de coleta para os consumidores. Isso merece destaque e está em linha com a plataforma de sustentabilidade do Carrefour”

Paulo Pianeze
diretor de sustentabilidade
do Grupo Carrefour Brasil

tório segue a versão G3 das diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), o que significa que a K-C realizou uma consulta pública com os principais públicos envolvidos em sua cadeia produtiva, a fim de abordar a importância dos temas que fazem

parte do relatório, como o desenvolvimento de matérias-primas alternativas, a comercialização de produto final, as ações desenvolvidas com comunidade e consumidores, e o impacto na cadeia de suprimentos.

(GRI 4.15)

A seleção do conteúdo é resultado de pesquisas qualitativas, seguindo o teste de materialidade do GRI com clientes e fornecedores que compartilham projetos e ações de cunho sustentável, além de autoridades regionais e funcionários da empresa/público interno. **(GRI 4.16) (GRI 3.05)**

Os temas apontados como os de maior relevância foram: relacionamento com o meio ambiente; práticas de desenvolvimento da comunidade de entorno; transparência corporativa; relacionamento com os colaboradores. Já os aspectos ambientais, as práticas trabalhistas, a responsabilidade pelo produto, os direitos humanos e econômicos, a



As referências do relatório são consistentes e dão credibilidade ao documento. Além disso, a sustentabilidade é abordada de uma forma global e não se restringe ao aspecto ambiental”

Luis Tamaoki
gerente comercial da
Polystar Indústria e
Comércio de
Produtos Sintéticos, que
fornece não-tecido de
polipropileno para fraldas
descartáveis e sistemas de
higiene da K-C

sociedade e o perfil foram pouco evidenciados, provavelmente por já possuírem gestão adequada ou por não apresentarem questões críticas para a gestão da sustentabilidade. **(GRI 4.17)**



O relatório é um instrumento de trabalho e dá oportunidade para desenvolver novos projetos, principalmente os relacionados a produtos mais sustentáveis”

Felipe Zacari Antunes
gerente de sustentabilidade
da rede Walmart

SUSTENTABILIDADE

nos mais variados aspectos

Iniciativas econômicas, sociais, ambientais, culturais, educacionais e esportivas também fazem parte desta nova forma de ver o mundo

A mensagem certa

A educação social e a prática da sustentabilidade são conceitos a serem difundidos entre as crianças e os adolescentes desde cedo. Passar estas mensagens para as novas gerações é uma missão cheia de desafios que requer muita habilidade com as palavras. Este é um dos desafios da Turma da Mônica e do seu criador Maurício de Souza.

“Desde que os temas chegaram à mídia, às escolas, como assuntos do momento, temos passado aos leitores informações e orientações pertinentes. Isso nas histórias em quadrinhos, nos desenhos animados, nas nossas peças de teatro e em livros”, diz Maurício.

O criador da Turma da Mônica não descuida da sustentabilidade nem na vida pessoal. “Conseguimos grandes avanços na vida familiar. Não só com os familiares, mas também com o pessoal que presta serviços”, diz. Ele cita algumas práticas como, apagar as luzes, gastar água na dose certa, desligar aparelhos elétricos e usar menos papel nas impressoras, entre outros.

“Fico satisfeito quando vejo meus filhos se horrorizarem quando veem gente jogando papel ou garrafas pelas janelas dos carros.

Sinto que estamos no caminho certo.



Maurício de Souza, criador dos personagens da história em quadrinhos da Turma da Mônica



João Carlos Martins, maestro brasileiro

A cultura sustentável

Em um primeiro momento, a relação entre a sustentabilidade e a música parece remota, mas um olhar mais cuidadoso, como o do maestro João Carlos Martins, torna harmônica a ligação entre os dois assuntos.

“Desenvolvemos projetos, juntamente com empresas do setor, de fabricação de instrumentos musicais feitos de madeira certificada. Toda ação que contribui para a formação cultural da população é uma forma efetiva de contribuir para um mundo melhor.

Além da fabricação dos instrumentos, o maestro rege concertos destinados à conscientização sobre temas relacionados à preservação ambiental e sustentabilidade por meio da Fundação Bachiana – Arte e Sustentabilidade.



Leonardo Letelier,
CEO do Fundo Social Sitawi

Os desafios de um fundo social

Por meio de empréstimos e consultoria, o Fundo Social Sitawi está desenvolvendo uma nova forma de financiamento social no Brasil, provendo crédito a negócios do terceiro setor. Desde sua criação, em 2006, a Sitawi já realizou empréstimos no total de R\$ 1,4 milhão. O volume médio de R\$ 500 mil já rodou quase três vezes com inadimplência zero. A organização já tem 100% do fundo alocado e há mais empréstimos na fila aguardando captação.

“O desafio do setor social no Brasil está em desenvolver uma estrutura financeira necessária e benéfica, mas que ainda não existe.”

Escola de samba sustentável

As escolas de samba são um grande exemplo de sustentabilidade. A cada ano, o material usado nos desfiles é reaproveitado para a montagem das fantasias do Carnaval do ano seguinte. Cerca de 3.100 meninos e meninas recebem formação na Academia de Inclusão Social para fazer essa reciclagem.

“A escola deixa de gastar milhões com o reaproveitamento dos materiais e ainda ajuda a formar tecnicamente os adolescentes da comunidade.”

Delma Barbosa, assessora da presidência da escola de samba carioca Salgueiro

Suar a camisa vale a pena

Conhecido pela sua disciplina e perseverança, o técnico de voleibol Bernardinho deixa aqui a sua mensagem:

“Nem sempre os melhores formam os melhores times, mas sim as pessoas certas e simples.

Um talento por si só basta? É preciso alguma dose de talento e muita determinação e foco, claro.”

Bernardinho, técnico da seleção brasileira

A sustentabilidade social

A deputada federal por São Paulo (PSDB) Mara Gabrilli fundou a organização não governamental Projeto Próximo Passo com o objetivo de fomentar pesquisas com célula-tronco e ajudar atletas com deficiência. Na época, Mara ainda não era portadora de deficiência. Um acidente de carro tornou-a tetraplégica pouco tempo depois.

“Desde que sofri o acidente me tornei um exemplo prático do conceito de sustentabilidade, que é transformador porque prioriza não só o aspecto econômico ou o ambiental, mas também o social.”

Mara Gabrilli,
deputada federal pelo PSDB-SP



Sumário **GRI**

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

O índice remissivo GRI é utilizado para mostrar quais indicadores da versão G3 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**).

| Conteúdo do Relatório | Nível de Aplicação do Relatório | C | C+ | B | B+ | A | A+ |
|--|---------------------------------|---|--|--|--|--|--------------------------------|
| | Perfil da G3 | RESULTADO | Responda 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; | | Responda a todos os 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 |
| Informações sobre a Forma de Gestão da G3 | 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 |
| Indicadores de Desempenho da G3 & Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial | RESULTADO | Responda a um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Social, Econômico e Ambiental. | | Responda a um mínimo de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Econômico, Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas, Sociedade, Responsabilidade pelo Produto | | Responda 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

| Referência | Indicador | Página |
|------------------------------------|---|-----------------|
| <i>Pacto Global</i> | | |
| Estratégia e Análise | | |
| GRI 1.01 | Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização (como diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia. | 5 |
| GRI 1.02 | Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades. <i>Declaração de suporte contínuo.</i> | 40,60,61 |
| Perfil da Organização | | |
| GRI 2.01 | Nome da organização. | 4 |
| GRI 2.02 | Principais marcas, produtos e/ou serviços. | 32,34 |
| GRI 2.03 | Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures. | 23,24,30 |
| GRI 2.04 | Localização da sede da organização. | 4 |
| GRI 2.05 | 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. | 23 |
| GRI 2.06 | Tipo e natureza jurídica da propriedade. | 4 |
| GRI 2.07 | Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários). | 23 |
| GRI 2.08 | Porte da organização, incluindo: número de empregados, vendas líquidas (para organizações do setor privado) ou receita líquida (para organizações do setor público), capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido (para organizações do setor privado), quantidade de produtos ou serviços oferecidos. | 24,39,50 |
| GRI 2.09 | Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária. | 29 |
| GRI 2.10 | Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório. | 8,50,53 |
| Parâmetros para o Relatório | | |
| GRI 3.01 | Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas. | 4 |
| GRI 3.02 | Data do relatório anterior mais recente (se houver). | 4 |
| GRI 3.03 | Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.). | 4 |
| GRI 3.04 | Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo. | 4 |
| GRI 3.05 | Processo para a definição do conteúdo do relatório. | 75 |
| GRI 3.06 | Limite do relatório (como países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, joint ventures, fornecedores). Para outras orientações, consulte o protocolo para definição de limite da GRI ("GRI Boundary Protocol"). | 4 |

Pacto Global

| | | |
|--|--|----------------------|
| GRI 3.07 | Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório. | 5 |
| GRI 3.08 | 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. Resposta 2010: Não houve alterações no último exercício. | 79 |
| GRI 3.09 | 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. Resposta 2010: 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. | 79 |
| GRI 3.10 | 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). Resposta 2010: Para esta publicação não houve reformulações das informações publicadas nos anos anteriores. | 79 |
| GRI 3.11 | Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório. Resposta 2010: Em relação aos relatórios anteriores, não há mudanças significativas. | 79 |
| GRI 3.12 | Tabela que identifica a localização das informações no relatório. | 78 |
| GRI 3.13 | 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). | 82 |
| Governança, Compromisso e Engajamento | | |
| GRI 4.01 | 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. | 28 |
| GRI 4.02 | Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo (e, se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição). | 29 |
| GRI 4.03 | Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança. | 28 |
| GRI 4.04 | Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança. | 51 |
| GRI 4.05 | 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). | 52 |
| GRI 4.06 | Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados. | 48 |
| GRI 4.07 | 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. | 6,8,18, 19,21 |
| GRI 4.08 | Declarações 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. | 18,19,26 |
| GRI 4.09 | 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. | 28 |
| GRI 4.10 | Processos para a auto-avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com respeito ao desempenho econômico, ambiental e social. | 52 |
| GRI 4.11 | Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução. | 46 |
| GRI 4.12 | Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa. | 24,25,66 |
| GRI 4.13 | 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. | 44,45 |
| GRI 4.14 | Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização. | 74 |
| GRI 4.15 | Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar. | 75 |
| GRI 4.16 | Abordagens para o engajamento dos stakeholders, incluindo a frequência do engajamento por tipo e por grupos de stakeholders. | 75 |
| GRI 4.17 | Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos stakeholders e que medidas a organização tem adotado para tratá-los. | 75 |

INDICADORES DE DESEMPENHO**Indicadores de Desempenho Econômico**

| | | |
|-----------------|--|---------------------|
| 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. | 39 |
| GRI EC02 | Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas. <i>(PG7), (PG8)</i> | 38,39 |
| GRI EC03 | Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece. | 52 |
| GRI EC04 | Ajuda financeira significativa recebida do governo. | 38 |
| GRI EC06 | Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes. | 46 |
| GRI EC07 | Procedimentos para contratação local e proporção de membros de alta gerência recrutados na comunidade local em unidades operacionais importantes. <i>(PG6)</i> | 56 |
| 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. | 19,67, 68,69 |

| Referência | Indicador | Página |
|-----------------|--|------------------------------|
| | <i>Pacto Global</i> | |
| | Indicadores de Desempenho Ambiental | |
| GRI EN01 | Materiais usados por peso ou volume. | 47 |
| GRI EN02 | Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem. <i>(PG8), (PG9)</i> | 14,61 |
| GRI EN03 | Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária. <i>(PG8)</i> | 42 |
| GRI EN04 | Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária. | 42 |
| GRI EN08 | Total de retirada de água por fonte. <i>(PG8)</i> | 21,43 |
| GRI EN11 | Localização e tamanho da área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacente a elas, e áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. <i>(PG8)</i> | 31 |
| 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. <i>(PG7), (PG8)</i> | 21,46 |
| GRI EN16 | Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso. <i>(PG8)</i> | 46 |
| GRI EN17 | Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso. <i>(PG8)</i> | 43 |
| GRI EN19 | Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso. <i>(PG8)</i> | 80 |
| | Resposta 2010: Não se aplica. | |
| GRI EN20 | NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso. <i>(PG8)</i> | 43 |
| GRI EN21 | Descarte total de água, por qualidade e destinação. <i>(PG8)</i> | 43 |
| GRI EN22 | Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição. <i>(PG8)</i> | 47 |
| GRI EN23 | Número e volume total de derramamentos significativos. Resposta 2010: Não ocorreram derrames no período. Meta 2011: Não ocorrer derrames. | 80 |
| GRI EN26 | Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos. <i>(PG8), (PG9)</i> | 14,16,17,21, 46,60,61 |
| GRI EN27 | Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto. <i>(PG8), (PG9)</i> | 47 |
| GRI EN28 | Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais. | 39 |
| | Indicadores de Desempenho Referentes a Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente | |
| GRI LA01 | Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região. | 57 |
| GRI LA02 | Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região. <i>(PG6)</i> | 56 |
| GRI LA04 | Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva. <i>(PG3)</i> | 52 |
| GRI LA05 | Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva. Resposta 2010: Seis meses e não está especificado em acordo ou convenção coletiva. K-C realiza esta notificação por iniciativa própria. Meta 2011: Não há mudanças operacionais programadas para 2011. <i>(PG3)</i> | 80 |
| GRI LA07 | Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região. | 57 |
| 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. <i>(PG6)</i> | 52 |
| GRI LA10 | Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional. <i>(PG6)</i> | 52 |
| 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. <i>(PG1), (PG6)</i> | 55,57 |
| GRI LA14 | Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional. <i>(PG1), (PG6)</i> | 52,54 |
| | Indicadores de Desempenho Referentes a Direitos Humanos | |
| 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. | 37,38 |
| GRI HR02 | Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas <i>(PG1), (PG2), (PG4), (PG6)</i> | 15 |

| Referência | Indicador | Página |
|------------|---|--------|
| | <i>Pacto Global</i> | |
| GRI HR04 | Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas. (PG1), (PG6) | 52 |
| 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 esse direito. Resposta 2010: 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. Em 2010, não houve nenhuma operação com o risco de exercer seu direito a associação. Meta 2011: Manter esta prática em 2011. (PG1), (PG3) | 52,81 |
| GRI HR06 | Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil. Resposta 2010: A empresa não possui operações identificadas com estes riscos. (PG1), (PG5) | 81 |
| 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. Resposta 2010: A empresa não possui operações identificadas com estes riscos. (PG1), (PG4) | 81 |
| | Indicadores de Desempenho Social | |
| GRI S001 | Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída. (PG1), (PG7) | 64 |
| GRI S002 | Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção.(PG10) | 49 |
| GRI S003 | Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização. (PG10) | 49 |
| GRI S004 | Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção. (PG10) | 49 |
| GRI S005 | Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies. | 66 |
| GRI S008 | Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos. | 45 |
| | Indicadores de Desempenho Referentes a Responsabilidade pelo Produto | |
| 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. | 60 |
| 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. Resposta 2010: Os produtos da marca Kimberly-Clark visam não somente atender necessidades do consumidores e shoppers. A marca aposta no viés sustentável para agregar valor ao seu produto. Com este objetivo, esta iniciativa rendeu à divisão Kimberly-Clark Professional o selo do Green Building Council Brasil (GBC) em todas as embalagens e dispensers da linha profissional. O órgão tem atuação positiva nas organizações, na proteção do meio ambiente e da sociedade. Os regulamentos seguidos pela K-C são: • Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Proteção do consumidor; • Decreto nº 79094, de 05 de janeiro de 1977 - Regulamenta a Lei no 6.360/1976; • Resolução RDC nº 211, de 14 de julho de 2005.- Definição e Classificação de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes; • Resolução RDC nº 215, de 25 de julho de 2005 – Lista restritiva de cosméticos; • Resolução nº 237, de 22 de agosto de 2002 - 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 nº 343, de 13 de dezembro de 2005 - Notificação de Cosméticos Grau 1; • Resolução - RDC nº 162, de 11 de setembro de 2001 - 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 • Portaria nº 1.480, de 31 de dezembro de 1990- normas e requisitos técnicos para absorventes higiênicos descartáveis (absorventes e fraldas); • Parecer Técnico nº 1, de 28 de maio de 2004 - Produtos para higiene íntima; • Resolução nº 79, de 28 de agosto de 2000 – 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 número 157 de 19/08/2002 - Declaração do conteúdo nominal de produtos pré-medidos; • Guia para Confecção de Rótulos – Produtos Notificados – Saneantes Notificados; http://www.anvisa.gov.br/saneantes/legis/especifica/desinfetante.htm - Saneantes Registrados; • Norma Regulamentadora Nº 6 - Ministério do Trabalho – Equipamento de Proteção Individual; • Portaria n.º 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. (PG8) | 81 |
| GRI PR06 | Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio. Resposta 2010: A K-C como anunciante está sujeita às normas de autorregulamentação publicitárias 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. | 81 |
| GRI PR09 | Valor monetário de multas (significativas) por não-conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços. | 60 |

Carta **ABERTA**

Por recomendação da Global Reporting Initiative (GRI) e para conferir ainda mais transparência ao processo, a Kimberly-Clark Brasil submeteu o seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa, que, este ano, foi realizada pela turma de alunos do Insper São Paulo – Instituto de Ensino e Pesquisa –, matriculados na disciplina Environmental Management and Corporate Social Responsibility, em 2011/1. Eles foram coordenados pela professora Priscila Claro, professora e coordenadora acadêmica de Educação Executiva deste instituto. **(GRI 3.13)**

Equilíbrio

O relatório apresenta os aspectos positivos do desempenho da organização através de indicadores (métricas) qualitativos e quantitativos. Também houve a preocupação de relatar sobre os aspectos negativos, como no índice GRI EN26, que mostra que a empresa deve diminuir os efeitos negativos em 10% de três dos cinco parâmetros. Porém, além do item relacionado ao impacto ambiental, não foram citados outros efeitos negativos, como questões ligadas ao aspecto social e econômico. Seria adequado que essas informações fossem detalhadas no relatório, para que o leitor visse as mudanças ocorridas ao longo do tempo.

Comparabilidade

As informações divulgadas no relatório de 2011 são, na maioria das vezes, dados analisados do ano base (2010), o que torna difícil a comparação com os anos anteriores, como a análise de melhorias ou avanços no desempenho, ou mesmo se as metas traçadas

foram alcançadas. Alguns exemplos de indicadores seriam o GRI LA04 e o GRI LA07.

No relatório de 2011, há indicadores que se referem aos anos anteriores, mas a maioria deles não estabelece qualquer comparação com os indicadores apresentados neste ano. Isso dificulta a percepção das alterações feitas, das evoluções e dos retrocessos. A leitura seria facilitada se pudéssemos comparar em tabelas (figuras) os indicadores de todos os anos, considerando uma coluna para cada ano.

Clareza

As informações, em linhas gerais, estão acessíveis a todos os stakeholders da empresa para que haja a compreensão e o entendimento da estratégia no âmbito sustentável. Contudo, observou-se que alguns dos indicadores, apesar de mencionados, não estavam claros nem detalhados, e outros, mesmo sendo de extrema importância, nem constavam no relatório. Alguns indicadores específicos, de interpretação mais complicada, também deveriam estar mais claros e conter mais informações.

Temos, a seguir, os indicadores que podem ser mais bem descritos, e os que podem ser citados nos próximos relatórios:

- Para ir além dos requisitos do nível A e incorporar ainda mais itens na gestão da sustentabilidade da empresa, sugerimos acrescentar os indicadores GRI EC09, GRI EN05, GRI EN06, GRI EN07, GRI EN29, GRI EN30, GRI LA11, GRI HR03, GRI HR08, GRI HR09.
- Para ser ainda mais transparente, sugerimos evidenciar a evolução

e a atuação da empresa por meio de tabelas e gráficos, facilitando a compreensão.

Conclusões

Em linhas gerais, o Relatório de Sustentabilidade Kimberly-Clark 2011 – ano base 2010 – é compatível com a versão G3 das diretrizes do GRI e apresenta: linguagem acessível a uma ampla gama de stakeholders; informações relevantes no que tange aos aspectos ambientais, sociais e econômicos; definição de uma estratégia para melhorias no âmbito relativo à sustentabilidade, possibilitando ao stakeholder conhecer mais profundamente a empresa. Baseado nos requisitos orientados pelo framework GRI, atestamos que o nível de aplicação A+ foi atingido.

Hoje em dia, é cada vez mais importante integrar ações de sustentabilidade na estratégia empresarial, de maneira a criar valor para os stakeholders. Nesse âmbito, a Kimberly-Clark demonstra progresso e, para comprovar isso, a empresa tem recebido prêmios que reconhecem a sua visão ambiental, ecológica e social, e o seu relatório de sustentabilidade está melhor a cada ano.

Relatório avaliado por alunos do Insper matriculados na disciplina Environmental Management and Corporate Social Responsibility, em 2011/1.

Alunos responsáveis: Isabella Fidelix, Caio Mateoli, Lucas Dutra, Natalia Costa, Cleber Hamada, João Augusto Sandoval, Flavia Gentile, Fabio Coelho, Guilherme Domingues, Acir Dibas, Artur Yamamoto, Alessandro Ferrari, Amund Hosoién, Fernanda de Beir, José Luiz Duarte, Mariana Guerreiro, Mattia Olivari, Ricardo Zacchello.

Coordenação: Professora Priscila Claro



Declaração Exame do Nível de Aplicação pela GRI

A GRI neste ato declara que **Kimberly-Clark Brasil** apresentou seu relatório “Essencial - Relatório de Sustentabilidade Ano Base 2010” 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 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 das GRI.

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.

26 de Abril 2011, Amsterdã

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

Isenção 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 8 de Abril 2011. A GRI exclui expressamente a aplicação desta declaração a alterações posteriores aos referidos materiais.

Novo

Neve Supreme

Folha tripla

Mais macio,
mais absorvente,
mais Neve.

