



## Relatório de Sustentabilidade

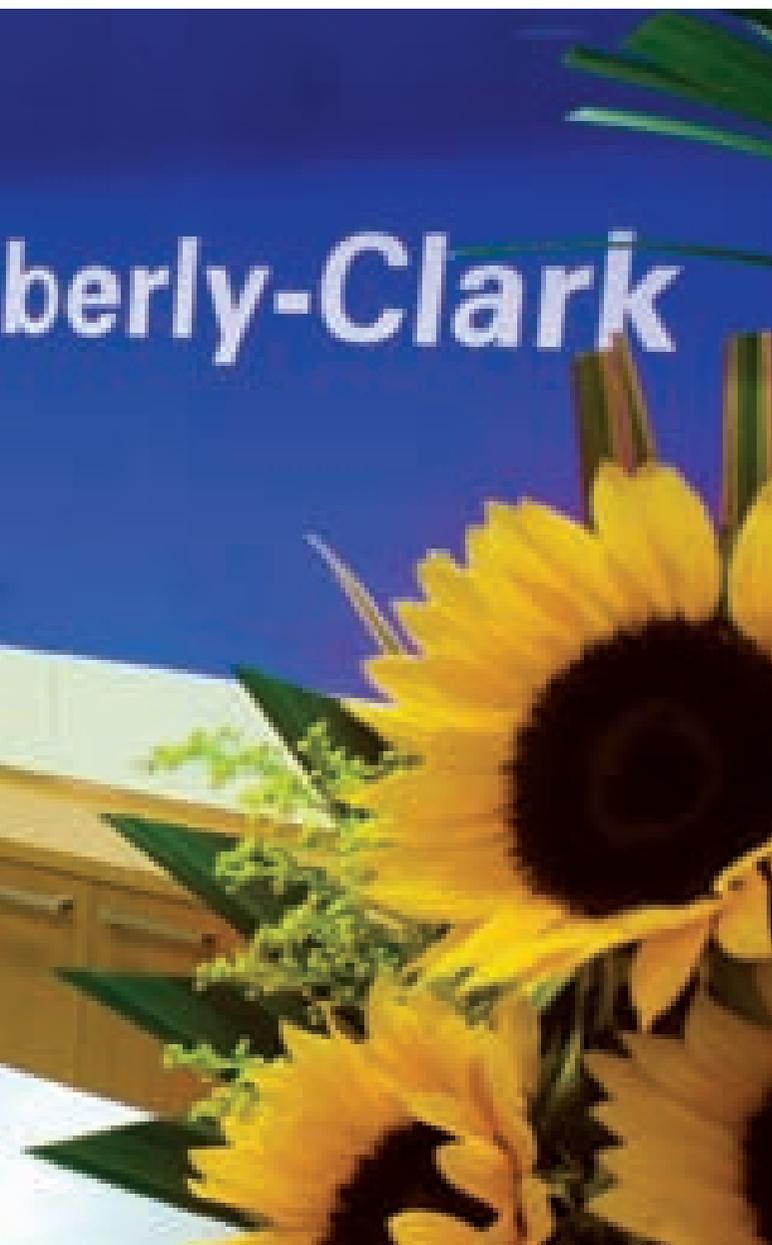
# 2008

Ano base 2007





*Receptionistas da unidade de São Paulo (SP)*



# Sobre o Relatório

Esta é a quarta edição do Relatório de Sustentabilidade Kimberly-Clark Brasil.

Aqui, a Kimberly-Clark Brasil descreve seu compromisso com a sociedade e relata as ações para gestão dos seus impactos junto aos consumidores, clientes, funcionários, fornecedores, meio ambiente e comunidades onde atua.

Este ano foi dado o primeiro passo na utilização dos indicadores GRI (*Global Reporting Initiative*), para relatar números baseados em diretrizes internacionalmente aceitas.

Para comentários, favor contatar:

**Kimberly-Clark Brasil**

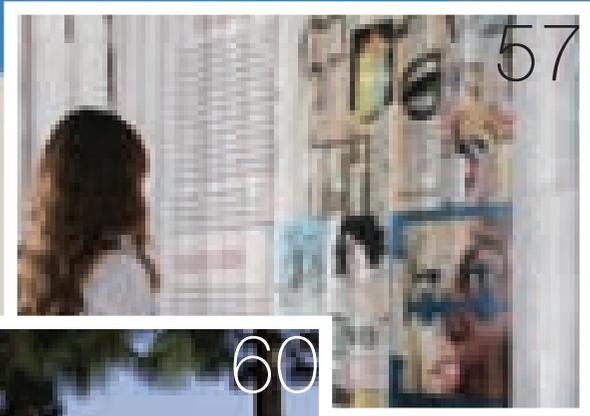
Rua das Olimpíadas, 205 - 6º Andar - Vila Olímpia

CEP: 04551-000 - São Paulo-SP

PABX: 11 4503 4500

SAC: 0800 709 5599

[www.kimberly-clark.com.br](http://www.kimberly-clark.com.br)



# Índice

06 Mensagem do Presidente



08 Perfil da Organização

- 8 Corporação
- 10 Kimberly-Clark Brasil
- 20 Categorias e Produtos



24 Governança Corporativa

- 24 Ética
- 25 Conformidade

26 Envolvimento com Públicos de Interesse

- 26 Clientes e Consumidores
- 46 Sociedade



48 Estratégias e Desafios

- 48 Reestruturação



50 Resultados Alcançados

- 51 Econômicos
- 52 Meio ambiente
- 56 Social

60 Global Reporting Initiative (GRI)

- 61 Evoluções 2007
- 61 Metodologia
- 62 Sumário GRI



# Mensagem do Presidente

O ano de 2007 representou um ano de fortalecimento para a posição dos negócios da Kimberly-Clark no Brasil e deve ser celebrado por todos aqueles que contribuíram conosco para alcançar e superar nossas ousadas metas.

Nossas operações no Brasil ganharam significativa importância entre as prioridades para investimentos da Corporação como consequência de estarmos construindo sólidas posições no mercado e isso reflete no aumento do nosso faturamento, que fechou 2007 em R\$ 1.8 bilhão.

Em resposta a este crescimento e as expectativas futuras, ampliamos nossa unidade de Cuidados com a Família e inauguramos o Centro de Distribuição Mata Atlântica, ambos em Mogi das Cruzes (SP), com investimento que somados atingem a ordem de mais de R\$ 100 milhões. Com isso aumentamos nossa capacidade produtiva e reorganizamos nossa rede de distribuição para melhor atender nossos clientes.

Em 2007 lançamos novos produtos para fortalecer ainda mais nossas marcas em cada uma das categorias em que atuamos. Estamos

imprimindo um forte ritmo de mudança em nossa organização e em nossos mercados.

2007 foi também o ano em que investimos muitos recursos gerenciais para melhorar a nossa maneira de manejar o negócio e melhorar também o nosso relacionamento com a comunidade e o meio ambiente. Sustentabilidade foi eleita uma estratégia chave do nosso negócio e todos da K-C Brasil seguimos unidos em tornar nossa empresa em um modelo nesse sentido no país e para as outras Kimberly-Clark do mundo.

O que vocês lerão em seguida é a quarta edição do Relatório de Sustentabilidade da Kimberly-Clark Brasil. Um relatório que não serve apenas ao propósito de listar nossas atividades no campo social e de comunicação com o mercado, mas principalmente como instrumento de auto-avaliação de nossas atividades e projetos enquanto empresa preocupada em crescer de forma sustentável.

João Luiz Damato  
*Presidente*

# Perfil da Organização

## Corporação

“Sustentabilidade está presente em todas as atividades da Kimberly-Clark e nos empenhamos para que ações responsáveis façam parte de tudo o que fazemos. Ajudamos famílias a melhorar sua qualidade de vida, garantindo a segurança e saúde de nossos funcionários e agindo com responsabilidade ambiental. Manteremos nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável, que é fundamental para o sucesso dos negócios da K-C.”

*Thomas J. Falk, presidente e CEO da Companhia.*

A Kimberly-Clark é uma Companhia líder global em saúde e higiene que emprega mais de 53 mil pessoas no mundo inteiro. Suas marcas são reconhecidas nos mais de 150 países onde atua e geram um lucro líquido anual de US\$1.822,90 bilhão. Os números mostram a importância da organização em termos globais, que consciente do seu impacto, adota políticas de desenvolvimento sustentável para todos os seus públicos de interesse.

Pelo terceiro ano consecutivo, a corporação Kimberly-Clark foi nomeada líder em sustentabilidade na indústria de higiene pessoal pelo Índice Mundial de Sustentabilidade da Dow Jones (DJSI World). A classificação do DJSI é baseada em critérios econômicos, ambientais e sociais das principais companhias de 58 setores industriais. Apenas 10% das 2.500 maiores companhias do mundo se qualificam para esta lista e, além disso, a Kimberly-Clark foi eleita a primeira de um total de 14

empresas na categoria de higiene pessoal.

Ainda em 2007, a corporação Kimberly-Clark inovou ao recrutar 5 membros externos para compor o Conselho de Sustentabilidade. Os 5 membros independentes juntamente com um membro K-C discutem questões relacionadas a sustentabilidade e oferecem um perspectiva imparcial sobre os programas de sustentabilidade da K-C, os riscos potenciais e as oportunidades.



*Centro de Distribuição Mata Atlântica,  
em Mogi das Cruzes (SP)*



Centro de Distribuição  
Mata Atlântica, em  
Mogi das Cruzes (SP)

A Kimberly-Clark completou em 2007, 11 anos no Brasil. Ao longo destes anos, a empresa possibilitou o acesso de grande parte da população aos seus produtos, cumprindo a sua missão de levar melhores condições de higiene e saúde, todos os dias, a todos os lugares. Estar em todos os pontos de venda possíveis e ao alcance de toda a população faz parte do modo Kimberly-Clark de trabalhar.

## Kimberly-Clark Brasil



### Missão:

Melhorar a saúde, a higiene e o bem-estar das pessoas todos os dias, em todos os lugares.

### Valores:

- **Valorização das pessoas:** Oferecer um local de trabalho onde a diversidade é respeitada e todos os colaboradores são motivados a dar o melhor de si e alcançar seu potencial máximo, através de uma cultura orientada para resultados, que recompensa o desempenho, o trabalho

em equipe e a liderança através de programas de incentivo e valorização do ser humano.

- **Trabalho em time:** Promover a criação de atitudes e desenvolvimento de capacitações de trabalho em redes e em parcerias para permitir a atuação conjunta da K-C com outras organizações no ponto de venda, distribuição, manufatura e desenvolvimento de inovações.
- **Paixão pelo que fazemos:** Empregar diariamente cuidado, carinho e dedicação na produção de cada um de seus produtos e serviços.



Centro de Distribuição Mata Atlântica, em Mogi das Cruzes (SP)

- **Integridade:** Criar práticas que promovam uma cultura de disciplina na formulação, execução, monitoramento e controle de planos, comprometimento com metas e trabalho em equipe.
- **Compromisso com o consumidor:** Conquistar a confiança e preferência do consumidor oferecendo mais qualidade. Empregar a mais alta tecnologia e sofisticação na fabricação de produtos inovadores, aprimorando seus materiais e processos produtivos diariamente.
- **Inovação:** Consolidar uma cultura de inovação permanente, multifuncional, que promova a introdução sistemática, e com sucesso, de inovações em produtos, na atuação no Ponto de Venda e no gerenciamento de categoria, especialmente no varejo tradicional e farma.
- **Compromisso com o cliente:** Oferecer os melhores produtos e as marcas mais relevantes para tornar a vida de seus consumidores mais cômoda e confortável, mesmo nos momentos mais básicos e corriqueiros da vida.
- **Responsabilidade social:** Trabalhar a sustentabilidade K-C, levando em consideração os aspectos econômico, social e ambiental de nossas atividades.



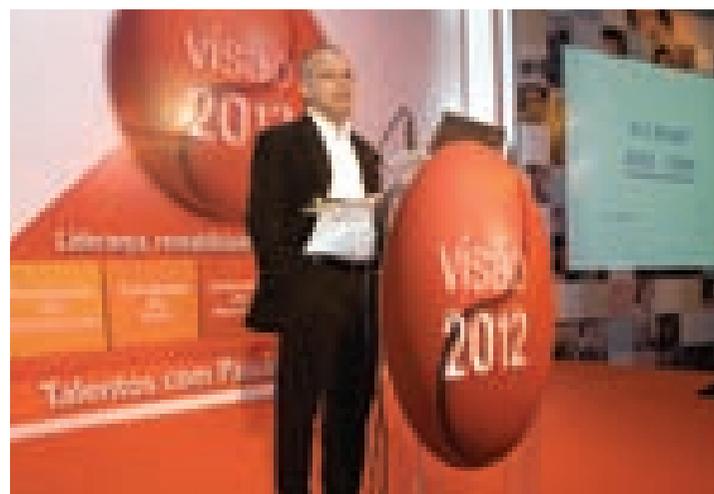


# Visão 2012

Em 2007, a K-C lançou oficialmente a Visão 2012. Criada por 10 diretores e 14 gerentes convidados, o objetivo é alinhar e nortear as estratégias da Companhia para os próximos 5 anos para consolidá-la no mercado nacional.

*Unidade de Mogi das Cruzes (SP)*

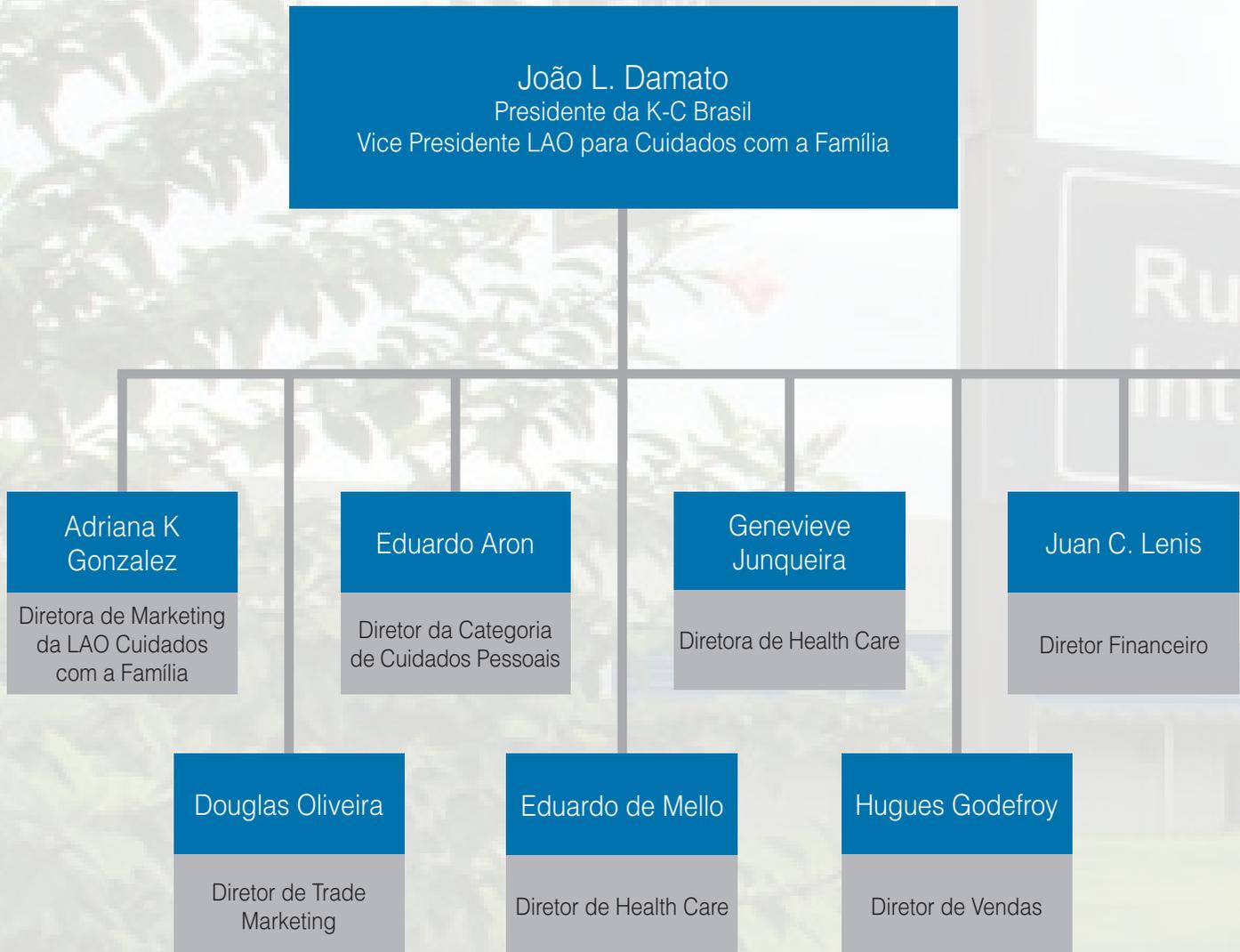
Dentre as metas da Visão 2012, a Kimberly-Clark pretende ampliar sua presença nos Pontos de Venda, otimizando sua distribuição em locais já atendidos e em novos pontos, fidelizando o cliente e o consumidor. Dessa forma a K-C visa consolidar sua liderança nos mercados atendidos, garantindo seu sucesso através de inovações desenvolvidas em um processo contínuo de entendimento das necessidades e expectativas de seus públicos de interesse, desde o fornecedor até o cliente.



*João Damato em apresentação da Visão 2012 aos colaboradores da unidade Faria Lima (SP)*

# Estrutura operacional

## Áreas e Divisões







## Unidades no Brasil

Em 2006, a Kimberly-Clark focou na reestruturação das fábricas de Cuidados com a Família para reduzir a complexidade logística, baixar custos operacionais e melhorar o *mix* de produtos. Tal decisão teve como conseqüências a modernização e ampliação da unidade de Mogi das Cruzes (SP), a construção de um novo centro de distribuição, o deslocamento de operações e a desativação das fábricas de Santo Amaro (BA), em 2006, e de Cruzeiro (SP), em 2007.

As quatro plantas industriais da Kimberly-Clark estão distribuídas nos estados de São Paulo – Suzano (fabricantes das fraldas para incontinência Plenitud®, fraldas infantis Turma da Mônica® e lenços umedecidos Baby Wipes® e Huggies®), Mogi das Cruzes (papel higiênico Neve®, tochas de papel Scott®, lenços Kleenex®, além dos produtos da linha institucional K-C Professional®), Correia Pinto (papéis higiênicos Neve® e Scott®, papéis toalha Scott®, guardanapos Scott® e Grand Hotel®) e Eldorado do Sul (absorventes e protetores Intimus®).

### Unidade Correia Pinto (SC) a 225 quilômetros de Florianópolis (SC)

Nesta unidade são produzidos os papéis higiênicos Neve® e Scott®, referência pela produção a partir de aparas de papel para esta última marca, com capacidade para processar até 7.500 toneladas por mês. Além disso, a planta industrial de Correia Pinto (SC) possui sua própria estação de tratamento de água que abastece toda a fábrica. Como meta para o segundo semestre de 2008, está prevista a instalação de uma caldeira de biomassa que fornecerá energia térmica produzida com os resíduos do processo produtivo. Assim, a unidade deseja melhorar a eficiência energética em 15% e reduzir o envio de lixo para aterros sanitários.

Para 2008 está prevista a inauguração de um Centro de Convivência. Essa nova área será construída num terreno de 608 m<sup>2</sup> e oferecerá restaurante, sala de lazer, auditório e vestiários para os funcionários da K-C.



Unidade Correia Pinto (SC)



Unidade Suzano (SP)

### **Unidade Eldorado do Sul (RS) a 12 quilômetros de Porto Alegre (RS)**

Em Eldorado do Sul (RS) são produzidos absorventes e protetores diários da marca Intimus®. Esta unidade reduziu a zero suas emissões a aterro sanitários, já que seus resíduos são repassados à empresa Deuschul que os utilizam como matéria-prima do “ecowood”, produto feito de serragem, plástico e resíduos industriais, que substitui a madeira em algumas aplicações.

### **Unidade Mogi das Cruzes (SP) a 63 quilômetros de São Paulo (SP)**

Entre 2006 e 2007, foram investidos mais de US\$ 30 milhões na ampliação do parque industrial de Mogi das Cruzes (SP), que recebeu colaboradores e máquinas transferidas, tornando-se a maior unidade, com 273 mil m<sup>2</sup>. Além disso, em 2007 a fábrica estabeleceu metas de responsabilidade social que prevêm parcerias com a comunidade, palestras em escolas e universidades, visitas de estudantes à área de produção, além das metas já atingidas de redução dos insumos utilizados, do consumo de energia e dos resíduos enviados para aterro. A planta possui também a sua própria estação de tratamento de

efluentes que trata tanto os efluentes industriais quanto os domésticos, produzidos dentro da unidade.

### **Unidade Suzano (SP) a 50 quilômetros de São Paulo (SP)**

São 140 mil m<sup>2</sup> onde são produzidos fraldas descartáveis infantis e adultas para o mercado nacional, e lenços umedecidos para exportar para outras unidades da América Latina.

### **Centro de Distribuição Mata Atlântica (SP) em Mogi das Cruzes (SP)**

O Centro de Distribuição Mata Atlântica possui 67 mil m<sup>2</sup> e foi inaugurado em 2007 como resultado da estratégia de reestruturação logística da empresa no Brasil. O CDMA, como é chamado, centralizará a distribuição dos produtos K-C em todas as regiões do País, abrigando 70% do montante de vendas, com baixa complexidade operacional e alto nível de serviços.

### **Centro de Distribuição em Recife (PE)**

O Centro de Distribuição localizado em Recife ocupa uma área de 7 mil m<sup>2</sup> e recebe e distribui produtos na região Nordeste do País.



*Unidade Mogi das Cruzes (SP)*



*Unidade Eldorado do Sul (RS)*



## Categorias e Produtos

Em 11 anos de existência, a Kimberly-Clark Brasil já faz parte da história da higiene no Brasil. Desde a sua entrada no País, possibilitou o acesso de grande parte da população aos seus produtos, cumprindo a missão de levar melhores condições de higiene e saúde, todos os dias, a todos os lugares. Estar em todos os pontos de vendas possíveis e ao alcance de toda a população faz parte da estratégia.

As marcas da empresa, como Neve®, Intimus®, Turma da Mônica® e Kimberly-Clark Professional® estão incorporadas ao dia-a-dia de milhões de brasileiros e são líderes na maioria dos mercados em que atuam.

No Brasil, a Kimberly-Clark produz ou comercializa produtos nas seguintes linhas:

## Cuidados com Adultos

Preocupada com o conforto e bem-estar das pessoas que possuem incontinência urinária, a Kimberly-Clark desenvolveu a linha Plenitud®, que tem como principal produto as fraldas descartáveis para adultos. Plenitud® foi a primeira marca que lançou a fralda Noturna, e atualmente é a única que tem duração de até 8 horas. Também foi a primeira marca que desenvolveu uma toalha umedecida especialmente para o corpo adulto. Elas são maiores, mais espessas e possuem perfume suave que auxilia no controle de odores.

### • Fraldas

- Plenitud® SuperSec
- Plenitud® Noturna

### • Absorventes para Incontinência Leve

- Plenitud®

### • Toalhas Umedecidas para Adultos

- Plenitud®

## Cuidados com a Família

Melhorar continuamente as condições de conforto e higiene das pessoas elevando os indicadores gerais de saúde. Este tem sido o foco dessa categoria de produtos Kimberly-Clark. No Brasil, a empresa é líder em faturamento no mercado de papéis higiênicos e sua tradicional marca Neve® é a mais vendida no segmento de papéis de folha dupla, com 57% do mercado em valor e 52% em volume de vendas. O prestígio da marca levou a empresa a dominar 16% do negócio de papel higiênico em volume e 24% em faturamento.

Desde 2004, a Kimberly-Clark adota no Brasil a sua marca mundial Scott®, para a linha de papéis higiênicos nas versões folha simples e duplas, fabricados com fibras de papel reciclado e virgem.

Nessa mesma categoria, a Kimberly-Clark fabrica os guardanapos Grand Hotel® e a linha Kleenex®, marca mundial da empresa para lenços de papel. A denominação Scott® também foi estendida à antiga linha de papel toalha Chifon®.

### • Lenços Faciais

- Kleenex®

### • Papel Higiênico

- Neve®
- Scott®

### • Papel Toalha

- Scott®

### • Guardanapos

- Scott®
- Grand Hotel®



Funcionárias na sala de PDV, na unidade de São Paulo (SP)

## Cuidados Femininos e Infantis

Cuidar da higiene íntima da mulher requer uma atenção permanente e um acompanhamento constante das necessidades e anseios do público feminino. Nesse sentido, a Kimberly-Clark investe em pesquisas e desenvolvimento de soluções inovadoras para oferecer mais conforto e segurança às suas consumidoras.

A empresa fabrica uma das marcas mais completas em proteção e higiene íntima feminina, oferecendo a linha de absorventes Intimus®. Em 2007 a Intimus® ampliou seu portfólio e passou a explorar novos segmentos do mercado de cuidados íntimos femininos, lançando o sabonete líquido íntimo feminino e absorvente interno. Com os novos produtos em sua linha a marca conseguiu alcançar 23% de participação de mercado.

- **Absorventes**

- Intimus® Gel®

- **Protetores Diários**

- Intimus® Days®

- **Lenços Umedecidos**

- Intimus®

- **Sabonete Líquido Feminino**

- Intimus®

Na categoria infantil, a fralda Turma da Mônica® é líder de mercado, com 24% do volume de vendas. É a marca mais lembrada do Brasil nesse segmento. Em 2007, a K-C lançou a linha cosmética infantil da Turma da Mônica® com nove novos produtos, composta por xampus, condicionadores, sabonetes, colônias, loções hidratantes, creme para assadura, hastes flexíveis e talco cremoso.

A linha Huggies® é composta por uma grande variedade de fraldas que inclui as versões para natação Little Swimmers® e os calções de treinamento Pull-ups®. Os lenços umedecidos Baby Wipes® são sinônimos da categoria e também líderes em seu segmento.

- **Fraldas**

- Turma da Mônica®
- Huggies®

- **Lenços Umedecidos**

- Baby Wipes® • Huggies® • Turma da Mônica®

- **Cosméticos Infantis**

- Turma da Mônica®





Projeto Expedicionários da Saúde

## Kimberly-Clark Health Care

O ano de 2007 é considerado um marco para a Kimberly-Clark Health Care no mercado brasileiro. Após uma reestruturação e mudança no seu modelo de negócios, a Kimberly-Clark Health Care passou a atuar com vendas diretas. A estrutura da equipe cresceu de 5 para 15 profissionais especializados na área da saúde, com uma meta ousada de triplicar o faturamento até 2008.

O objetivo da Kimberly-Clark Health Care é ajudar a melhorar o padrão de qualidade nos serviços de saúde e diminuir o risco de infecção hospitalar. Em julho de 2007, três grandes eventos para capacitação na área de saúde reuniram mais de 1.400 profissionais. Os objetivos foram de divulgar a forma correta de utilização dos seus produtos, alertar e treinar sobre as melhores práticas de Prevenção de Infecção Hospitalar.

Área de Atuação	Produto	Benefícios
Prevenção de infecção de sítio cirúrgico	Paramentação cirúrgica InteguSeal Patient Warming System	Produtos desenvolvidos para atender todos os tipos de cirurgia, pensando na proteção da equipe médica e dos pacientes e na mais pronta recuperação dos pacientes.
Prevenção de Pneumonia Associada à Ventilação Mecânica (PAVM)	Trach Care Microcuff Oral Care Bal-Cath	Produtos desenvolvidos para prevenir a pneumonia e aumentar o conforto de pacientes que estão sob ventilação mecânica.
Alimentação enteral	Mic Mic-Key Pegs	São produtos desenvolvidos para proporcionar melhor qualidade de vida para pacientes que possuem o sistema digestivo comprometido e precisam receber alimentação diretamente no estômago ou no jejuno.

Área	Produto
Washroom	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispenser</li> <li>• Toalha de mão</li> <li>• Papel Higiénico</li> <li>• Sabonetes e higienizadores</li> <li>• Assessórios para banheiro</li> <li>• Guardanapos e toalhas</li> </ul>
Workplace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lençol Hospitalar</li> <li>• Proteção Individual</li> <li>• Wipers</li> </ul>

## Kimberly-Clark Professional

A Kimberly-Clark Professional (KCP) oferece produtos para empresas e instituições dos mais diversos segmentos como escolas, escritórios, hospitais, hotéis, indústrias e restaurantes. Seus produtos contribuem para melhorar as condições sanitárias e de bem-estar dentro desses locais.

# Governança Corporativa

## Ética

Para conscientizar sobre a ética dentro da empresa, em 2007 a Kimberly-Clark Brasil promoveu palestras com a Juíza Dra. Maria de Fátima Zanetti Barbosa sobre assédio moral. A conscientização foi direcionada para funcionários em cargos de liderança, como medida de precaução, e para divulgar e esclarecer sobre as boas práticas nas relações de trabalho de seu público interno. Além disso, a empresa possui a Linha Ética 0800, serviço global implantado em 2006 para atender a denúncias de práticas e atitudes contrárias ao Código de Ética da Kimberly-Clark. O atendimento, centralizado na sede americana da empresa, pode ser acionado de diversos países e em vários idiomas. Os casos são analisados e os resultados são enviados ao país de origem para que sejam aplicadas as medidas necessárias.



## Conformidade

Uma vez por ano, a Kimberly-Clark Corporation envia às suas Unidades no mundo inteiro uma equipe de auditores para a Revisão e Certificação da Lei *Sarbanes Oxley*, que exige que todas as empresas e capital aberto na bolsa Americana a seguir os padrões de controles internos e formalizações de decisões de acordo com as melhores práticas internacionais. Esta auditoria serve como uma ferramenta da corporação para avaliar e atestar o nível de controles existentes em cada unidade.

Desde 2004, a Kimberly-Clark Brasil obtém a classificação de *well controlled* em auditoria interna realizada pela LAO *Latin American Operation* e parecer positivo pela Deloitte para fins externos, ambas auditorias consideraram que as operações da Kimberly-Clark no Brasil não apresentam quaisquer ponto de médio ou grande risco e estão em conformidade com a Lei *Sarbanes Oxley* (Sox).



# Envolvimento com Públicos de Interesse

## Cientes e Consumidores

Excelência no atendimento aos clientes e consumidores faz parte dos valores da Kimberly-Clark: é o compromisso que permeia todas as suas áreas. Desde o início, da fabricação de produtos seguros e testados até sua chegada ao consumidor final, a K-C trabalha com sua cadeia logística e seus clientes (varejistas, atacadistas e distribuidores) com o objetivo de fortalecer o relacionamento com estes públicos e garantir o acesso à saúde e higiene proporcionadas por seus produtos.

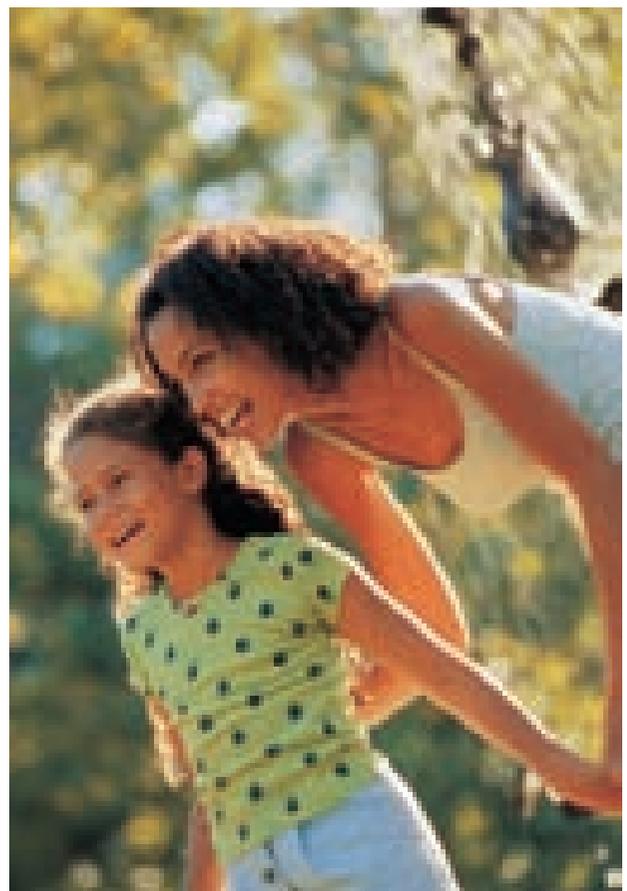
## Clientes

### Distribuição

A partir de 2003, a Kimberly lançou o ATTACKC (*Accelerating Tradicional Trade at Kimberly-Clark*), programa voltado aos distribuidores de médio a longo alcance. O intuito do projeto é desenvolver a capacidade de vendas e a aptidão para abordar os diferentes tipos de varejo, especialmente comércios de bairro e farmácias independentes.

Desde então, o programa evoluiu, atingindo distribuidores de curto alcance. Assim foram otimizadas as áreas de atuação, estendendo a cobertura desde o varejo tradicional e pequenas farmácias até pequenas redes de varejo alimentar, consolidando no aumento de 10% dos pontos de venda atendidos.

### Modelo de distribuição - Canal Indireto





Equipe do projeto AutoBahn, na unidade de São Paulo (SP)

### Atendimento

Em 2007 a K-C Brasil selecionou um grupo de colaboradores multidisciplinares e lançou um desafio: aprimorar o processo de servir ao cliente. Este desafio, com metas e estratégias a serem definidas, originou o projeto AutoBahn. O projeto, que teve seu nome inspirado nas famosas auto-estradas alemãs, consiste em uma via expressa de alta capacidade de tráfego entre a K-C Brasil e seus clientes.

Como base para desenvolver o projeto, uma pesquisa de satisfação mostrou que além de ter fornecedores que entregam os produtos no prazo, os clientes querem conhecer todo o ciclo do pedido. Assim, a equipe planejou e implementou ações para melhorar a venda e entrega dos produtos. Os vendedores da empresa recebem assistência de última geração, baseada na cultura de servir com eficácia e excelência. Cada vendedor possui um computador pessoal de bolso com uma agenda organizada e otimizada por uma central em São Paulo, encarregada de avaliar o tempo gasto, o valor e a necessidade de frequência de visitas em cada cliente.

Em outubro de 2007, a implantação começou nas regiões Sul e Nordeste com previsão de chegar à região Noroeste e aos Estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo em fevereiro de 2008. Até o segundo semestre de 2008, a meta é atingir os clientes globais presentes em São Paulo capital e, em seguida, o interior do Estado. O projeto abrange os diversos clientes de forma segmentada, de acordo com suas reais necessidades de atendimento.



### Ponto de venda

Em 2006, a empresa iniciou o programa K-C Direto ao Ponto para aproximar seus colaboradores do ponto de venda e trazer a percepção sobre como a Companhia se apresenta frente aos seus consumidores. Durante 2007, foram feitas visitas aos pontos de venda, e uma intensa campanha de comunicação interna para despertar a paixão e orgulho de fazer parte de uma organização presente no dia-a-dia do brasileiro. Assim, a empresa treina seu público interno sobre a melhor forma de exposição dos produtos K-C nas gôndolas e prateleiras, melhora a relação dos colaboradores com a empresa e se aproxima dos pequenos varejistas, criando uma relação de confiança e maior destaque nos pontos de venda.

### Autofinanciamento

A Kimberly-Clark, em todas as suas relações, busca manter parcerias transparentes e de colaboração mútua, para que todos ganhem. Para facilitar e otimizar os processos, principalmente os financeiros, a empresa implantou o programa Desconto Cliente. Os clientes têm acesso a uma tabela com os preços dos produtos Kimberly-Clark à vista e os índices financeiros relacionados ao tempo necessário de autofinanciamento de cada cliente. Esse projeto garantiu maior nitidez nas relações, além de fortalecer a parceria da Kimberly com cada um de seus clientes, independentemente de seu tamanho ou setor.





## Consumidores

### Gerenciamento de categoria

A Kimberly-Clark, junto com seus clientes, concentra esforços para entregar maior valor ao consumidor. O primeiro passo foi dado em 2006, com o projeto *Shopping in Shopping*, quando a K-C realizou um estudo do local ideal para que os consumidores se sintam confortáveis no momento da compra. O estudo contemplou o planejamento de visibilidade e comunicação visual, a fim de criar um “mundo K-C” dentro do mercado. Após o lançamento do “Sonho de Bebê” em 2006, a Kimberly aperfeiçoou o projeto em 2007, com o lançamento do conceito de *brand store* com o “Espaço Íntimus®”, onde uma área foi desenvolvida para proporcionar à mulher uma experiência única de compra.

O ano de 2007 foi marcado por conquistas no ponto de venda, lançamentos nas categorias de Cuidados Femininos, Infantis e com a Família, e desenvolvimento de novos materiais de *merchandising*. Como resultado dos esforços, além de cuidar da categoria de papéis higiênicos, a Kimberly-Clark ganhou a concorrência pelo gerenciamento da categoria de absorventes da rede Wal-Mart no Brasil.





*Equipe do Televentas da Kimberly-Clark Profissional - KCP*



*Equipe do Teletech que presta serviço de atendimento ao consumidor - SAC Kimberly Clark*

### **Conscientização de consumidores**

Preocupada com a sustentabilidade, a Kimberly-Clark Brasil expandiu seus programas de conscientização para outros públicos de interesse. Como parte da relação da Kimberly-Clark Profissional com seus clientes, em 2007 um programa de consumo inteligente foi desenvolvido para conscientizar os funcionários de seus clientes sobre formas adequadas de utilizar os produtos K-C, evitando assim, o desperdício. Como resultado da ação, percebe-se o círculo virtuoso onde todos ganham: com um melhor aproveitamento dos produtos KCP, o cliente economiza e gera uma mudança cultural em cada funcionário.

### **Segurança do produto**

O Serviço de Atendimento ao Cliente da Kimberly-Clark vai além do esperado pelos consumidores. Como uma central de relacionamentos, o SAC valoriza as opiniões, sugestões e reclamações, funcionando

como um dos principais canais de ligação da empresa com seu consumidor.

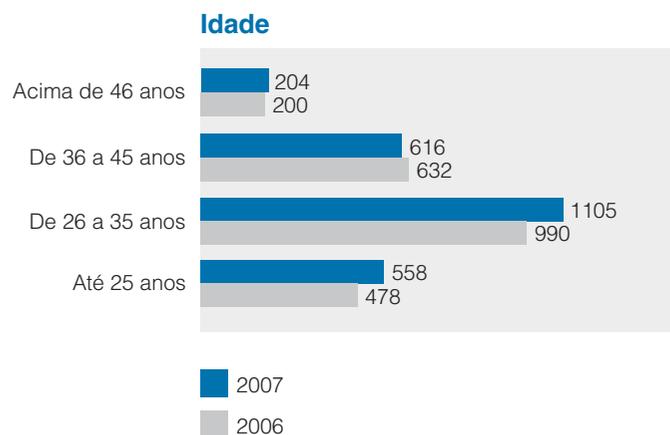
Além de prestar serviços de atendimento aos consumidores, também é função do SAC da Kimberly-Clark Brasil prestar esclarecimentos e assistência aos consumidores, colocando à disposição um serviço de assessoria médica em caso de reações alérgicas. Em caso destas ocorrências, o consumidor explica seus sintomas para a colaboradora do SAC, todos os dados são registrados e transmitidos on-line a uma assessoria médica disponível 24h. Com o consentimento do consumidor, o caso é passado para um médico que presta uma primeira orientação por telefone, buscando identificar a origem da reação alérgica. Se mesmo assim o consumidor não se sentir seguro com o laudo, o médico disponibiliza uma consulta gratuita no local mais próximo ao indivíduo. O programa já existe desde 2005, e desde então vem alcançando maior credibilidade e reconhecimento do respeito que a Kimberly-Clark tem com seus consumidores.



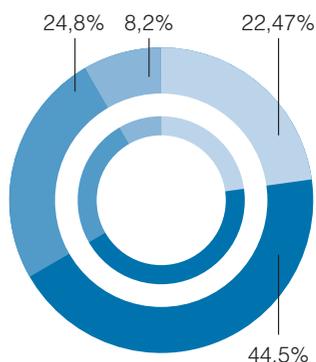
Funcionários da unidade de Suzano (SP)

## Colaboradores

O público interno da Kimberly-Clark Brasil é formado por 2483 colaboradores, distribuídos em sete unidades, sendo quatro fabris, dois centros de distribuição e um escritório central.



### Total de colaboradores 2007



### Idade

- Até 25 anos
- De 26 a 35 anos
- De 36 a 45 anos
- Acima de 46 anos

### Perfil dos colaboradores

Uma das características do público interno da Kimberly é a diversidade de pessoas, sem distinção de sexo, raça, religião ou de qualquer natureza. Em 2006 houve um crescimento substancial no número de mulheres, tanto das unidades fabris quanto nas administrativas e, em 2007, esta representatividade manteve-se a mesma, totalizando em 20,13%. O total de admissões no ano foi de 782, contra 112 demissões voluntárias e 397 involuntárias, com o acréscimo de 273 contratados na folha de pagamento.

A valorização dos colaboradores mais antigos caminha junto à inserção de jovens profissionais na empresa, que preza a convivência saudável e a rica troca de experiências. Seus quadros de profissionais já apresentavam 200 colaboradores com idade acima de 46 anos em 2006, número que cresceu para 204 em 2007, representando 8,22% no total de funcionários.

Funcionárias da unidade de Eldorado do Sul (RS)





Estagiários com presidente da Corporação Thomas J. Falk, na unidade de São Paulo (SP)



Escritório em São Paulo (SP)

#### Em busca de novos talentos

O programa de estágio da K-C 2008, realizado em 2007, teve uma procura 400% maior em relação ao ano de 2006. Com mais de 4 mil pessoas inscritas para 16 vagas, o programa evoluiu ao longo dos anos e passa por uma fase de amadurecimento, buscando a diversidade na formação do grupo de estagiários. Outra novidade é a implantação do *Job Rotation*, que instituiu um período de formação rotativo em diferentes áreas da empresa, com o objetivo de proporcionar uma visão mais ampla do negócio. O programa não se limita aos novos estagiários, mas abrange também os funcionários de determinadas áreas de negócios que precisam conhecer e se aprofundar em outras áreas da empresa.

“Acreditamos que talentos estão em todo lugar e por isso fomos buscar pessoas com diferentes experiências de vida, em diferentes regiões do Brasil, cursos e faculdades”.

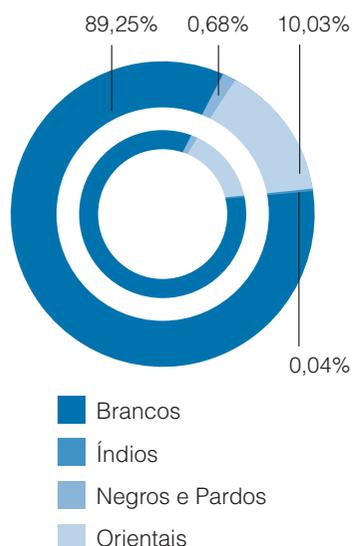
Fernanda Petta, especialista de *Talent Management*.

### Diversidade e respeito

A fim de propiciar um ambiente de trabalho saudável para os colaboradores com deficiência e, dessa forma, ampliar suas participações no quadro de funcionários, em 2006 a Kimberly-Clark criou o programa “Faça a Diferença”. Seu intuito era de garantir a diversidade cultural na empresa, disseminar os conceitos de responsabilidade social e acompanhar as tendências do mercado.

O programa oferece às pessoas com deficiência a possibilidade de inserção no mercado de trabalho, focando em seus talentos e incentivando seu desenvolvimento. Como resultados deste trabalho, em 2007 foram contratados 94 funcionários, reforçando o compromisso da empresa em garantir que no mínimo 5% de seu quadro de colaboradores seja composto por deficientes.

### Total de colaboradores





### Engajamento e Participação

A empresa sabe que para ter funcionários engajados e alinhados com os objetivos da K-C, o diálogo é uma importante ferramenta na relação com seus colaboradores. Assim, a empresa oferece oportunidades para que os funcionários conheçam as estratégias da empresa e contribuam com idéias e sugestões em suas atividades.

Um projeto que desde 2005 visa fomentar a participação dos funcionários nas mudanças da empresa foi o *Focus on Reducing Costs Everywhere* (Force), programa global da Companhia que incentiva os funcionários a apresentar idéias que melhorem os negócios da Kimberly-Clark. O Force busca formas mais efetivas e econômicas para se fazer o trabalho na empresa e recebe idéias que gerem: economia, redução de custos e melhoria do capital de giro.

Como ação complementar ao Force, a Kimberly-Clark Brasil lançou, em 2006, o programa Caçadores de Oportunidades que tem características mais adequadas à realidade brasileira, mas sem perder o foco na economia: para o meio ambiente, para a empresa e para as pessoas. O programa incentiva os funcionários a apresentarem idéias de melhoria nos processos e produtos, oportunidades de inovação, aumento na qualidade de vida e segurança dos colaboradores ou qualquer idéia que gere algum tipo de vantagem para a empresa e seus funcionários.

### Resultado do Programa Caçadores de Oportunidades

Idéias sugeridas	968
Idéias implementadas	203
Idéias implementadas que geraram retorno financeiro	141
Recompensas financeiras	Mais de R\$ 146 mil
Economizados pela empresa	Mais de US\$ 8 milhões

No Caçadores de Oportunidades, os colaboradores que contribuem com idéias que geram retorno financeiro recebem até 5% deste valor como recompensa. 10% representam os custos para operacionalização das idéias e 5% são destinados à comunicação do programa.

Outro programa para fomentar o diálogo foi lançado em junho de 2007. O “Café com Idéias” promove uma conversa entre o presidente ou diretores e funcionários sobre experiências e sugestões. Mais de 550 pessoas já participaram do “Café com Idéias”, que foi estendido a todas as unidades fabris, contando sempre com a presença do presidente ou de um diretor da Kimberly-Clark.

### Alinhamento Estratégico

Em março de 2007 foi realizada a 5ª Conferência Executiva da K-C Brasil – Confex –, um encontro anual dos líderes que atuam diretamente com os diretores. No evento acontece o alinhamento estratégico de longo prazo das ações que serão desenvolvidas durante o ano. Em 2007, os quase 100 líderes participantes conheceram a Visão 2012 e definiram as iniciativas prioritárias para alcançar o sucesso em distribuição e gestão do ponto de venda.





Funcionários na Sala do Pensar e Aprender, da unidade de São Paulo (SP)

Temas da Conferência Executiva (ano)	Número de participantes
Construção da Visão Estratégica (2002)	40 participantes
<b>“Um time, uma visão, um sucesso”</b> Lançamento da Visão 2008 (2003)	81 participantes
<b>“Um time em busca de ouro”</b> Lançamento dos valores K-C Brasil (2004)	94 participantes
<b>“Paixão e disciplina”</b> Priorização de projetos (2005)	94 participantes
<b>“K-C direto ao ponto”</b> Lançamento da Visão 2012 (2007)	92 participantes
<b>“Impossível é apenas uma palavra”</b> Compartilhamento e discussão do tema GPTW (2007)	94 participantes

Na K-C Brasil, todas as sextas-feiras acontecem as reuniões de diretoria, quando as estratégias, metas e resultados corporativos são discutidos e acompanhados. Para alinhar as informações com as áreas, esses diretores realizam as “reuniões de cascadeamento” com suas equipes, todas as segundas-feiras. Além dessa ação, trimestralmente, o presidente realiza uma reunião para apresentar resultados, planos, metas e também para ouvir os líderes da empresa, que também têm a missão de repassar as informações para seus times.

Em 2007, a K-C reuniu todos os funcionários nas unidades em eventos para apresentar a revisão do planejamento estratégico da Companhia para os próximos cinco anos, conhecido como Visão 2012. Nessa ocasião, o presidente João Damato e diretores apresentaram as metas e objetivos da empresa para os próximos anos, alinhando os times para atuarem com um objetivo comum.



### Investimento em pessoas

Como parte de sua cultura, a Kimberly realiza diversas ações de envolvimento e desenvolvimento dos colaboradores, para integração entre funcionários e Companhia.

Para que os colaboradores tenham a visão do negócio integrada aos valores e entendam a importância e função de cada área para o resultado final, a Kimberly-Clark incentiva o crescimento profissional horizontal e vertical. Na empresa, um colaborador pode crescer não só subindo de posições dentro da mesma área (crescimento vertical), mas também trabalhando em diversas áreas dentro da empresa (crescimento horizontal) e desenvolvendo-se de forma multifuncional.

O plano de carreira é entendido pela K-C como a construção de competências e repertório de atividades e experiências que qualificam as pessoas profissionalmente. Os cargos são combinados e recombinaados para acompanhar o dinamismo da empresa.

No ano de 2005, a empresa adotou o *Global Performance Management* (GPM), um Programa de Avaliação dos Colaboradores Administrativos que funciona de forma participativa com base nas competências e resultados atingidos. Para complementar o programa, a K-C iniciou em 2006, em Suzano (SP), a aplicação do GDO (Gestão de Desenvolvimento Operacional) para avaliação de desempenho dos funcionários de carreira técnica/operacional, considerando os objetivos alcançados e as qualidades globais de liderança. Neste programa os colaboradores são avaliados em 360º e treinados para receber os *feedbacks* de seus colegas de trabalho e supervisores. Em 2007 o programa foi levado às demais unidades K-C do Brasil.



Para o desenvolvimento profissional de seus colaboradores, a K-C também oferece oportunidades de treinamento. Em 2007 foram investidos R\$ 1,7 milhão em treinamentos, sendo 23.062 o total de participações. Desse montante, sete talentos brasileiros foram transferidos para outras K-Cs do mundo, 199 pessoas passaram pelo Programa de Desenvolvimento de Lideranças (PDL), 38 colaboradores receberam subsídios de idioma (inglês e espanhol), e 17 pessoas participaram do Programa de Educação Básica.

A Kimberly-Clark acredita em seus colaboradores, e investe para que o desenvolvimento de cada pessoa seja compatível com o crescimento da organização, promovendo uma longa e saudável parceria entre público interno e empresa.



#### Ambiente de trabalho

Para conhecer e compreender a opinião de seus colaboradores sobre a empresa, todo ano a Kimberly-Clark Brasil participa da pesquisa de clima organizacional do *Great Place to Work® Institute* (GPTW), com o envio de questionários a todos os funcionários para obter dados quantitativos sobre sua satisfação. Em comparação com as melhores empresas do mercado, com uma média de 82 pontos, a Kimberly atingiu 73 pontos, apenas 9 pontos de diferença entre as 100 melhores. Dentre as notas de destaque de 2007, a Kimberly-Clark alcançou 72 pontos em credibilidade, 70 pontos em respeito, 69 em imparcialidade, 75 em camaradagem e 82 pontos em orgulho.



Refeitório do Centro de Distribuição Mata Atlântica, Mogi das Cruzes (SP)



*KChorus, coral formado por funcionários da unidade de São Paulo, criado em 2007*

## Benefícios

Desde 2004, a empresa oferece a todos os seus colaboradores um Programa de Previdência Privada (KC-Prev), no intuito de propiciar ao optante uma renda complementar para o futuro, reduzindo o impacto da aposentadoria paga pela Previdência Social. Em comparação com os planos oferecidos por instituições financeiras, o KC-Prev possui taxas de administração menores e rendimentos mais atraentes.

O plano de assistência médico-hospitalar, conhecido como Kimberly-Clark Saúde, oferece cobertura de especialidades clínicas, acompanhamento dos casos, orientação médica e programa de prevenção voltados à qualidade de vida. O plano é 100% subsidiado pela empresa, e estendido à família do funcionário.

A Kimberly também foi uma das primeiras empresas a oferecer crédito consignado e de emergência aos seus funcionários, através do Banco HSBC. Os empréstimos não podem exceder 30% do salário do funcionário e demais vantagens e desvantagens são esclarecidas pelos responsáveis do RH. Já o empréstimo emergencial é oferecido a todos os colaboradores que estejam na Companhia há mais de seis meses, para amenizar dificuldades financeiras momentâneas.



*Ginástica laboral da unidade de São Paulo (SP)*



## Fornecedores

Para assegurar a excelência de seus produtos e serviços, a Kimberly-Clark busca mais que parcerias comerciais: a empresa oferece aos seus fornecedores uma negociação clara, em que ambos ganhem. Esta atitude nasceu a partir da compreensão de que, para atingir o desenvolvimento sustentável, além de matérias-primas, insumos e serviços logísticos de qualidade, é importante estreitar o relacionamento com sua rede de suprimentos e obter laços fortes e de longo prazo.

Desde o Balanço Social de 2005, a Kimberly-Clark realiza uma pesquisa com seus fornecedores utilizando indicadores socioambientais do Instituto Ethos de Responsabilidade Social. Para a publicação de 2007, a empresa buscou aprofundar o conhecimento sobre sua cadeia de suprimentos e promoveu grupos de discussão com fornecedores-chave. A pesquisa foi realizada pela Apoena Sustentável, uma empresa de consultoria em responsabilidade social, que reuniu 10 fornecedores em 2 dias de diálogo para conhecer a percepção deste público sobre a Kimberly-Clark Brasil. A partir dos resultados divulgados em 2008, a empresa planejará ações para este público que serão divulgadas no próximo Relatório de Sustentabilidade da empresa.

### Programas de apoio

Para apoiar seus fornecedores, a Kimberly-Clark possui o Programa de Desconto Fornecedor. O programa consiste em um convênio firmado entre a Kimberly-Clark e uma instituição financeira. A vantagem para os fornecedores é ter o acesso rápido, simples e seguro a um financiamento com juros abaixo do mercado, uma vez que a operação é viabilizada com o aval da Kimberly-Clark no banco. Assim o fornecedor não compromete suas linhas de crédito e pode melhorar o fluxo de caixa para realizar investimentos no seu negócio. A Kimberly-Clark se beneficia com a ampliação do prazo para pagamento e evita o aumento de custos que seus fornecedores, inevitavelmente, teriam de repassar, caso tivessem de arcar com os juros de mercado. Para o banco, a vantagem é o ganho financeiro das operações de desconto e o baixo risco representado por essas operações, uma vez que a garantia é dada pela própria Kimberly-Clark.

“A política corporativa da K-C visa garantir que os nossos fornecedores tenham uma postura responsável em termos socioambientais”

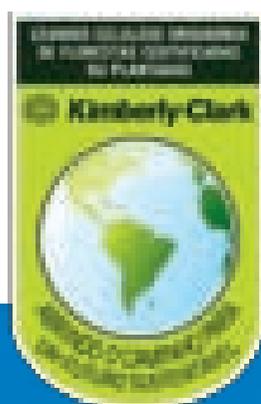
Vitor Silva, gerente de relacionamento com fornecedores.

### Produção

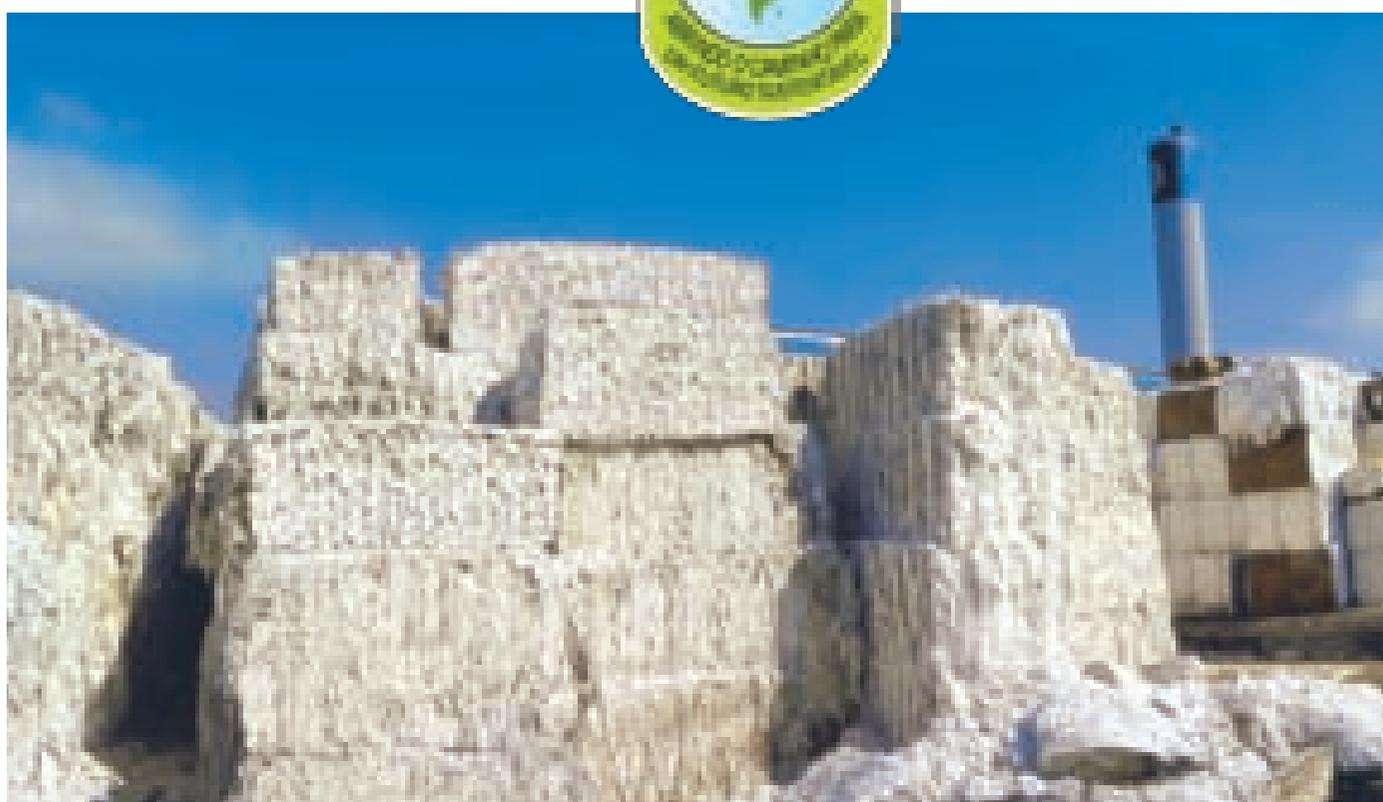
A K-C compra mais de 100 mil toneladas de fibras por ano e reconhece a importância de acompanhar a origem desta matéria-prima. A K-C Brasil segue as orientações da política corporativa de não fazer negócios com empresas que não adotem políticas de manejo sustentável. Assim, na fabricação de seus produtos, 100% da celulose virgem provém de florestas replantadas ou certificadas, ou seja, de áreas de replantio com certificado CERFLOR, do Programa Nacional de Certificação Florestal ou FSC® (*Forest Stewardship Council*®).



Unidade de Mogi das Cruzes (SP)



**100% da celulose utilizada pela K-C é produzida a partir de florestas de eucalipto replantadas**



Unidade de Mogi das Cruzes (SP)



# Logística e Distribuição

*Centro de Distribuição Mata Atlântica, Mogi das Cruzes (SP)*

A implantação do novo Centro de Distribuição Mata Atlântica trouxe, além da otimização logística, novas e melhores instalações para dar suporte ao transportador e ao motorista. O novo Centro de Distribuição oferece aos funcionários das transportadoras uma área de convivência com comodidades como lanchonete, banheiro com chuveiro e água quente e área de descanso.

Para educar e conscientizar os responsáveis pela distribuição de seus produtos, a Kimberly-Clark apóia o programa “Na Mão Certa”, que combate a exploração sexual de crianças e adolescentes nas estradas brasileiras. A partir deste programa, a empresa lançou o programa “Rumo Certo” para mobilizar transportadoras e motoristas sobre temas como saúde e qualidade de vida, segurança, qualidade no manuseio e transporte dos produtos e relacionamento com o cliente da K-C. Como resultado, a empresa espera reduzir as avarias de produtos durante o transporte, manuseio e entrega, reduzir a exposição a roubo de carga e acidentes de trânsito, orientar a equipe de entrega nos cuidados com sua saúde e melhorar a percepção do nosso cliente sobre a qualidade do serviço prestado.



*Funcionários do Centro de Distribuição Mata Atlântica, Mogi das Cruzes (SP)*



Projeto Prácticatum, apoiado pela Kimberly-Clark

## Sociedade

### Integração com a comunidade

Um dos maiores desafios para toda organização, é difundir sua cultura e valores a todas as suas unidades, envolvendo gestores e demais colaboradores.

Na Kimberly, até 2007, algumas iniciativas com a comunidade partiram do escritório central, sendo divulgadas e estendidas às fábricas, já outras surgiram em cada unidade, conforme a demanda local. A partir de 2008 a empresa deseja aprofundar o envolvimento com o entorno e propôs que as fábricas e o escritório central tivessem metas de responsabilidade social alinhadas às metas profissionais.



### Busca por conhecimento

A Kimberly-Clark reconhece o valor de seus colaboradores e percebe a sua participação nos resultados e sucessos alcançados ao longo de sua existência no Brasil. Mais do que isso, a Companhia tem a política de aproveitar e buscar talentos para unir à sua equipe.

Na unidade de Suzano (SP), por exemplo, a Kimberly desenvolveu parcerias com institutos de formação de técnicos e engenheiros, para trazer profissionais da região às suas unidades. Desde 2006, a empresa iniciou uma aproximação com o Instituto Liceu Brás Cubas, realizando palestras em colégios e visitas dos alunos e do corpo docente às instalações da K-C. Em 2007, a experiência se expandiu a novas instituições, como foi o caso da parceria com o SENAI (Serviço Nacional da Indústria) local.

A continuação de parcerias entre a empresa e institutos profissionalizantes é uma das metas de 2008. A Kimberly-Clark deseja expandir estas práticas e descobrir novos talentos.



Projeto Floresta Urbana

## Floresta Urbana

Para estender as boas práticas ambientais à comunidade, desde 2005 a Kimberly-Clark Brasil desenvolve um programa focado em educação ambiental para a rede pública de ensino. O projeto Floresta Urbana tem por objetivo trazer a sustentabilidade para os projetos das escolas, desenvolvendo o tema “meio ambiente” de maneira transversal e interdisciplinar dentro da sala de aula. No início, o projeto foi desenvolvido em Suzano (SP) e Mogi das Cruzes (SP) com a proposta de envolver a comunidade e gerar renda para as escolas. Em 2007, o programa foi ampliado, abordando a “educação ambiental” sob diferentes pontos de vista. O enfoque tornou-se mais global, com extensão do tema para todo o ciclo de impacto, desde consumo consciente e reciclagem até cidadania e sustentabilidade. Essa segunda etapa da ação absorveu os aspectos positivos das práticas realizadas em 2005, com novas propostas e ajustes para cada realidade local. Iniciado no segundo semestre de 2007, o programa será concluído em 2008, envolvendo 16 escolas públicas e 7.200 estudantes de 5ª a 8ª série nos quatro municípios onde a Kimberly-Clark possui operações.

## Projeto Intimus®

Em 2004, com o objetivo de educar crianças e adolescentes sobre as mudanças no corpo e no comportamento que ocorrem na chegada da puberdade, a Kimberly lançou o Programa Intimus®, promovendo palestras e shows teatrais em escolas públicas e particulares nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro. De forma dinâmica, um grupo de psicólogos e arte-recreadores esclarece as dúvidas sobre ciclo menstrual, adolescência, sexo, entre outros temas, contribuindo para a orientação já recebida na escola. Como material de apoio, ao final do evento são entregues a todos os professores e estudantes livretos informativos com os assuntos discutidos, com um texto fácil e interativo. Em três anos, o projeto já visitou mais de 45 cidades e contou com a participação de cerca de 210 mil estudantes.

## Voluntariado

Outro projeto de envolvimento entre funcionários e comunidade Kimberly é o Programa de Voluntariado, existente desde 2005. Atualmente, as unidades de Mogi das Cruzes (SP), Eldorado do Sul (RS) e São Paulo (SP) contam com comitês de voluntários responsáveis pelo desenvolvimento de ações em benefício da sociedade.

# Estratégias e Desafios

## Reestruturação

### Centro de Distribuição Mata Atlântica

Com o forte ritmo de crescimento experimentado pela Kimberly-Clark nos últimos anos, a empresa percebeu a necessidade de otimizar sua capacidade logística a partir da análise do seu *footprint*. Uma equipe multifuncional foi responsável por readequar a estratégia de distribuição à sustentabilidade da K-C, conciliando tecnologia, produtividade, preocupação com funcionários e meio ambiente. A partir disso foi inaugurado em setembro de 2007 o Centro de Distribuição Mata Atlântica, que ocupa 67 mil m<sup>2</sup> de área construída num terreno de 290 mil m<sup>2</sup>.

O nome do Centro de Distribuição Mata Atlântica foi sugerido por um colaborador da Kimberly-Clark Brasil, após a realização de um concurso interno. O nome foi escolhido por refletir a preocupação da empresa em conservar a vegetação nativa da região. Durante o planejamento e execução do projeto, um estudo de impacto ambiental para definir a melhor localização do terreno foi realizado pela consultoria especializada Gaia Consultoria Ambiental. A preocupação da K-C com seu impacto envolveu desde o mapeamento da fauna e flora locais, a destinação dos resíduos durante a execução da obra, o plantio de 12 mil mudas nativas da Mata Atlântica e até o estudo do mapa viário da região desenvolvido com o auxílio da Prefeitura de Mogi das Cruzes (SP) a fim de evitar congestionamentos, em função do grande fluxo de caminhões. Atualmente, o Centro de Distribuição possui sistemas de drenagem de água e reutilização da água tratada proveniente de uma Estação de Tratamento.

Entre as tecnologias utilizadas, foi implantado o sistema de WMS (*Warehouse Management System*) da SAP associado a um sistema de leitura de código de barras via rádio-frequência que visa otimizar os recursos nos processos de entrada e saída de mercadorias dentro do Centro de Distribuição.

Para iniciar as operações, houve contratação de mão de obra, sendo que 82% das vagas foram preenchidas por funcionários que já eram prestadores de serviço da K-C. Os novos funcionários receberam capacitação sobre relacionamento interpessoal e a interação do público interno com o meio ambiente.



## Expansão em Suzano

Em 2008, para produzir fraldas *premium* e atender a demanda de mercado no Brasil, a fábrica de Suzano (SP) receberá uma tecnologia da Corporação Kimberly-Clark. A K-C está investindo R\$ 25 milhões no projeto de ampliação da capacidade de produção, e contratará 170 novos funcionários nas áreas de produção, manutenção e qualidade. Os representantes do grupo de liderança e os engenheiros de suporte receberão treinamentos nas unidades da K-C nos EUA, Peru, Argentina e Colômbia, países onde já existe uma tecnologia similar.

## Investimentos em Mogi das Cruzes

Como parte de sua estratégia, a Kimberly-Clark Brasil iniciou, em 2006, a ampliação do parque industrial de Mogi das Cruzes (SP). Essa unidade concentrará a maior parte da produção de papéis e por isso recebeu parte das máquinas da fábrica de Cruzeiro (SP), cujas operações foram encerradas em 2007. O aumento da fábrica de Mogi das Cruzes (SP) foi concluído em maio de 2007.

## Fechamento da fábrica de Cruzeiro

Para reestruturação da empresa no Brasil, em 2007 a K-C encerrou as operações da unidade de Cruzeiro (SP). Na avaliação prévia deste processo, a empresa mapeou as características socioeconômicas da região, dos colaboradores próprios e terceirizados. Diretores e responsáveis da empresa contataram a prefeitura local a fim de negociar as melhores condições para amenizar o impacto do fechamento na comunidade. 140 colaboradores foram transferidos a outras unidades e, aqueles que foram desligados, receberam treinamento para reinserção no mercado de trabalho e uma bonificação além da legalmente estabelecida.



Unidade de Mogi das Cruzes (SP)



Unidade de Mogi das Cruzes (SP)



Unidade de Suzano (SP)





*Centro de Distribuição Mata Atlântica,  
em Mogi das Cruzes (SP)*

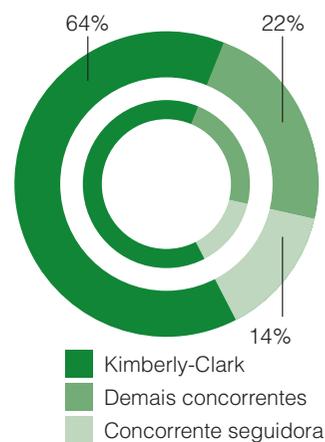
# Resultados Alcançados

## Econômicos

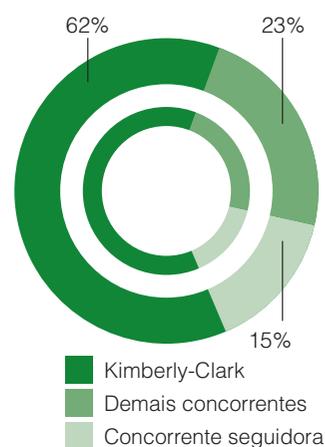
A Kimberly-Clark entende que a sustentabilidade é fundamental para o sucesso contínuo da companhia. Ao desenvolver produtos que melhoram a qualidade de vida das pessoas, a empresa também cria e distribui benefícios econômicos para seus diversos públicos de interesse.

O aumento da participação de mercado de papel higiênico folha dupla e de cuidados femininos refletiu no aumento do faturamento bruto em mais de 12% com relação a 2006, atingindo R\$ 1.8 bilhão em 2007. A empresa promove a viabilidade econômica de seus públicos e reverte parte dos seus ganhos em investimentos socioambientais. A Kimberly destinou R\$ 148 milhões ao pagamento de impostos, R\$ 16 milhões em salários dos colaboradores e investiu R\$ 1.7 milhão em treinamentos para o desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais.

Participação no mercado de folha dupla  
(em valor)



Participação no mercado de folha dupla  
(em volume)

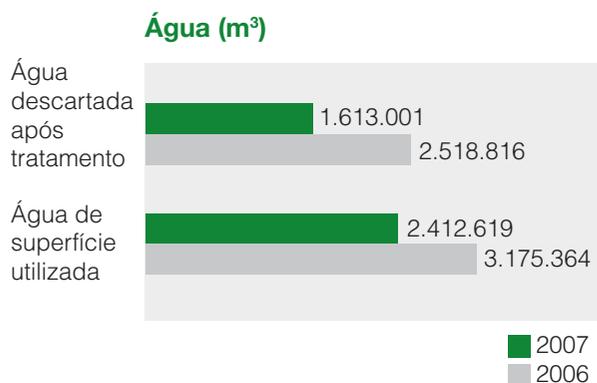


## Meio ambiente

O aspecto ambiental é um dos fatores que compõem o tripé da sustentabilidade da Kimberly-Clark, por isso ela também está permanentemente atenta a iniciativas que possam minimizar o impacto de suas atividades no meio ambiente.

A Corporação Kimberly-Clark estabelece algumas metas globais baseadas em indicadores que avaliam seu grau de impacto no meio ambiente.

O primeiro deles mede o consumo de água utilizada pela planta para a fabricação de uma tonelada de papel. A K-C investe na redução do seu consumo de água e entre 2005 e 2006, obteve 9,79% de economia. Em 2007, com a reestruturação da área de operações, a empresa reduziu em 24% o seu consumo em relação ao ano anterior. A meta da corporação é de 30 m<sup>3</sup> de água para cada tonelada de papel produzida. Nas unidades da K-C no Brasil esse indicador no ano de 2007 ficou entre 13 e 27m<sup>3</sup> por tonelada produzida, superando as expectativas corporativas. Esse resultado foi obtido através da implementação de projetos de recirculação da água. Antes, um grande volume de água passava por todo o processo produtivo e era devolvido à natureza após tratamento para sua purificação. Com a recirculação, parte desse volume é reutilizada dentro do mesmo processo de produção. Dessa forma, houve redução no volume de água captada e no volume total de efluentes devolvidos aos rios.



Estação de tratamento, em Mogi das Cruzes (SP)

A utilização de água no processo produtivo é restrita às unidades que fabricam papéis. Mogi das Cruzes (SP) é a unidade que tem o menor consumo, com redução de 8,83% entre os anos de 2006 e 2007. Já Correia Pinto (SC) apresentou redução de 5,16% nos últimos anos.

A empresa dedica grande atenção à captação da água usada nos seus processos produtivos e ao seu tratamento após o uso. Para verificar o cumprimento das normas sobre a utilização e devolução de água aos rios, órgãos ambientais utilizam a DBO como indicador de poluição. A DBO (Demanda Bioquímica de Oxigênio), dada em miligramas por litro, mede a quantidade de oxigênio consumida pelos microrganismos em uma amostra de água e pode determinar a concentração de matéria biodegradável. Quanto maior o valor de DBOs, mais poluída é a água. O respeito a essa legislação faz parte do programa de controle da Kimberly-Clark Corporativa. A empresa estabelece uma relação entre a quantidade de DBO, o volume total de água devolvida e o volume de papel produzido para obter um indicador corporativo. Esse indicador muitas vezes é mais exigente que os parâmetros legais e faz com que as unidades também reduzam a descarga de água.

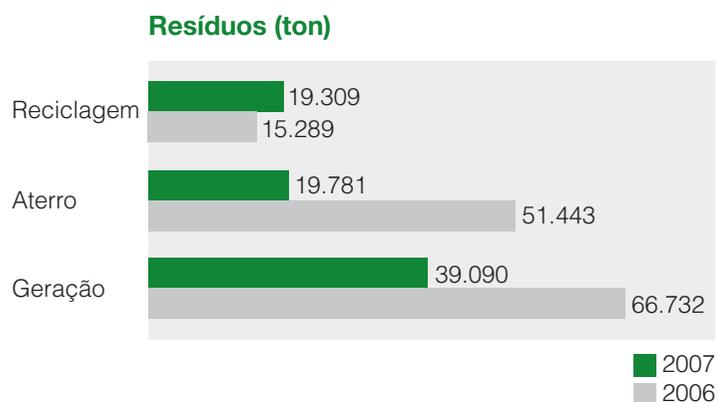


Conquistas K-C Brasil para Conservação e Eficiência Energética		
Ações	Descrição	Resultados
Redesenho do processo	Funcionamento de parte do motor da máquina de papel apenas quando o nível do tanque atinge 40%.	ECONOMIA DE ENERGIA ELÉTRICA. Redução em 0,39% do consumo energético da respectiva máquina de papel ou 0,13% da matriz energética da unidade.
Conversão de equipamento	Projeto de instalação de protótipo de caixa de ar quente sobre a Prensa de Sucção para aquecer a folha na máquina de papel.	ECONOMIA DE ENERGIA ELÉTRICA. Redução de 2,29% no consumo de energia da respectiva máquina de papel ou 0,76% na matriz energética da unidade.
Retrofitting de equipamento	Balanço de massa e temperatura para otimizar o consumo de gás natural nas três máquinas de papel.	ECONOMIA DE GÁS NATURAL. Redução de 10m <sup>3</sup> de GN por tonelada, equivalente a 1,8% de redução na matriz energética da unidade.
Mudança de comportamento	Melhorar a eficiência térmica das caldeiras das máquinas.	ECONOMIA DE GÁS NATURAL. Redução do consumo específico de GN em 8%, com redução de energia de 1,7% na matriz energética da unidade.

Outra meta corporativa diz respeito ao consumo de energia, calculado em MBTU/BDMT (unidade térmica britânica) por tonelada seca de papel produzido. As unidades fabris no Brasil reduziram seu consumo específico de energia em 6% com relação ao ano de 2006, resultando em 9,98MBTU/BDMT. Por questões de mercado, o consumo de fibra reciclável diminuiu no último período.

Em termos de descarte de resíduos, a Kimberly-Clark conseguiu reduzir em 60% a quantidade enviada para aterros sanitários em relação ao total gerado pela empresa, uma vez que a redução na geração entre 2006 e 2007, por motivos de reorganização da Companhia, diminuiu em 40%, e respectivamente o envio de materiais para reciclagem aumentou em 21% no mesmo período. Eldorado do Sul (RS) obteve um índice de 100% de reciclagem do seu resíduo industrial e Suzano (SP) reduziu em 4,5% o envio de detritos a aterros sanitários em relação a 2006. Em Mogi das Cruzes (SP) a redução foi de 2,11%, chegando próximo ao índice zero, durante 2007. As três plantas atingiram a meta estipulada pela Corporação Kimberly-Clark.

Fontes de Energia	Unidade Métrica	2006	2007	Economia TOTAL
ELETRICIDADE	kwh	230.296	203.801	12%
GÁS NATURAL	m <sup>3</sup>	17.905.915	14.712.345	18%
OLEO BPF	ton	8.730	8.149	7%
OLEO DIESEL	ton	5.765	4.481	22%



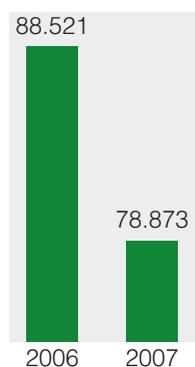


Unidade de Mogi das Cruzes (SP)

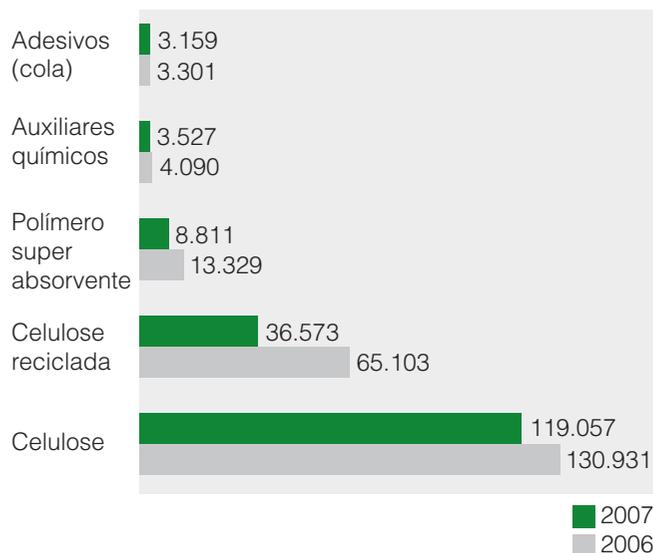
## Unidades em áreas protegidas

- Unidade de Mogi das Cruzes (SP); fabricação e conversão de papel. Área total de 273.337 m<sup>2</sup> localizada próximo ao parque estadual da serra do mar e dentro de uma área de proteção de mananciais.
- Centro de Distribuição Mata Atlântica com 62.000 m<sup>2</sup> de área construída e localizado nas adjacências da Estação Ecológica da Serra do Itapeti, Mogi das Cruzes (SP).
- Unidade de Correia Pinto (SC); fabricação e conversão de papel. Área construída com cerca de 80000 m<sup>2</sup>; Área de Proteção Permanente do Rio Canoas.

### Emissões de CO<sup>2</sup> (ton)



### Matérias-primas (ton)





Exposição do livro "Passado a Limpo". Instalação concebida pela artista plástica Glauca do Amaral



Prêmio de Responsabilidade Social Mogi News, recebido pela Kimberly-Clark

## Social

### Por dentro do universo feminino

A marca Intimus®, preocupada com o bem-estar da mulher no dia-a-dia, uniu-se com a chef Rita Lobo em uma empreitada virtual: desde 2006, a marca patrocina o site Panelinha, um portal onde são disponibilizadas uma série de receitas para ajudar a amenizar o desconforto da TPM. Rita elaborou mais de 60 receitas que podem ser consultadas no site [www.panelinha.com.br](http://www.panelinha.com.br), sempre com o intuito de proporcionar bem-estar às internautas. Como resultado da empreitada, a marca Intimus® registrou um crescimento de 10% em vendas e dois pontos de participação de mercado. A proposta da chef se alinha perfeitamente às metas da Companhia, que busca estar cada vez mais próxima das mulheres, com soluções fáceis e práticas.

### Ao lado da mamãe brasileira

Entre as diversas campanhas de comunicação e ações promocionais às consumidoras Kimberly, a empresa vem empreendendo uma série de iniciativas para promover a aproximação de suas marcas com o público e mantê-las no topo da mente das pessoas.

A Kimberly-Clark dedica uma atenção especial à mamãe brasileira, e se empenha continuamente em satisfazê-la da melhor forma possível. Uma de suas ações em 2007 foi a criação do Diário de Mãe, em parceria com a revista Crescer. O projeto contou com uma série de reportagens em que a revista revelou o cotidiano de dez mães de diversas cidades do país, promovendo uma rica troca de experiências e afinidades.

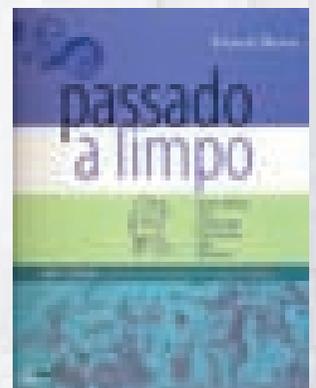


Exposição em São Paulo (SP)

## Promovendo a cultura

Como incentivo à produção cultural brasileira, a Kimberly-Clark patrocinou o livro “Passado a Limpo. A História da Higiene no Brasil”, escrito por Eduardo Bueno. O livro foi lançado em meados de abril de 2007, e contou com duas exposições, sendo uma na estação Paraíso do Metrô e outra no Conjunto Nacional, na Avenida Paulista, obtendo ótimas críticas de importantes jornais do país. Mas o incentivo não parou por aí: no mesmo ano, a marca Neve patrocinou o livro “1º Almanaque de Banheiro”, escrito por André Fischer e Renata Laureano. A obra consiste em um conjunto de pequenas e engraçadas biografias de personalidades atuais e históricas, e marcou o leque de inovações em comunicação com que a marca já trabalha há mais de 30 anos.

O livro está sendo vendido nas principais redes de livraria do País e está em sua segunda edição, com tiragem de 3.000 exemplares.





Unidade de Suzano (SP)

## Kimberly-Clark Brasil a fora

Além de suas inúmeras iniciativas, a Kimberly-Clark Brasil participa como co-patrocinadora de projetos sociais, como é o caso do “Expedicionários da Saúde” – uma organização brasileira sem fins lucrativos, criada em 2003 por um grupo de médicos voluntários que, com o objetivo de levar serviço médico às regiões mais inóspitas do País, visita localidades isoladas para beneficiar principalmente populações indígenas. A divisão Health Care da Kimberly participa doando materiais para paramentação cirúrgica e parte dos recursos necessários para a montagem e manutenção da estrutura utilizada. Em 2007, os Expedicionários da Saúde realizaram três expedições, sendo 397 cirurgias e 2064 atendimentos.



## Kimberly-Clark pela comunidade

As ações sociais da empresa ainda vão mais além: há vários anos a Kimberly-Clark Brasil trabalha em parceria com o Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer de Mama (IBCC), repassando parte da renda obtida com a venda dos absorventes da marca Intimus®. A empresa também participa do programa Dê a Mão para o Futuro, iniciativa da Fundação Banco do Brasil junto à Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec). O projeto visa diminuir os impactos do descarte de embalagens em aterros sanitários, promovendo a coleta seletiva e, dessa forma, também ajudando na geração de renda para catadores e cooperativas especializadas. No ano de 2007 houve um aumento de 66,65% na renda média adquirida através do projeto, que passou de 383 reais em 2006 para 639 reais no ano seguinte.



A cultura de ajuda ao próximo não é praticada somente na K-C Brasil: a Kimberly-Clark Corporação é a empresa americana que mais contribui para o Unicef no mundo, e isso inclui o Brasil: a doação inicial em 2007 ajudou crianças indígenas na região do Amazonas e comunidades quilombolas na região do semi-árido brasileiro; até o final de 2008, a Kimberly contribuirá com quase US\$ 1 milhão para os projetos monitorados pelo Unicef no país. Desde 2001, a Corporação Kimberly-Clark já doou cerca de US\$ 6 milhões em prol das causas defendidas pelo Unicef.



# Global Reporting Initiative (GRI)

O GRI (Global Reporting Initiative) é uma organização internacional com sede em Amsterdã, na Holanda, cuja missão é desenvolver e disseminar globalmente diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade.

*Unidade de Suzano (SP)*



## Evoluções 2007

Desde a primeira edição do Relatório de Sustentabilidade da K-C em 2004, a empresa propõe implementar anualmente melhorias nas publicações. As últimas três edições do Relatório de Sustentabilidade da Kimberly-Clark Brasil foram elaboradas segundo a metodologia do Guia de Elaboração do Balanço Social do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Em 2007, como evolução das grandes corporações, a empresa adotou as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI), abordando as dimensões econômica, social e ambiental. O uso da ferramenta permite que os dados da Kimberly possam ser comparados aos das outras empresas da corporação ou de outras empresas do mesmo setor, que também a utilizam.

O presente Relatório atualiza informações veiculadas em edições anteriores, estabelecendo comparações especialmente com a última edição, publicada em 2006.



## Metodologia

Para auxiliar na definição dos limites, representantes da Kimberly-Clark, em parceria com a empresa de consultoria em responsabilidade social, APOENA Sustentável, entrevistaram os diretores da filial no Brasil para conhecer os projetos mais relevantes, os desafios que vivenciaram em 2007 e as grandes metas para 2008, sempre tendo em vista o alinhamento da empresa no Brasil com a Corporação Kimberly-Clark. As entrevistas permitiram avaliar o grau de relevância dos textos da publicação. Os diretores, especialistas e demais colaboradores, contribuíram com entrevistas e dados e responderam questionários para aprofundamento das informações. Além disso, a empresa realizou uma pesquisa com os públicos de interesse da K-C. Alguns clientes e representantes da comunidade participaram como parte do público externo e opinaram sobre indicadores específicos, como atendimento ao cliente e projetos com a comunidade. Os principais fornecedores foram reunidos em painéis de discussão para que a K-C conhecesse suas demandas. O objetivo não é apenas relatar o que a empresa faz, mas medir a percepção das pessoas e analisar diferentes opiniões que nortearão as ações da Kimberly-Clark nos próximos anos.

As balizas do Relatório ajudam a organização a entender e refletir a respeito dos eventuais riscos e oportunidades estratégicas que precisam ser abordados, assim como seu nível de controle ou influência sobre eles. Esses limites foram determinados por meio de entrevistas com gestores e responsáveis. Além disso, as diretrizes da corporação auxiliaram na identificação dos parâmetros a serem comunicados.

## Nível de aplicação GRI

Os relatórios GRI G3 podem ser classificados em três níveis de acordo com a aplicação das diretrizes da GRI. A Kimberly-Clark Brasil considera que o Relatório de Sustentabilidade 2008 alcançou o nível de aplicação C, – para empresas que iniciam o relato de acordo com esse modelo, como demonstrado na tabela a seguir.

		C	C+	B	B+	A	A+
Obrigatório	Auto declarado	✓	Com verificação externa		Com verificação externa		Com verificação externa
	Examinado por terceiros		Com verificação externa		Com verificação externa		Com verificação externa
Opcional	Examinado pela GRI		Com verificação externa		Com verificação externa		Com verificação externa

# Sumário GRI

O Índice GRI mostra os indicadores Global Reporting Initiative da Kimberly-Clark Brasil que podem ser consultados neste Relatório de Sustentabilidade. A tabela abaixo informa as páginas onde os respectivos indicadores podem ser encontrados:

Indicador	Descrição	Página	Resposta
<b>ESTRATÉGIA E ANÁLISE</b>			
1.1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização no Brasil sobre a relevância de sustentabilidade para a organização e sua estratégia.	7	
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	8, 48, 49	
<b>PERFIL ORGANIZACIONAL</b>			
2.1	Nome da organização.	3	
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	20-23	
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures.	14, 15, 17, 18	
2.4	Localização da sede da organização.	3	
2.5	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.	8	
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	61	
2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).	27-31	
2.8	Porte da organização.	17, 18	
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária.	17, 18, 44, 45, 48, 49	
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	56	
<b>PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO</b>			
<b>PERFIL DO RELATÓRIO</b>			
3.1	Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas.	61	
3.2	Data do relatório anterior mais recente (se houver).	61	
3.3	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.)	3	
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	3	
<b>ESCOPO</b>			
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório.	61	
3.6	Limite do relatório (como países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, joint ventures, fornecedores).	17, 18, 26-45	
3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório.	61	
3.8	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.	17, 18	

Indicador	Descrição	Página	Resposta
3.10	Explicação das conseqüências 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).	61	
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório.	61	
<b>SUMÁRIO GRI</b>			
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	62	
<b>GOVERNANÇA, COMPROMISSO E ENGAJAMENTO</b>			
<b>GOVERNANÇA</b>			
4.1	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.	14, 15, 38, 39	
4.2	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).	14, 15	
4.3	Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	-	Não aplicável
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança.	36-39	
4.5	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).	-	Não disponível
4.8	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.	10-12, 24, 25	
<b>COMPROMISSOS COM INICIATIVAS EXTERNAS</b>			
4.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.	24, 25, 31, 43, 44, 48	
4.13	Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais / internacionais de defesa.	58, 59	
<b>ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS</b>			
4.14	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	24, 25, 31, 43, 44, 48	
4.15	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar.	26	
4.16	Abordagens para o engajamento dos stakeholders, incluindo a frequência do engajamento por tipo e por grupos de stakeholders.	27-47, 61	

Indicador	Descrição	Página	Resposta
<b>DESEMPENHO ECONÔMICO</b>			
EC1	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.	8, 38, 39, 40, 48, 49, 51, 56-59	
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.	41	
EC6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	42-45	
EC8	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.	42,46,47	
<b>DESEMPENHO AMBIENTAL</b>			
<b>MATERIAIS</b>			
EN1	Materiais usados por peso ou volume.	55	
EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.	55	
<b>ENERGIA</b>			
EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	54	
EN4	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária.	54	
<b>ÁGUA</b>			
EN8	Total de retirada de água por fonte.	52	
EN11	Localização e tamanho da área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacente a elas, assim como, áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.	55	
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.	48	
<b>EMISSIONES EFLUENTES E RESÍDUOS</b>			
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso.	55	
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso.	55	
EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação.	52	
EN22	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição.	54	
<b>PRODUTOS E SERVIÇOS</b>			
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos.	48	

Indicador	Descrição	Página	Resposta
<b>CONFORMIDADE</b>			
EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais.		A Kimberly-Clark não recebeu multas relacionadas a leis e regulamentos ambientais no ano de 2007.
<b>DESEMPENHO SOCIAL - PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE</b>			
<b>EMPREGO</b>			
LA1	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.	32, 33	
LA2	Número total e taxa de rotatividade, por faixa etária, gênero e região.	32, 33	
<b>SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO</b>			
LA8	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.	35-41	
<b>SEGURANÇA E EDUCAÇÃO</b>			
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.	32, 33, 35	
<b>DESEMPENHO SOCIAL – DIREITOS HUMANOS</b>			
HR2	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.	42, 43	
<b>DESEMPENHO SOCIAL - SOCIEDADE</b>			
<b>CORRUPÇÃO</b>			
SO1	Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programa e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída.	17, 48, 49	
<b>DESEMPENHO SOCIAL - RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO</b>			
<b>SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE</b>			
PR1	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.	26, 31	
PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências.	31	



#### EXPEDIENTE

Publicação anual da Área de Assuntos Corporativos da Kimberly-Clark Brasil  
assuntos.corporativos@kcc.com  
www.kimberly-clark.com.br

Pesquisa, coleta de informações e projeto editorial: Apoena Sustentável

Coordenação, projeto gráfico, texto, diagramação e produção gráfica: KlaumonForma Comunicação

Fotos: Marcos Muzi, Edney C. da Cruz e arquivos K-C

Pré-impressão e impressão: Gráfica Printon



