

Essencial

Mulheres Líderes: aumento da representatividade feminina nos cargos de liderança

Gestão eficiente da cadeia de fornecedores, importância fundamental para a perenidade dos negócios

Fábricas na K-C Brasil foram 24% mais eficientes na gestão de recursos hídricos em 2015



KIMBERLY-CLARK APOSTA NO BRASIL E TRAZ CENTRO DE INOVAÇÃO PARA O PAÍS

EXPEDIENTE

Publicação do Relatório de Sustentabilidade da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda., chamado de Revista Essencial. Período coberto pelo relatório: 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2015. **Ciclo de emissão:** Ciclo anual. A Kimberly-Clark publica seus relatórios no modelo GRI – Global Report Initiative, desde 2007. **Limites do relatório:** Atuação da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda. no Brasil. **Realização:** Kimberly-Clark Brasil. **Sede:** Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 – Cidades Monções, 7º, 8º e 9º andar, São Paulo/SP, CEP 04571-010. **Diretor responsável:** Marcel Kanter. **Conselho editorial:** Ana Laura Gushiken, Jefferson A. Correia, Jéssica Santos. **Consultoria Sustentabilidade e GRI:** BSD Consulting (www.bsdconsulting.com/brpt/). **Redação, edição e projeto gráfico:** BH Press Comunicação (bhpress@bhpress.com.br). Fotos: Alexandre Ezequiel, JHV Studio e arquivo da empresa. Para informações, sugestões, críticas ou comentários, favor entrar em contato com Jefferson A. Correia - Assuntos Corporativos - jefferson.a.correia@kcc.com, e telefone: 55 (11) 4503-4432. Versão online: <http://www.kimberly-clark.com.br/novo/pagina.aspx?n=relatorios-de-sustentabilidade>. **Participaram deste relatório:** Adriana Arrais, Alfredo Baumbach, Ana Ferraz, Ana Laura Gushiken, Ana Vieira, Andrea Silva, Beatriz Neves, Carlos Granja, Carolina Horaguti, Caroline Lelis, Daniela Guimarães, Danielly Lima, Ezequiel Nascimento, Fernanda Felicetti, Fernanda Hermann, Geovane Almeida, Henrique Melo, Humberto Enriquez, Jamile Tyba Joos, Jefferson Correia, Jéssica Santos, Jorge Colla, Jullyana Sobrinho, Keila Andrade, Larissa Poltronieri, Laura Lage, Leciane Marcuzzo, Letícia Kida, Luciana Mercer, Luciano Cruz, Marcel Scatolin, Marcelo Lemes, Marcelo Zenni, Marcia Lan, Mariana Oliveira, Nadia Mendonça, Ornella Guzzo, Patrícia Pelissaro, Paulo Henrique, Priya Patel, Ricardo Gonçalves, Rogério Novelli, Roselaine Gonçalves, Samia Chehab, Sara Santos, Sérgio Cruz, Sérgio Freitas, Sérgio Montanha, Sérgio Nogueira, Sidney Faccio, Vanessa Monteiro.

G4-3 / G4-5 / G4-17 / G4-28 / G4-30 / G4-31

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





MENSAGEM DO PRESIDENTE 6

O RELATÓRIO 9

PERFIL
Uma empresa à frente do seu tempo 12

PRESENÇA NACIONAL
Aqui, ali, em todo lugar 18
Uma casa nova e mais cool 20

MERCADOS E MARCAS
O consumidor no centro das atenções 22
Eles dão as notas 26
O cliente do cliente 28
O mercado agradece 29

GOVERNANÇA
Governança para a sustentabilidade 26
Sem espaço para a corrupção 30

DESEMPENHO ECONÔMICO
Rigor e disciplina levam a bons resultados 36

INOVAÇÃO
Só vale se agregar valor 38

GESTÃO DE PESSOAS
Time K-C 42
Engajamento: palavra que vale ouro 43
Eles são os líderes do futuro 45
A vez delas 47
Família K-C cresce 48

MEIO AMBIENTE
Com a mão na consciência 51
Legislação é coisa séria 53
Quando menos é mais 54
Na fonte 55
Mata Atlântica no centro das atenções 57
Projetos socioambientais 58
Onde tudo começa 60
Quando o zero é positivo 61
Foco na redução das emissões atmosféricas 62

SOCIEDADE
Ajudando a Pescar 65
Projeto Crescer 67
Projeto K-C Cultiva 68
Qualidade e segurança dos produtos são compromissos 69

FORNECEDORES
Parceiros estratégicos 72

PÁGINAS VERDES
Começar hoje é melhor que deixar para amanhã 74

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI 78

Desafios que mobilizam para o crescimento

EM MAIS UM ANO DE INSTABILIDADE ECONÔMICA, KIMBERLY-CLARK REGISTRA
AUMENTO DE 14% EM VENDAS E SEGUE COM FOCO EM INVESTIMENTOS

O ano de 2015 trouxe grandes desafios não só para a Kimberly-Clark, mas para todo o mercado brasileiro. Neste cenário de instabilidade política e econômica, minha mensagem aos líderes da K-C foi clara: “A crise que bate à nossa porta também afeta nossos concorrentes. Estamos jogando o mesmo jogo e esta é a hora de mostrar o diferencial da nossa gente e avançar na conquista do mercado”. Nossos líderes entenderam a mensagem e tivemos grandes avanços: conquistamos o crescimento de 14% em vendas, liderança nas categorias de cuidados infantis e femininos, e seguimos como o foco de investimento da corporação, iniciando uma planta para a produção de *Coform* (insumo para a produção de lenços umedecidos) em Suzano. Esta produção nos possibilitará não só abastecer o mercado nacional, como também exportar.

Em 2015, fomos congratulados no festival de Cannes com a campanha *Conhecendo Murilo*, liderada pela marca Huggies e que recebeu três Leões, motivo de muito orgulho da nossa equipe do Brasil. Além disso, Intimus inovou na sua comunicação, produzindo o seriado Marias, que foi um grande sucesso!

No ano passado, mudamos de casa. Passamos a atuar em instalações mais modernas, com uma

nova infraestrutura para os nossos colaboradores. Adotamos o conceito de *cool-working*, possibilitando maior interação e cooperação entre as áreas, com flexibilidade, liberdade e facilidade no fluxo de trabalho – já que não temos mais mesas fixas –, permitindo maior mobilidade das nossas equipes e otimizando a utilização de nossos espaços.

Na agenda de sustentabilidade, tivemos importantes avanços e muitos reconhecimentos. O nosso projeto de mensuração de Pegada Hídrica e recuperação ambiental para a defesa da água, em parceria com a TNC (*The Nature Conservancy*), deu mais um passo, iniciando a recuperação de áreas degradadas na região da bacia de Salesópolis. Essa ação levou a K-C a ser uma das empresas pioneiras da Coalizão Cidades pela Água em parceria com a TNC. Para o próximo ano teremos muito mais! Seguiremos na busca pela excelência nas nossas operações, pela liderança e conquistas de novos mercados e pelo orgulho dos nossos colaboradores. Completaremos 20 anos de presença no Brasil e daremos início às atividades do Centro de Inovação, reforçando a importância do mercado brasileiro para a Kimberly-Clark no mundo.

Boa leitura!

G4-1



“

NA AGENDA DE
SUSTENTABILIDADE, TIVEMOS
IMPORTANTES AVANÇOS E
RECONHECIMENTOS. SOMOS UMA
DAS EMPRESAS PIONEIRAS DA
COALIZÃO CIDADES PELA ÁGUA EM
PARCERIA COM A TNC”.

Sérgio Cruz
Presidente da
Kimberly-Clark Brasil

Principais números



6.289

colaboradores



5

unidades fabris



2,3 MI

de capacidade em volumes de armazenagem do CDMA



14%

de crescimento nas vendas comparação a 2014



32,5%

de crescimento no lucro em relação a 2014



+DE 300

movimentações internas, dentro do Programa de Oportunidades Internas (POI)

↓47%

de redução no consumo de água nas unidades de fabricação de papel entre 2010 e 2015

ZERO

resíduo industrial enviado para aterros desde 2014

↓5,7%

de redução na geração de CO₂, superando a meta de 5%

Essencial, como a sustentabilidade

RELATÓRIO DA K-C TEM CICLO ANUAL E SEGUE A METODOLOGIA GRI G4

A Revista Essencial é o modelo de publicação escolhido pela Kimberly-Clark Brasil para seu Relatório de Sustentabilidade. A elaboração desse tipo de relatório é uma prática adotada pelas empresas para medir, divulgar e prestar contas a seus públicos de relacionamento sobre o desempenho organizacional dos pontos de vista econômico, social e ambiental. Mais do que dar visibilidade às suas iniciativas, ações, resultados e metas, a empresa se empenha em apresentar os dados de forma mais atraente. O resultado é esta

publicação, um relatório com tratamento editorial e gráfico similar a uma revista. Assim, a Kimberly-Clark espera conquistar e ampliar o interesse de seus leitores acerca da publicação.

Desde 2007, a Kimberly-Clark segue em seu relatório a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI), que reúne diretrizes internacionais, permitindo comparar a evolução de indicadores de desempenho entre empresas de todo o mundo que adotam esse mesmo modelo e também a evolução dos

resultados da própria empresa de um ano para outro. A versão aqui apresentada é a mais recente (G4), modelo essencial.

O relatório tem ciclo anual e refere-se ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2015, abrangendo a atuação da Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda. O relatório anterior, distribuído em outubro de 2015, foi referente ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014.



O que você lerá nas próximas páginas

A escolha do conteúdo resultou da análise de materialidade - estudo de aspectos e temas relevantes tanto para a empresa quanto para seus públicos relacionados a impactos econômicos, ambientais

e sociais das atividades da Kimberly-Clark ou que influenciam as decisões dos stakeholders. Essa análise, realizada por consultoria externa e de acordo com os princípios da GRI, ocorreu em três etapas.



IDENTIFICAÇÃO DE TEMAS POTENCIALMENTE MATERIAIS

Pesquisa em fontes secundárias, como documentos internos, estudos setoriais e relatórios de empresas afins (benchmarking).



PRIORIZAÇÃO DOS TEMAS MATERIAIS E DEFINIÇÃO DOS LIMITES DOS IMPACTOS

Realização de 23 entrevistas com stakeholders internos e externos previamente definidos, sendo 14 com gerentes e diretores de diversas áreas da Kimberly-Clark e nove com representantes de diversos grupos de partes interessadas externas, como consumidores, clientes, Organizações Não Governamentais (ONGs), sindicatos, órgãos setoriais e produtores rurais beneficiários de programas de conservação, entre outros. Desta consulta, foram priorizados os 11 temas mais relevantes para a Kimberly-Clark e definidos os limites dos impactos (elos da cadeia onde são mais relevantes) para cada tema, como mostra a tabela a seguir.



VALIDAÇÃO DOS TEMAS MATERIAIS

Apresentação dos resultados da etapa anterior para o Comitê de Sustentabilidade da Kimberly-Clark, que validou os 11 temas apresentados e definidos para este relatório.

G4-18 / G4-24 / G4-25 / G4-26 / G4-27

TEMAS MATERIAIS PARA O RELATO

Categorias	Temas materiais	Aspectos relacionados	Principais grupos de stakeholders impactados (limites)					
			FOR	K-C	CLI	CON	SOC	GOV
Ambiental	Consumo de água e práticas para evitar escassez	Água						
		Biodiversidade						
	Geração de resíduos na operação e pós-consumo	Efluentes e resíduos						
		Produtos e serviços						
		Conformidade (ambiental)						
	Procedência da matéria-prima para papel e práticas para evitar desmatamento	Avaliação ambiental de fornecedores						
Desenvolvimento de produtos e embalagens de baixo impacto ambiental	Materiais							
	Produtos e serviços							
Emissões de Gases de Efeito Estufa e oportunidades em relação às mudanças climáticas	Emissões							
Produtos	Marketing ético e sensibilização de consumidores, voltado para a sustentabilidade	Rotulagem de produtos e serviços						
		Comunicações de marketing						
	Qualidade e segurança de produtos	Saúde e segurança do cliente						
		Conformidade (produtos)						
Social	Práticas de combate à corrupção e transparência	Combate à corrupção						
		Políticas públicas						
	Investimento social em comunidades e gestão de impactos econômicos indiretos	Impactos econômicos indiretos						
Geral	Gestão de fornecedores (impactos em direitos humanos, práticas trabalhistas, sociedade e meio ambiente)	Comunidades locais						
		Avaliação de fornecedores em práticas ambientais, trabalhistas, direitos humanos e sociedade						
Econômica	Valor gerado e distribuído	Desempenho econômico						

FORNECEDOR K-C CLIENTE CONSUMIDOR SOCIEDADE GOVERNO

G4-19, G4-20, G4-21

Uma empresa à frente do seu tempo

DIARIAMENTE, UM QUARTO DA POPULAÇÃO MUNDIAL UTILIZA PELO MENOS UM DOS PRODUTOS DA K-C

“Liderar o mundo no que é essencial para uma vida melhor”. Essa é a missão da Kimberly-Clark, uma multinacional norte-americana com mais de 140 anos de atividades e operações em 37 países. Seus produtos chegam a 175 dos pouco mais de 190 países existentes no mundo atualmente.

Para isso, a empresa oferece soluções de higiene pessoal que abrangem todas as fases do desenvolvimento humano - desde o nascimento (fraldas), passando pela adolescência (absorventes), até produtos para a incontinência urinária. Fabrica também lenços faciais e papéis higiênicos para o cuidado com a família. Diariamente, um quarto da população mundial utiliza pelo menos um dos produtos da K-C.

No Brasil, a Kimberly-Clark está presente desde 1996. Suas marcas estão em posição de liderança - entre primeiro e segundo lugar na escolha dos consumidores. Essa preferência está diretamente ligada ao fato de a empresa oferecer soluções de higiene pessoal de primeira necessidade, abrangendo todos os perfis de clientes. A empresa apresenta uma linha completa de produtos de higiene pessoal e doméstica, com marcas fortes e de reconhecidas por sua qualidade: Scott Limpamax® e Scott Duramax®; guardanapos Grand Hotel®; papel higiênico Neve®; lenços umedecidos Neve Supreme®; lenços de papel Kleenex®; fraldas

Huggies®, toalhas umedecidas Huggies®; linha banho e pós-banho Huggies®; produtos para incontinência urinária Plenitud®; absorventes Intimus Gel® e Intimus® Interno; protetores Intimus Days®, lenços umedecidos e sabonete íntimo Intimus®.

A Kimberly-Clark atua, ainda, no segmento institucional, atendendo comércio, indústria, restaurantes e hotéis, por meio de sua divisão Professional, K-C Professional.

Na área social, a empresa pretende, por meio de suas marcas, impactar cerca de 2,5 milhões de pessoas por meio do apoio a projetos que melhorem as condições sanitárias das populações carentes no Brasil.

140

anos de atividades

20

anos de Brasil

2,5

milhões de pessoas impactadas por meio do apoio a projetos que melhorem as condições sanitárias das populações carentes no Brasil

G4-4 / G4-6 / G4-8

JUNTOS CRIAMOS UM AMBIENTE

+Sustentável



Saiba mais sobre as soluções de higiene e bem-estar da K-C Professional*.

Com tecnologias diferenciadas e qualidade altamente reconhecida, nossas soluções contribuem com um **dia a dia de trabalho mais seguro, saudável e produtivo.**

Somos um aliado estratégico na promoção de maior eficiência operacional e redução do impacto ambiental, através de:



Locais de Trabalho Excepcionais

SAC DDD (11) Ligue 4503-4422 - Outros Estados 0800-0112515 sacprofessional@kcc.com
www.kcprofessional.com.br | facebook.com/KCProfessionalBR | * Marca Registrada da Kimberly-Clark Worldwide, Inc. ou de suas afiliadas. © KCWW



MISSÃO:

LIDERAR O MUNDO NO QUE É ESSENCIAL PARA UMA VIDA MELHOR.

VISÃO:

SER UM MODELO DE LIDERANÇA, RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESEMPENHO PARA O MERCADO E CORPORAÇÃO, A MELHOR EMPRESA PARA TRABALHAR NO BRASIL E UMA IMENSA FONTE DE ORGULHO PARA TODOS NÓS.

G4-56



oneKC Autenticidade

integridade

oneKC Responsabilidade

compromisso com o cliente

paixão pelo que fazemos

compromisso com o consumidor

oneKC Inovação

inovação

oneKC Respeito

responsabilidade social

valorização das pessoas

trabalho em time

G4-56

Kimberly-Clark Brasil

Semana de MEI

Linha do tempo



1996

Kimberly-Clark adquire 51% do controle acionário da Kenko, uma das líderes do mercado brasileiro em fraldas e absorventes, dando origem a Kimberly-Clark Kenko (KCK).

1998

É formada a associação entre a Kimberly-Clark e a Klabin, fabricante de celulose, papel e produtos derivados, dando origem à Klabin Kimberly S/A.

1999

Compra da empresa Lalekla e o início da operação Kimberly-Clark Professional no Brasil. Neste ano, também houve a aquisição da Bacraft e de 19% do controle acionário da Kenko, totalizando 70%.

2003

Um passo definitivo para consolidar a atuação da companhia no país, a K-C unifica e padroniza os processos e dados do negócio brasileiro. Em seguida, adquire 100% do controle acionário da Klabin Kimberly S/A e inaugura a planta de aparas de Correia Pinto-SC (reciclagem de papel com redução de custo e preservação ambiental).

2004

Adota o nome institucional Kimberly-Clark Brasil e a Klabin Kimberly S/A passa a se chamar oficialmente Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda.

2006

A empresa comemora 10 anos de atuação no Brasil. Em setembro, a empresa desativa a unidade da Bacraft, e em novembro, adquire 100% das cotas da Kenko, assumindo o controle acionário total da Kimberly-Clark Kenko.

2007

A companhia desativa a unidade do município de Cruzeiro (SP) e transfere maquinário e colaboradores para a unidade de Mogi das Cruzes. Inauguração do Centro de Distribuição Mata Atlântica.

2008

Incorporação da Kimberly-Clark Kenko pela Kimberly-Clark Brasil, unificando as operações das duas empresas. K-C entra na lista das Melhores Empresas Para Trabalhar na 11ª posição.

2009

K-C traz ao mercado o papel higiênico compactado, reduz o plástico das embalagens em 13% e transporta 18% mais produtos por caminhão. Mesmo ano em que recebe o prêmio Melhor Fornecedor do Walmart.

2013

Kimberly-Clark inaugura sua quinta fábrica no país, em Camaçari, Bahia.

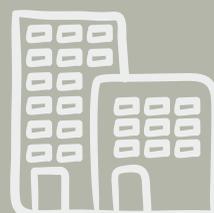
2014

Sérgio Cruz assume a presidência da K-C Brasil.

2015

Kimberly-Clark transfere sua sede para Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini.

Aqui, ali, em todo lugar



ESCRITÓRIO CENTRAL BERRINI (SP)

Com 816 colaboradores, a nova sede da empresa no Brasil concentra as atividades corporativas.



UNIDADE DE CORREIA PINTO (SC)

Com 238 colaboradores, trabalha exclusivamente com os papéis higiênicos Scott® e Neve® e está localizada na área de proteção permanente do Rio Canoas.



UNIDADE ELDORADO DO SUL (RS)

Produz absorventes externos, protetores diários e embala os absorventes internos da marca Intimus®. Tem 374 colaboradores.



UNIDADE DE CAMAÇARI (BA)

Com 402 colaboradores, investimentos de 100 milhões de Reais e capacidade para produzir produtos considerados de alto consumo, como fraldas, papel higiênico e absorventes, a fábrica e o Centro de Distribuição ocupam uma área de 220 mil metros quadrados.



UNIDADE DE RECIFE (PE)

A K-C tem um centro de distribuição que responde pelo abastecimento de produtos nas regiões Norte e Nordeste, além de um escritório comercial e administrativo, somando 148 colaboradores.



UNIDADE DE SUZANO (SP)

Com 1.158 colaboradores, produz absorventes, lenços umedecidos, fraldas descartáveis e produtos para incontinência.



UNIDADE DE MOGI DAS CRUZES (SP)

Produz as marcas Neve®, Scott®, Kleenex®, guardanapos Grand Hotel® e papéis profissionais. Com 574 colaboradores, está localizada em um terreno de 273.337 metros quadrados, perto do Parque de Proteção da Serra do Mar.



CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO MATA ATLÂNTICA - CDMA (SP)

É o maior centro de distribuição da K-C na América Latina, com 69 mil metros quadrados. Tem 386 colaboradores e conta com 100 mil posições para alocação de pallets. Inaugurado em 2007, entre as unidades de Suzano e Mogi, o Centro foi projetado para ser a peça fundamental na cadeia de Supply Chain da Kimberly-Clark e apoiar o crescimento a longo prazo. Pelo CDMA passam sete de cada dez produtos fabricados pela companhia, encaminhados para todos os estados do Brasil.

Outros números do Centro surpreendem:

Capacidade de armazenagem de 2,3 milhões de volumes

Giro mensal de 7 milhões de volumes

32 empilhadeiras elétricas retráteis e outras 5 para descargas feitas em ambiente externo

13 transpaleteiras de separação de cargas fracionadas e 45 docas de caminhões para expedição e 12 de recebimento



Salas amplas e compartilhadas criam um clima colaborativo

Uma casa nova e mais cool

Em outubro de 2015, a sede da K-C Brasil trocou os dois andares que ocupava em um prédio da Vila Olímpia, em São Paulo, por um imóvel com as mesmas dimensões na Berrini, a apenas dois quarteirões do anterior. Mas, maior que a mudança física, é o que ela proporciona. É o que garante Larissa Poltronieri, gerente de Recursos Humanos. Segundo ela, o novo espaço favorece a integração e a inovação e foi planejado para oferecer mais conforto e segurança aos profissionais. “No novo escritório, não há lugar marcado. As pessoas ocupam os espaços nos quais se sentem mais à vontade, mais produtivas. As salas são amplas e compartilhadas, criando um clima

mais colaborativo, mais cool. Foi uma mudança de paradigma e hoje acho que todos se sentem melhor nesse modelo que passamos a chamar de Cool Working”, descreve Larissa.

A gerente explica que o projeto foi concebido com muito cuidado, observando o comportamento das pessoas no trabalho. “Percebemos um movimento de trocar os postos individuais para salas de reuniões, o que está completamente alinhado à tendência de ter ambientes mais integrados e colaborativos. O Cool Working veio como uma resposta a esse cenário e reforça os valores da nossa empresa”.

PARA TODOS

Além de mais moderno, flexível e integrado, o novo escritório também traz a importante marca da acessibilidade. “Nosso compromisso é de prover as melhores condições de trabalho para todas as pessoas que fazem parte do nosso time. Aqui, todos podem circular e acessar qualquer espaço do prédio, com segurança”, revela o diretor de Recursos Humanos, Sérgio Nogueira. O espaço foi projetado seguindo as melhores práticas em acessibilidade, garantindo condições iguais a pessoas diferentes. A analista de Recursos Humanos, Ana Paula Costa atesta com propriedade. Para ela, que é cadeirante, o novo escritório é perfeito. “Aqui tenho mobilidade total e independência”, diz.

Segundo Nogueira, o fato de o projeto já ter sido concebido para acolher necessidades diversas faz toda a diferença. “Foi tudo muito bem planejado.

Montamos uma espécie de comitê e ajudamos os engenheiros a entender melhor a realidade das pessoas com mobilidade reduzida ou outro tipo de deficiência. Sugerimos algumas referências espaciais para cegos, ajustes nas larguras das portas, na altura dos botões de energia, na velocidade do fechamento das portas de acionamento por crachá, no peso das portas dos banheiros adaptados. Foi um trabalho a quatro mãos”, revela.

O Cool Working também foi adaptado para acolher melhor os PCDs da equipe. Os profissionais desfrutam de todas as vantagens do ambiente colaborativo, porém, com a comodidade de ter sua mesa fixa, com as especificações adequadas às suas necessidades.



“
AQUI TENHO
MOBILIDADE TOTAL
E INDEPENDÊNCIA”

Ana Paula Costa, analista de Recursos Humanos

O consumidor no centro das atenções

EMPRESA SE POSICIONA COM FOCO EM 100% NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES

Com uma ampla gama de produtos, que vai de papel higiênico, lenços umedecidos, fraldas infantis, roupas para incontinência e absorventes à linha profissional, a Kimberly-Clark está 100% focada no atendimento das necessidades de seus clientes. “Nossos produtos são voltados ao bem-estar das pessoas; por isso, as soluções que desenvolvemos têm que levar em consideração o melhor uso para o cliente e para o consumidor final”, afirma a gerente de Pesquisa e Desenvolvimento para o Brasil, Luciana Mercer.

As comunicações de marketing da Kimberly-Clark reforçam esse posicionamento junto aos segmentos específicos de cada marca, bem como a divulgação de lançamentos. Todas as iniciativas procuram atender não só às expectativas dos consumidores, mas também às exigências legais de publicidade e propaganda. São cuidados que a companhia precisa manter para preservar sua imagem e, conseqüentemente, a lealdade e confiança do consumidor, e também para não sofrer conseqüências financeiras diretas como multas ou riscos no desempenho do negócio.

Desta forma, a Kimberly-Clark possui um processo estruturado e criterioso de validação interna de todas as campanhas, envolvendo diversas áreas, incluindo uma ampla gama de indicadores e pesquisas. As campanhas precisam ter a cara da empresa e isso inclui estar de acordo com preceitos do marketing ético. Em 2015, não ocorreram casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing pela K-C.

DMA Comunicação e Marketing / G4-PR7

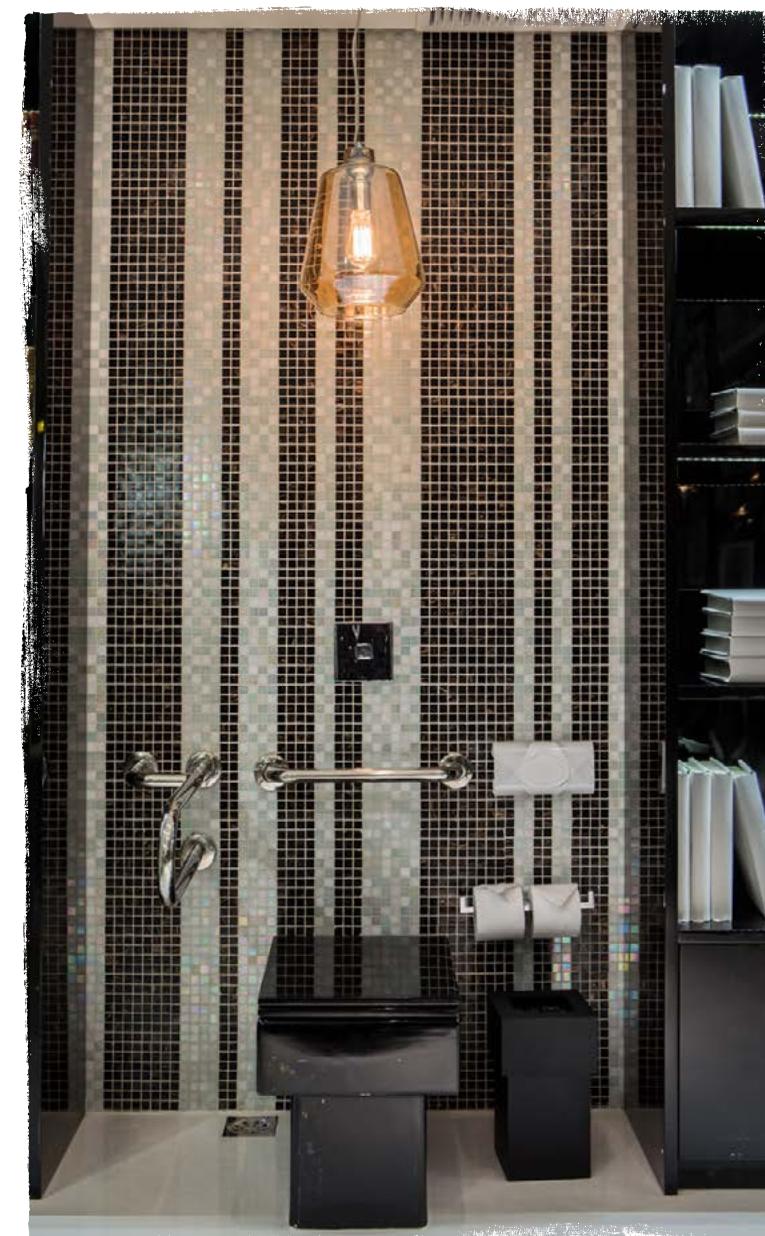
UM MINUTO, ESTOU NO BANHEIRO

De uma marca que já nasceu pioneira, não se pode esperar mais que ousadia. Respondendo a esse desafio, a Neve® (primeiro papel higiênico de folha dupla do mercado) lançou o projeto Banheiros Espetaculares e instalou dois banheiros conceito na rua Oscar Freire, em São Paulo. “Seja na intimidade do banheiro da sua casa ou em um toilette coletivo instalado em uma das ruas mais movimentadas de São Paulo, o que queremos é proporcionar uma experiência única de cuidado, com a oferta de papéis higiênicos e lenços umedecidos de alta qualidade”, contextualiza o gerente de Marketing da Categoria, Henrique Melo.

O projeto teve início em 2013 com o objetivo de reforçar os atributos de um local que permite intimidade, preza pela higiene e o cuidado pessoal. “É natural que o consumidor não se sinta tão à vontade em um banheiro público quanto no cômodo em seu lar. Mas queremos mostrar que é possível criar uma atmosfera positiva proporcionando uma experiência de qualidade no ambiente”, destaca.

Saiba mais sobre a marca no site www.marcaneve.com.br. Para ver mais sobre o projeto

Banheiros Espetaculares, acesse o menu campanhas/banheiros-espetaculares.



Banheiro conceito instalado na rua Oscar Freire, em SP: reforço para atributos da marca como higiene, qualidade e conforto



OI, MURILO!

Que Dia das Mães teve a protagonista da campanha Conhecendo Murilo, em 2015! Deficiente visual, ela pôde tocar seu filho pela primeira vez, em um ultrassom mais que especial. Por meio de uma impressora 3D, o rosto do bebê foi reproduzido, permitindo que a mãe pudesse senti-lo e abraçá-lo, antes mesmo do nascimento. O momento foi retratado no filme da campanha, que foi ao ar em abril de 2015, em homenagem ao Dia das Mães. “A ideia foi apresentar uma nova visão do vínculo materno. Foi emocionante”, relembra a diretora da Categoria de Cuidado com Bebês da K-C Brasil, Priya Patel. Ela reforça que o desejo é que todas as mães vejam a Huggies® como grande parceira no grande desafio que é cuidar de um bebê. “Oferecemos uma espécie de segundo abraço. O primeiro vai ser o abraço protetor da mãe. O segundo, da Huggies®”. O vídeo rendeu à Kimberly-Clark o Leão de Bronze na categoria Creative Data Lion do Cannes Lions 2015, o Festival de Cannes (veja box na página 29).

A Huggies® possui uma linha completa para que o cuidado do bebê seja como a extensão do abraço de uma mãe. O objetivo da marca é proporcionar soluções intuitivas, com produtos feitos com

materiais delicados e suaves, que prezam pelo conforto e proteção. A linha é composta por fraldas, toalhas umedecidas, creme preventivo para assaduras, shampoos, condicionadores, sabonete em barra, sabonete líquido e sabonete hidratante. Saiba mais sobre a marca no site www.huggies.com.br e sobre a campanha no canal da marca Youtube: www.youtube.com/c/huggiesbrasil.



SOMOS TODAS MARIAS

A Intimus®, com uma linha de cuidados femininos composta por absorventes, sabonete líquido e lenços umedecidos, se posiciona como uma marca que “entende as mulheres” e, por isso, prioriza, no desenvolvimento dos produtos, proteção máxima, conforto e tecnologia. Em 2015, inovou ao lançar a campanha Marias – elas não vão com as outras, com a veiculação de curta-metragens nos canais Telecine, tendo como personagens seis mulheres chamadas “Maria”.

Por meio de um nome genuinamente brasileiro, Maria representa todas as diferentes faces da mulher e, como explica a diretora de Cuidados Adultos e Femininos na Kimberly-Clark, Sâmia Chehab, incentiva a liberdade da mulher em fazer suas próprias escolhas e ser ela mesma.

Os temas explorados, segundo ela, impactam positivamente o público da marca, como independência, cumplicidade e amizade. “Por meio desta campanha, nos apropriamos de um dito popular para desenvolver a nossa ideia. Ser MARIA é ser mulher, é ser plural, diversa, individual e complexa. É ser protagonista da sua própria história”, afirma. Para saber mais sobre a marca e sobre a campanha acesse www.intimus.com.br.



Papel Higiênico Neve® e Lenços Umedecidos Neve® Supreme



Intimus® Gel e Intimus® Interno, Protetores Intimus® Days



Huggies®, Pull Ups, Little Swimmers, Lenços Umedecidos Huggies®, Baby Wipes, Linha banho* e pós-banho Huggies®*



Scott® Limpamax, Soctt® Duramax, Guardanapos Scott® e Grand Hotel



Produtos para Incontinência Plenitud®



Lenços de Papael Kleenex®, lenços demaquilantes Kleenex®



Toalhas de mãos, sabonetes**, wipers (panos de limpeza descartáveis), Wipall, Wet Task, dispensers e antissépticos**, entre outros produtos de alta qualidade e tecnologia

MERCADOS ATENDIDOS

MERCADO: B2B

Setores atendidos: Divisão Institucional Kimberly-Clark Professional. Atendimento aos estabelecimentos de prestação de serviços, comércio e indústria em todo o Brasil. Clientes: restaurantes, hospitais, indústrias, empresas, universidades etc.

MERCADO: B2C

Abrangência: atendimento em todo o país

Setores atendidos: Divisão de Consumo. Oferta de produtos de higiene pessoal nas categorias de cuidados infantis, adultos e femininos, além da linha de papéis para fins sanitários (tissues) e cuidados para a casa (households).

Clientes: os produtos da divisão de consumo da K-C são comercializados para as redes de varejo (supermercados e farmácias) e no atacado para redes de distribuidores.

G4-4 / G4-8

*Linha terceirizada: produzida por Razzo, CottonBaby, Provider e Fareva

** Linha terceirizada produzida por: Oleak e Colgate-Palmolive

Eles dão as notas

INFORMAÇÕES DO SAC E CANAIS DE COMUNICAÇÃO DO CONSUMIDOR SÃO FUNDAMENTAIS PARA APRIMORAR OS ÍNDICES DE SATISFAÇÃO

“Trabalhamos para melhorar cada vez mais os índices de satisfação do consumidor. Eles são nosso termômetro”, avalia Ana Vieira, Gerente de SAC/Relacionamento com o Consumidor. A “temperatura” da satisfação do consumidor é medida por meio de alguns instrumentos na K-C, sendo um dos mais importantes a pesquisa realizada ao final de cada ligação do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). E em 2015, essa percepção teve grande peso na avaliação,

quando mais de 32 mil pessoas responderam voluntariamente à pesquisa. Destes, 92% afirmaram que indicariam as marcas da K-C para amigos e familiares (veja tabela).

A Kimberly-Clark ainda reconhece o importante papel de outras esferas de manifestação do consumidor, como o site Reclame Aqui, e acompanha com atenção os índices de satisfação desses canais.

INFORMAR É CUIDAR

Tratar bem o cliente e o consumidor não implica apenas desenvolver produtos voltados às suas necessidades. Significa também dar especial atenção à comunicação com esses públicos, especialmente quando se trata das especificações dos produtos, como componentes, conteúdo, uso seguro e descarte correto, por exemplo. Assim, a Kimberly-Clark cuida para que as informações contidas nos rótulos e embalagens estejam 100% de acordo com as legislações vigentes e, mais do que isso, promovam conscientização ambiental e segurança.

Marcas	Avaliação	Respostas atendidas	Voltaria a fazer negócio	Índice de solução	Nota do consumidor
Neve®	Ótimo	100%	75%	80%	7,00
Intimus®	Bom	100%	72,1%	77,9%	6,71
Huggies®	Ótimo	100%	78,8%	83,4%	7,31
Kimberly-Clark	Bom	100%	71,2%	80,5%	6,83

As outras marcas ainda não possuem um índice de resposta, pois tiveram poucas avaliações por meio do site.

Dos mais de 32 mil participantes da pesquisa de satisfação do SAC, em 2015, 92% afirmaram que indicariam as marcas da K-C para amigos e familiares.

DMA Rotulagem / G4-PR5

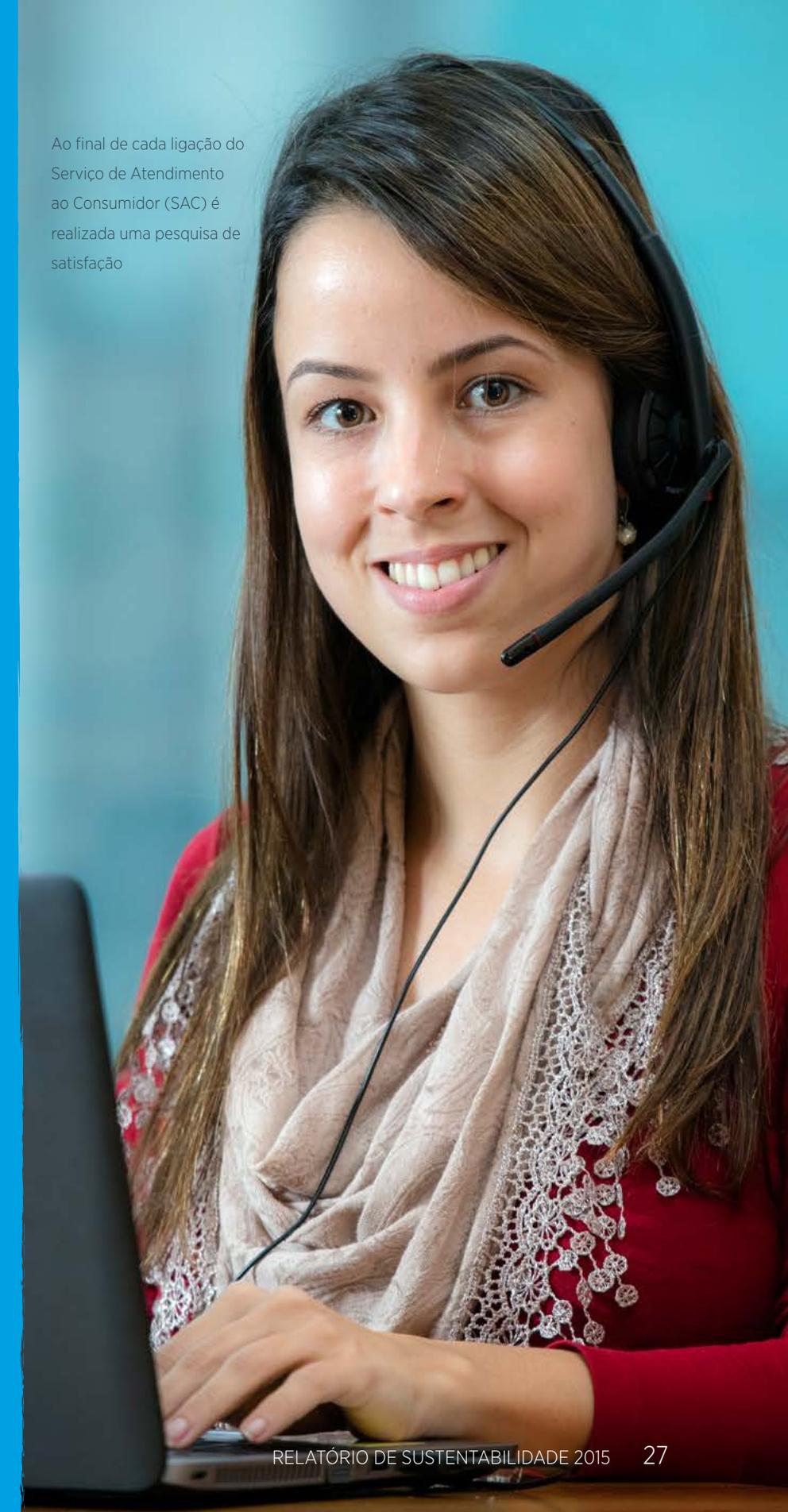
32.418
respondentes

94%
tiveram suas
solicitações
atendidas

92%
indicariam as
marcas K-C
para amigos e
familiares

89%
deram nota
entre 4 e 5
(numa escala
de 0 a 5)

Ao final de cada ligação do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) é realizada uma pesquisa de satisfação



O cliente do cliente

PROPOSTA INTEGRADA DE VALOR: SOLUÇÕES COM FOCO NO MELHOR USO PARA O CLIENTE E PARA OS CONSUMIDORES



Espaços corporativos, como escritórios, ou públicos, como hospitais, clínicas, restaurantes e shoppings também estão no foco de composição da carteira de clientes da Divisão Kimberly-Clark Professional (K-C Professional). É para esses segmentos que as soluções são pensadas no melhor uso para o cliente (pessoa jurídica) e para os usuários dos produtos K-C.

“Não vendemos um ou outro produto específico, mas uma oferta de serviços. Nosso cliente é corporativo, mas temos que pensar no uso dos produtos pelas pessoas. Assim, procuramos entregar soluções que tenham um ciclo responsável, com descartes adequados, que não gerem desperdícios, entre outros fatores importantes para a sustentabilidade. É uma proposta integrada

de valor”, explica o diretor da Kimberly-Clark Professional no Brasil, Juan Lenis.

Nessa linha, a K-CP tem, em seu portfólio, uma linha variada de toalhas de mãos (com dispensers que são recolhidos depois pela empresa), sabonetes, wipers (panos para limpeza descartáveis) e antissépticos, entre outros produtos. E a sustentabilidade, segundo Lenis, é cada vez mais uma exigência dos clientes corporativos. “Vemos que as empresas têm se preocupado cada vez mais com a cadeia, que os produtos venham de fontes responsáveis, que os fornecedores atendam à legislação, só para citar alguns exemplos”, afirma.

Saiba mais em www.kcprofessional.com.br



Da esquerda para direita: **Craig Nowokunski**, VP de Vendas da região LAO, **Joerg Biebnick**, Presidente da região LAO, **Simone Simões**, Gerente de Marca da Categoria Cuidados Infantis, **Sérgio Cruz**, Presidente Kimberly-Clark Brasil, **Tony Palmer**, Presidente Global de Marcas e Inovação, **Priya Patel**, Diretora da Categoria de Cuidados Pessoais Brasil e **Nancy Loewe**, Vice-Presidente & CFO-KCI

O mercado agradece

Além de conquistar a satisfação e a preferência do cliente, todos os esforços empenhados pela companhia vêm sendo reconhecidos pelo mercado ao longo dos anos em diversas premiações. Desde 2008, a K-C está entre as três melhores empresas para trabalhar no Brasil, segundo o Instituto Great Place to Work (GPTW). A partir de 2011 e por cinco anos sucessivos é reconhecida entre as empresas modelos de sustentabilidade pelo Guia Exame. A K-C conquistou, ainda, o certificado de Honra ao Mérito da ONU Mulheres por iniciativas que promovem a equidade de gênero na empresa. Também na ONU, a K-C é signatária do Pacto Global desde 2010.

Em 2015, foi premiada pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) com o Abihpec Beleza

Brasil, prêmio que reconhece as melhores iniciativas no setor. A K-C conquistou o primeiro lugar nas categorias Sustentabilidade, com o Projeto Pegada Hídrica, e Cuidados Infantis, com o lançamento da Huggies® 100 Primeiros Dias.

BRONZE, PRATA E OURO

A proposta da Huggies® de apresentar uma nova visão do vínculo materno com o filme *Conhecendo Murilo*, criado pela agência Moods, rendeu reconhecimento tripla no que é considerado um dos mais importantes festivais de publicidade do mundo, o Cannes Lions, realizado em Cannes, na Riviera Francesa, desde 1953. Foram três “Leões”, em duas categorias: Bronze, na recém-criada categoria Creative Data Lion, que premia campanhas inovadoras no uso da tecnologia, e Prata e Ouro na categoria Health&Wellness, voltada a campanhas sobre os temas de saúde e bem-estar.

RECONHECIMENTO INTERNO

Iniciativas também merecem reconhecimento dentro do próprio grupo Kimberly-Clark. Em 2015, a K-C Brasil ganhou o X-Awards, prêmio destinado à área de Assuntos Legais e Corporativos concedidos pela matriz da companhia às empresas do grupo em todo o mundo. Foram duas categorias premiadas: Voto Popular, com

o Projeto Consultivo, relacionado a consultas jurídicas internas, e Melhor Projeto de Responsabilidade Social, com o Projeto de Neutralização de Pegada Hídrica. Este último projeto também rendeu à K-C Brasil o Crystal Tree Awards, que reconhece as melhores iniciativas de sustentabilidade da K-C no mundo.



Governança para a sustentabilidade

PESSOAS, PLANETA, PRODUTOS, TRANSFORMAÇÃO E CONFORMIDADE SÃO OS PILARES DA VISÃO 2020

A sustentabilidade, para a Kimberly-Clark, é fator decisivo para o negócio e, por isso mesmo, está integrada à estratégia do negócio. “A sustentabilidade conecta-se à estratégia da empresa e aos ciclos de Visão estabelecidos a cada cinco anos”, afirma o gerente de Relações Públicas, Jefferson Correia.

Conforme estabelecido na Visão de Sustentabilidade 2020 – “Ter marcas líderes, socialmente responsáveis, reconhecidas pelos consumidores como as mais sustentáveis no segmento de higiene pessoal” – a companhia aposta em produtos sustentáveis para contribuir para um mundo melhor, no presente e no futuro.

Para isso, a Kimberly-Clark Brasil elegeu cinco temas prioritários como pilares e propósitos da Visão 2020: Pessoas, Planeta, Produtos, Transformação e Conformidade. Cada um deles contempla projetos e iniciativas e metas para alcançar a Visão da empresa.

G4-56

ESTRUTURA

A estrutura de governança da Kimberly-Clark Brasil é composta por uma Diretoria Executiva e um Conselho Diretivo. Em 2015, a Diretoria Executiva da Kimberly-Clark Brasil era composta pelo presidente e 12 diretores, sendo quatro mulheres. O Conselho Diretivo é formado por membros indicados pela empresa, sem a presença de membros independentes. Semanalmente, ele se reúne com a Presidência para a tomada de decisões estratégicas e definição de ações da empresa como um todo.

G4-34

A K-C Brasil conta com um Comitê de Sustentabilidade, responsável por analisar cenários e estabelecer metas para a visão estratégica de sustentabilidade corporativa. Segundo Ornella Guzzo, a Kimberly-Clark Brasil é uma das regionais em que o tema mais avançou nos últimos anos. “Isto se deve em boa parte ao modelo de governança e à instituição desse Comitê”, justifica. O Comitê de Sustentabilidade é composto por 20 executivos de diversas áreas e níveis hierárquicos e se reúne a cada dois meses para analisar cenários, estabelecer e acompanhar as metas da visão estratégica.

Modelo de governança faz da K-C Brasil uma das regionais em que o tema da sustentabilidade mais avançou na companhia



Pilares da Visão 2020

PESSOAS Melhorar as condições sanitárias e de desenvolvimento infantil para cerca de 2,5 milhões de pessoas carentes até 2020, por meio da oferta de acesso a melhores condições sanitárias, cuidados com a saúde e educação por meio de nossas marcas.

PLANETA Manter 100% de certificação FSC® (Forest Stewardship Council®) em fibras

curtas e buscar 50% desta certificação para fluff (fibra longa).

PRODUTOS Manter 10% dos resíduos pós-consumo fora de aterros até 2020, tendo como base a produção de 2013. Criar produtos centrados no consumidor e soluções de design para o descarte de embalagens.

TRANSFORMAÇÃO Economizar R\$ 12 milhões em energia por ano por meio de mudanças de custo, reduzindo os Gases de Efeito Estufa (GEE) em 25%, com base no ano de 2005.

CONFORMIDADE Focar nos riscos de fornecimento de produtos-chave, melhorando a eficiência e oferta de programas de conformidade ambiental e social.

DMA de Comunidades Locais / DMA de Materiais / DMA de Efluentes e Resíduos / DMA de Conformidade

METAS 2020

PESSOAS

- Questões Sanitárias: realizar parcerias com organizações públicas e/ou privadas para oferecer melhores condições sanitárias à população.
- Melhorar o desenvolvimento infantil: apoiar programas de saúde para bebês e crianças, com foco na redução da mortalidade infantil e no desenvolvimento saudável da criança.
- Liderança, Desenvolvimento e conscientização para a sustentabilidade aplicada aos negócios da K-C.
- Fortalecer os programas sociais em andamento nas comunidades, alinhados com as políticas públicas dos municípios.



TRANSFORMAÇÃO

- Utilizar a metodologia lean nos projetos de eficiência energética, gerenciamento dos sistemas e na mudança de comportamento dos colaboradores.
- Investir em alternativas: adotar energias alternativas onde houver oportunidades atrativas para os negócios.
- Otimizar nossos suprimentos: garantir o fornecimento de energia confiável, segura e dentro do previsto para gerenciar a volatilidade do mercado.



CONFORMIDADE

- Assegurar o compliance: fortalecer e executar programas robustos de compliance regulatório, ambiental e social.
- Mitigar o risco de água: avaliar e endereçar o potencial de desabastecimento nas fábricas onde houver riscos de estresse hídrico.
- Assegurar flexibilidade de abastecimento: identificar oportunidades para melhorar a performance de sustentabilidade e geração de valor na cadeia de suprimento.
- Assegurar o cumprimento dos Valores, Código de Conduta e Políticas Corporativas de compliance: identificar oportunidades para melhorar a performance dos treinamentos e disseminação, entre os nossos colaboradores e stakeholders, de nossos princípios.



PLANETA

- Manter 100% de certificação FSC® em fibras curtas e buscar 50% desta certificação para fluff (fibra longa).
- Fortalecer nossas mensagens-chaves através de ações de ativação nos pontos de venda e outros programas comerciais (on-packs etc).



PRODUTOS

- Gerar valor para os consumidores: utilizar materiais mais eficientes e inteligentes e com design pensando no descarte.
- Manter nossos produtos fora dos aterros: realizar parcerias para dar novos usos às embalagens pós-consumo.



DMA de Materiais / DMA de Água / DMA de Efluentes e Resíduos / DMA de Conformidade / DMA de Avaliação de Fornecedores / DMA de Comunidades Locais / DMA de Combate a Corrupção



Sem espaço para a corrupção

CÓDIGO DE CONDUTA

Para apoiar o cumprimento de sua Missão, Visão e Valores, a Kimberly-Clark possui um Código de Conduta, que permeia todas as suas ações e é amplamente divulgado para colaboradores e fornecedores. O documento é um guia valioso sobre questões éticas ligadas ao negócio, abrangendo relacionamento entre colaboradores, clientes, fornecedores, concorrentes e público em geral. Aborda os riscos de violações de conduta e como reportá-las. Além de receber o Código de Conduta, os colaboradores participam de treinamentos presenciais e on-line, reforçados periodicamente.

O combate à corrupção sempre foi foco da Kimberly-Clark e ganha ainda mais relevância tendo em vista os escândalos envolvendo governos, empresas, instituições e pessoas físicas que têm colocado o Brasil permanentemente em pauta na mídia e em diversos fóruns de discussão. “Esse é um tema que impacta diretamente a sustentabilidade do negócio e a imagem da empresa”, afirma a gerente de Assuntos Legais e Corporativos, Rebeca Gimenez.

A Kimberly-Clark possui uma Política Anticorrupção e um Código de Conduta

que proíbem expressamente qualquer tipo de ação ou comportamento de seus colaboradores e prestadores de serviço voltado a essa prática. A Política é um documento sob responsabilidade do setor de Compliance Global e Regional que, no Brasil, conta com suporte do Jurídico e da área de Recursos Humanos, além do apoio de toda a liderança, para seu cumprimento.

Embora não haja metas específicas de Compliance na K-C, todas as decisões de negócio têm como premissa o atendimento a essas políticas. Vários processos envolvendo os públicos da empresa

asseguram seu cumprimento, como a avaliação e a validação de fornecedores e clientes em questões relacionadas à corrupção e treinamentos internos.

Todos os colaboradores da K-C recebem treinamento sobre a

Política Anticorrupção e o Código de Conduta ao ingressarem na companhia, além de serem submetidos a testes sobre o tema em uma plataforma on-line. Constantemente são realizadas atualizações dos treinamentos (presenciais e on-line). Quando

é identificada a necessidade específica e imediata em alguma área, região ou operação, a empresa realiza eventos específicos e focados.

DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

Para garantir que as doações e patrocínios não sejam usados como uma forma disfarçada de suborno, a empresa adota alguns critérios. Entre eles, busca contemplar instituições e Organizações Não Governamentais (ONGs) que não tenham ligação com

órgãos públicos ou qualquer entidade de relacionamento político e realiza aportes por meio de leis de incentivo, como a Lei Rouanet, e o Programa de Ação Cultural (ProAc), seguindo critérios sociais e de negócio, com a estrita observância às questões de *compliance*.

Por ser subsidiária de empresa internacional com atuação em mais de 140 países, a K-C Brasil tem como deliberação não financiar campanhas ou partidos políticos ou prestar auxílio a entidades relacionadas ao serviço público.

CORRUPÇÃO E CONFLITO DE INTERESSES

O monitoramento do tema da corrupção é feito por meio de auditorias realizadas em empresas prestadoras de serviços, auditorias internas e também a partir de denúncias recebidas. Esses processos envolvem todas as operações da Kimberly-Clark. Quando são encontrados desvios, a empresa pode optar pela renovação completa da área.

Para a identificação e gerenciamento de possíveis

conflitos de interesse com fornecedores e distribuidores, a K-C aplica um processo de avaliação denominado Due Dilligence, que abrange a auditoria de documentos apresentados pelo fornecedor ou cliente. “Como resultado da aplicação dessas medidas, não houve na empresa qualquer processo judicial e nenhum caso confirmado de corrupção em 2015”, reforça gerente de Assuntos Legais e Corporativos, Rebeca Gimenez.

FAZENDO A COISA CERTA

Os temas relacionados a *Compliance* foram amplamente discutidos em 2015 na Kimberly-Clark, em diversas oportunidades de comunicação face a face. A liderança da companhia foi especialmente capacitada para estes momentos de conversa, em uma parceria com a área de Recursos Humanos que pode ser considerada bem-sucedida.

Rigor e disciplina levam a bons resultados

Ano difícil para o ambiente de negócios brasileiro, 2015 apresentou desafios ao setor industrial. Entre outros fatores, variações cambiais, redução do consumo e aumento da inflação levaram algumas empresas a experimentarem redução nos volumes de vendas, de margens ou de resultados. Graças a um grande trabalho de controle de custos e de aumento de produtividade, a Kimberly-Clark conseguiu se sobressair nesse contexto e manter seus índices positivos. A empresa apresentou um crescimento de vendas de 14%. "Credito

esse resultado a nosso rigor e disciplina no estabelecimento e monitoramento de objetivos. Seguimos o planejamento estratégico e as revisões trimestrais de objetivos financeiros em fóruns regionais e globais para manter o foco no que é mais importante para o negócio", reconhece o presidente da K-C Brasil, Sérgio Cruz.

Localmente, existem fóruns mensais de acompanhamento de resultados e um processo de S&OP (Sales & Operational Planning), também mensal. Nestes fóruns

são avaliadas a performance das marcas individualmente. "É a hora de fazer planos para aceleração de crescimento ou reversão de maus resultados", completa.

Para 2016, a K-C projeta um crescimento de vendas mais tímido, crescimento na ordem de um dígito, e uma queda de lucro de aproximadamente 15%, impactado por aumento de custos e um ganho não recorrente do aumento do lucro de 2015.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO EM 2015 (MILHARES DE R\$)

Valor econômico direto gerado: faturamento ou receita brutos	3.072.683
Valor econômico distribuído	2.848.691
Custos operacionais	2.200.281
Salários e benefícios de colaboradores	481.965
Pagamentos a provedores de capital	9.227
Pagamentos ao governo (por país)	156.834
Investimentos comunitários	384
Valor econômico retido (valor econômico direto gerado - valor econômico distribuído)	223.992

DMA de Desempenho Econômico / G4-EC1



Dez anos de atividades voltadas à destinação adequada de embalagens pós-consumo

Ao longo de sua trajetória a ABIHPEC levantou bandeiras importantes com o objetivo de inserir o setor de **Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos** na temática ambiental, se antecipando à Política Nacional de Resíduos Sólidos, ao atender a questão do pós-consumo de embalagens e proporcionando geração de renda e inclusão social, por meio do **Dê a Mão para o Futuro - Reciclagem, Trabalho e Renda**, criado em 2006 e que hoje se tornou um programa de referência em logística reversa.

Parceiros



Realização



Só vale se agregar valor

Em uma visita à sede da Kimberly-Clark Brasil em São Paulo, o CEO mundial da companhia, Thomas J. Falk, foi questionado sobre o que seria inovação para ele. A resposta foi simples: “Fresh things that adds value” (coisas novas que agregam valor). O diretor de Pesquisa e Desenvolvimento da Kimberly-Clark Brasil, Cláudio Buiatti, logo anotou a frase e não hesitou em utilizá-la como resposta ao mesmo questionamento feito pela redação da Revista Essencial. “Encontrar soluções que sejam relevantes para o consumidor e

que agreguem valor à medida que o ajudam ao atender às suas necessidades. Isso é o que direciona a inovação na Kimberly-Clark”, complementa Cláudio.

Este posicionamento ajuda a entender a abrangência do conceito de inovação, que, como lembra o diretor, já não está mais associado apenas à invenção ou tecnologia. Mas não há como negar que o DNA da inovação que acompanha a Kimberly-Clark desde o início de sua história esteja relacionado ao pioneirismo nas invenções que vêm influenciando fortemente o

segmento de produtos para higiene pessoal ao longo dos anos. “A Kimberly-Clark criou cinco das oito principais categorias de produtos de consumo nas quais atua: lenço facial, toalhas de papel, papel higiênico em rolo, absorventes femininos e roupa íntima descartável”, observa Cláudio.

Ainda em 1914, a Kimberly-Clark inaugurava seu departamento de Pesquisa e Desenvolvimento. Com a evolução da empresa e do próprio conceito da área, este departamento é chamado agora de R&E (sigla em inglês para Pesquisa e Engenharia).

CENTROS DE INOVAÇÃO

A estrutura dedicada à inovação, na K-C, é distribuída em três centros de inovação: o primeiro nos Estados Unidos, o segundo na Coreia do Sul e o terceiro no prédio da sede da K-C Brasil, em São Paulo. O ano de 2015 foi voltado à estruturação deste último, inaugurado em abril de 2016. A escolha do Brasil para receber o novo centro foi estratégica e reforça a relevância do país para os negócios da K-C. “Nosso país reúne o maior potencial de talentos da América. Além disso, concentra um mercado muito expressivo para a empresa, tanto em clientes quanto em fornecedores, e ocupa o terceiro lugar em termos de faturamento. Motivos de sobra, só para citar alguns, para ter um centro de inovação no Brasil”, acredita Cláudio Buiatti.

Para ele, a estrutura instalada no país também potencializa o trabalho da equipe de Pesquisa & Engenharia com a integração de profissionais da K-C Global, da América Latina e do Brasil. E estes profissionais, como explica o diretor, estão espalhados pelos centros de inovação e nas fábricas. No Brasil, por exemplo, há 20 colaboradores dedicados à pesquisa e desenvolvimento na fábrica de Suzano (SP). “A proximidade não apenas com o processo de fabricação, mas com o próprio consumidor, faz toda a diferença”, reforça.



“A INOVAÇÃO PRECISA AGREGAR VALOR OU ESTARÁ FADADA AO FRACASSO”

Cláudio Buiatti, diretor de Pesquisa e Desenvolvimento da K-C Brasil



Lançamento do Kleenex® lenço removedor de maquiagem descartável

1921

Primeira campanha publicitária (lançamento do Kotex)

1924

Início da produção de papel jornal

1882



1900

Criação do papel higiênico em rolo

Invenção do papel toalha descartável

1904



Criação da área de P&D

1914



O CONSUMIDOR DITA AS REGRAS

A concepção de qualquer projeto da área, como explica Buiatti, leva em consideração a relevância para o consumidor. “A obsessão que temos pelo consumidor é a raiz de tudo”, confessa. Entender este usuário, portanto, é fator-chave. Por isso, a equipe de R&E tem grande interação com o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). E isso já começa antes mesmo do lançamento ou renovação de um produto, quando a equipe do SAC recebe todas as informações (um script) para poder dar respostas rápidas e satisfatórias ao consumidor.

As manifestações recebidas pelo SAC, insumos fundamentais para o processo de inovação, são cuidadosamente analisadas com foco na resolução dos problemas. Em algumas ocasiões, profissionais da K-C vão até a casa do consumidor para ter um diagnóstico mais preciso e o feedback diretamente do usuário do produto. “Se nossa missão é liderar o mundo no que é essencial para uma vida melhor, não poderia ser diferente. Temos que estar próximos do consumidor”, diz Buiatti.

INOVAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

Ser relevante para o consumidor, trazer rentabilidade para o negócio, não causar impacto social ou ambiental são alguns dos fatores levados em consideração no processo de inovação da K-C.

“

“A INOVAÇÃO É UMA MARCA DA NOSSA EMPRESA. ENCARAMOS DIARIAMENTE NOSSOS PRODUTOS COM A CERTEZA DE QUE EXISTEM POSSIBILIDADES DE TORNÁ-LOS CADA VEZ MAIS ADERENTES ÀS NECESSIDADES DOS NOSSOS CONSUMIDORES”.

Fernanda Hermann, diretora da categoria de Cuidados com a Família.

“Nosso desafio é desenvolver soluções que atendam às necessidades do consumidor e considere a sustentabilidade em todos os seus aspectos. A inovação precisa agregar valor ou estará fadada ao fracasso”, resume Buiatti.

A análise do ciclo de vida dos produtos, como explica o diretor da área, é fundamental nesse contexto. “É o momento em que pensamos nos impactos em toda a cadeia para poder entregar o máximo de performance em um produto com nenhum ou pelo menos com o mínimo de impacto possível”, pontua. Nesse sentido, há projetos para redução do consumo de água, uso de fontes alternativas de energia, utilização de materiais sustentáveis em embalagens, redução de emissões atmosféricas, entre outros.

DMA de Produtos e Serviços / G4-14

Manifestações recebidas pelo SAC são insumos fundamentais para o processo de inovação na Kimberly-Clark



Lançamento do pacote de lenços Kleenex®

1935

40 Essencial

1960

Criação do tecido Kaycel para roupa cirúrgica



1980



Lançamento do Depend Plenitud®. Veiculação do 1º anúncio de TV.

1990



Lançamento dos Baby Wipes®

2011

Lançamento do Neve® Compacto - menos produtos para fabricação e eficiência no transporte



2015

Lançamento da roupa íntima Plenitude Active Plus®

Time K-C

Somando todas as unidades no Brasil, a Kimberly-Clark terminou o ano de 2015 com uma força de trabalho de 6.289 pessoas. São 4.090 colaboradores próprios (sendo 89 com contrato de trabalho temporário com jornada de meio período – *seriam os estagiários?*) e 2.199 terceiros, todos com contrato de tempo integral.

COLABORADORES PRÓPRIOS

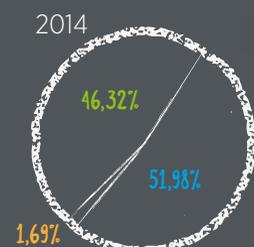
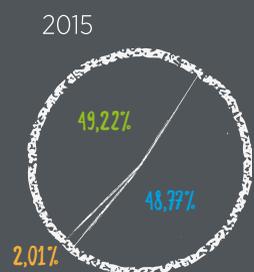


REGIÃO



	2014	2015
Sudeste	2.752	2.715
Sul	582	754
Norte	62	61
Nordeste	549	549
Centro-Oeste	10	11

FAIXA ETÁRIA



DE 14 A 32 ANOS
DE 33 A 53 ANOS
DE 54 A 71 ANOS

Engajamento: palavra que vale ouro

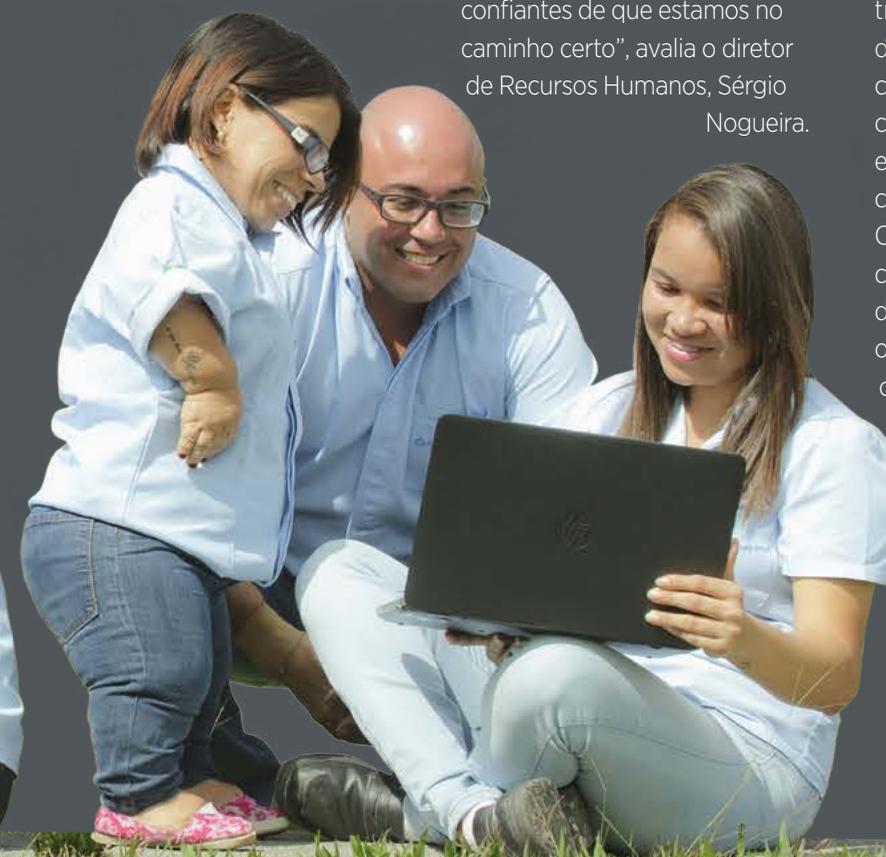
Vinícius Felipe de Oliveira Malaquias, técnico mecânico. Dejalmir Lopes Pinto, analista de Produção. Jéssica Junges Teixeira Andrade, analista de Recursos Humanos. Márcia Rodrigues Pires, assistente administrativo. Valter de Assis Araújo Júnior, assistente de Materiais. Lídia Maria Pereira, assistente administrativo.

Mais do que colegas, esses profissionais – ao lado de tantos outros – desfrutaram de um privilégio perseguido pela maioria das pessoas: trabalham em uma empresa que admiram. Para a Kimberly-Clark, esse é um motivo de grande orgulho. “Nossa prioridade é manter o alto nível de engajamento da nossa equipe. Os relatos dos colegas nos deixam confiantes de que estamos no caminho certo”, avalia o diretor de Recursos Humanos, Sérgio Nogueira.

O ano de 2015 foi fundamental no processo de consolidação do compromisso com o colaborador. Como resultado, a Kimberly-Clark se manteve entre as três melhores empresas para trabalhar no Brasil, segundo o Instituto Great Place to Work (GPTW). “Temos um processo maduro de gestão do clima, sempre com vistas a melhorar nosso ambiente de trabalho e, principalmente, o nível de engajamento da nossa equipe com a empresa. Procuramos conhecer o perfil, as necessidades e os anseios das pessoas que compõem a nossa equipe. Oferecemos oportunidades de crescimento, valorizamos o bom desempenho, compartilhamos os desafios com os profissionais, contamos com a expertise e a dedicação de cada um para continuarmos ocupando posição de destaque no mercado. E fazemos isso com convicção, afinal, o maior ativo de uma empresa são as pessoas que fazem parte dela”, acredita Nogueira.



G4-10, G4-EC8



G4-10, G4-EC8

Nessa direção, oferecer oportunidades de crescimento interno é uma das frentes estratégicas da gestão de pessoas da K-C. Antes do fechamento desta edição, por exemplo, a equipe de Recursos Humanos se viu diante de um desafio: contratar um profissional qualificado para uma vaga de gerente na Kimberly-Clark. Na teoria, um movimento certo seria mais que suficiente. Mas na K-C a equação foi complexa e extremamente gratificante. “Fizemos seis movimentações internas, entre transferências e promoções, para recompor o quadro. Isso evidencia o nosso compromisso com a gestão e a valorização dos talentos internos. Também mostra que a equipe está preparada (e qualificada) para assumir novos

desafios”, reconhece Sérgio Nogueira.

Situações como essa são frequentes na Kimberly. Em 2015, foram feitas mais de 300 movimentações internas, dentro do Programa de Oportunidades Internas (POI), mantido desde 2008, com regras bem claras sobre quem é elegível aos cargos, como funciona a candidatura e quais são as etapas do processo seletivo interno para vagas na K-C Brasil. Segundo Nogueira, ainda existem as possibilidades de transferências internacionais, sempre considerando se o colaborador tem interesse e disponibilidade para mudanças. “Essa é uma das vantagens de fazer parte de uma empresa com atuação em vários países. Esse tipo de transferência, no entanto, considera o perfil do

Em 2015, foram feitas mais de 300 movimentações internas, dentro do Programa de Oportunidades Internas (POI)

colaborador e se o mesmo tem interesse e disponibilidade para mudanças”, esclarece.

Em processos seletivos externos, a Kimberly-Clark procura sempre incentivar a contratação de profissionais que residem próximos às suas unidades e acredita que essa prática é uma forma de contribuir com o desenvolvimento da comunidade local.



NO CAMINHO CERTO

Pesquisas apontam que a prioridade dada a uma eficiente gestão de pessoas é determinante para a reputação e o sucesso das empresas. Capacidade para atrair e reter talentos, por exemplo, é um dos atributos que diferencia as “20 Empresas mais Admiradas do Mundo”, ranking publicado anualmente pela revista Fortune, com a colaboração da Hay Group na condução do questionário que identifica as boas práticas das organizações.

Da mesma forma, práticas bem-sucedidas de gestão de pessoas, gestão do desempenho, comunicação e foco em pessoas estão entre os fatores que geram engajamento, segundo o Índice de Engajamento Global de Funcionários, estudo elaborado anualmente pela consultoria de Recursos Humanos Aon junto a mais de mil organizações em todo o mundo.

Fontes: www.haygroup.com e www.aon.com/brasil



Jogos eletrônicos dentro da empresa? Sim. Os games, que fazem parte do dia a dia de tantos jovens, foram uma das ferramentas escolhidas pela Kimberly-Clark para a capacitação de jovens talentos dentro do Programa de Jovens Profissionais que a empresa lançou em 2015. O programa identifica e forma jovens para exercer cargos de liderança no futuro, com conteúdo dinâmico e dentro de um ambiente interativo. Participaram do programa 17 profissionais de diferentes áreas da empresa.

A formação e o desenvolvimento de líderes, na K-C, recebem atenção especial. A companhia mantém o Programa de Desenvolvimento de Liderança (PDL), que tem como objetivos desenvolver e alinhar os líderes em relação à cultura organizacional, valores, estilo e práticas de gestão e aos negócios da K-C Brasil.

Além do Programa de Jovens Profissionais e do Programa de Desenvolvimento de Liderança, a K-C Brasil mantém outras iniciativas voltadas a seus profissionais.

O Programa de Desenvolvimento Acelerado (PDA) é um deles, e é estruturado para atender às necessidades da companhia em acelerar o desenvolvimento dos talentos a fim de prepará-los para as oportunidades que surgem a partir do crescimento dos negócios.

O Programa de Desenvolvimento Individual (PDI) é aplicado a todos os colaboradores e é estruturado a partir do autoconhecimento e o autodesenvolvimento profissional, com base nos comportamentos One K-C.

Os jovens talentos da K-C Brasil também têm oportunidade de vivenciar uma experiência internacional por meio de intercâmbios como o **Cross Boarder**, o **SWAPS** e o **Projectos Especiales**. E se não for para vivenciar uma experiência internacional, há oportunidades de passar um tempo específico em outra área para aquisição de novos conhecimentos, com o **Cross Function**, que a Kimberly-Clark mantém desde 2013.

Para fomentar a comunicação face a face entre os líderes e suas equipes, o **Falando de Negócios** é uma boa oportunidade, já que cria momentos para que os colaboradores entendam mais sobre temas de negócios, num espaço aberto ao diálogo. A Kimberly-Clark também fornece subsídio de 40%

a 80% para cursos de graduação a colaboradores contemplados no programa **Incentivo à Graduação**. Os critérios de elegibilidade levam em conta a meritocracia e a definição do percentual de subsídio é feita de acordo com a avaliação de desempenho do colaborador.

E DEPOIS?

Para garantir uma renda complementar à previdência social, os profissionais da K-C que se aposentam podem contar com o plano de aposentadoria K-C Prev. Dependendo do salário do colaborador, a contrapartida da empresa pode chegar a 100% da contribuição, limitado a 6% do salário de participação.



“APRENDI A TROCAR FRALDAS ANTES
MESMO DE TER MINHA PRÓPRIA FILHA”

Carolina Gormezano, gerente de Marketing

A vez delas

“Somos uma empresa essencialmente para consumidoras. A mulher é responsável por 85% das decisões de compra dos nossos produtos. Nada mais justo que a equipe represente isso”. O comentário do diretor de Recursos Humanos Sérgio Nogueira traduz a prática da Kimberly-Clark de buscar o equilíbrio entre gêneros, especialmente em cargos de liderança. Na K-C Brasil, a representatividade das mulheres no quadro funcional aumentou de 28% para 30% em 2015. São mais de 100 novas colaboradoras em comparação com o ano anterior.

Para a gerente de Marketing Carolina Gormezano, algumas características inerentes à personalidade feminina fazem a diferença, especialmente quando o cliente é essencialmente uma consumidora. “A mulher tem uma sensibilidade muito peculiar para falar com os consumidores. Na Kimberly, vendemos cuidado. E para falar com uma mãe ou uma esposa sobre o bem-estar de sua família e de seus entes queridos, um tom mais emocional é sempre bem-vindo”, observa.

Esse diálogo com as consumidoras foi fundamental para um momento especial de sua vida, quando saiu de licença-

maternidade como gerente da área de Fraldas na época para dar à luz a sua primeira filha, há quase quatro anos. “Falei com muitas mães, fui me familiarizando com as emoções da maternidade. E tive uma aula: aprendi a trocar fraldas antes mesmo de ter minha própria filha”, brinca.

Na K-C Brasil há sete anos, Carolina já liderou equipes com homens e mulheres e garante que a liderança feminina é muito bem aceita pelos homens. Mais ainda, acredita que o equilíbrio é fundamental no time. “São perfis complementares, que agregam à equipe”.

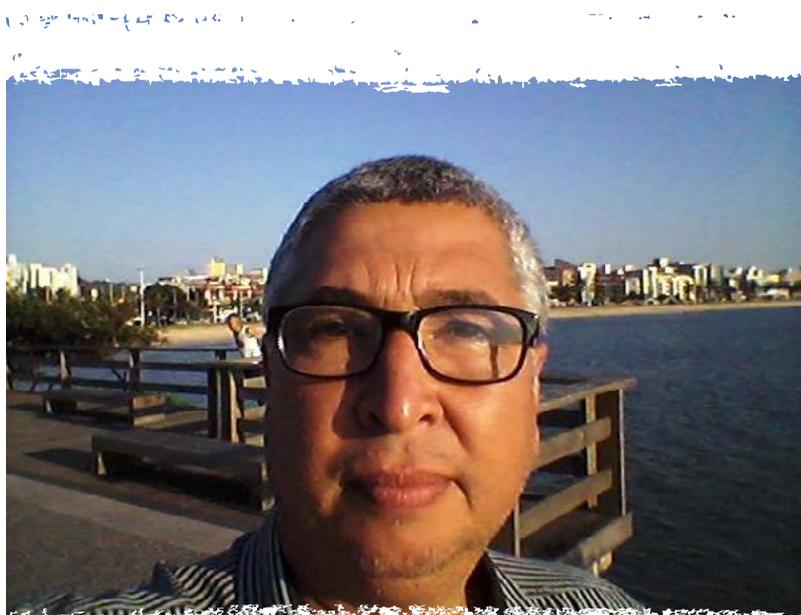
Família K-C cresce

“Depois de 14 anos trabalhando para a Kimberly-Clark como terceiro, em 2015 passei a fazer parte da equipe própria da empresa. Sempre procurei ser um parceiro de trabalho exemplar e tive bons resultados ao longo desses anos. Vejo essa contratação como um reconhecimento à minha dedicação. Era um sonho, ganhei uma nova família”, conta Marcos Braga da Mota, hoje promotor júnior da área de Merchandising na região de Campos dos Goytacases (RJ).

Marcos é um dos 21 colaboradores (antes terceiros) que passaram a integrar a equipe K-C em 2015, mostrando em seu relato o quão assertiva foi a decisão tomada há um ano e meio de internalizar profissionais das áreas de merchandising e

suprimentos. “Hoje trabalhamos com equipes que dão o melhor de si, buscam autodesenvolvimento e procuram a liderança para feedbacks pontuais. Temos tido ganhos inegáveis em produtividade e no nível de satisfação das pessoas, que é o que almejamos”, reconhece Sergio Nogueira, diretor de Recursos Humanos.

“Me sinto mais seguro, mais confiante. Tenho acesso mais fácil e direto aos gestores, o que torna meu trabalho muito mais ágil e efetivo. Tenho uma ótima relação com meus colegas; a distância não afeta em nada nossa integração. É como se antes eu fosse uma visita frequente. Agora sou de dentro de casa”, diz Marcos.



Marcos Braga da Mota é um dos 21 colaboradores que passaram a integrar a equipe própria da K-C em 2015



Plenitud

ACTIVE

“Comecei a usar Plenitud e descobri como é bom voltar a brincar com minha filha.”

LORENA, 55, DESIGNER, E SUA FILHA, JUJU



Toda proteção e discrição que você precisa no seu dia a dia.



(1) Active vs. Intimus Gel Tripla Proteção.

Plenitud Active é uma roupa íntima descartável para incontinência urinária.

EXPERIMENTE E COMPROVE. PEÇA SUA AMOSTRA GRÁTIS: www.vivaplenitud.com.br | 0800-709-5599

REDUZIR O USO DE RECURSOS NATURAIS NO PROCESSO INDUSTRIAL E PROMOVER A MELHORIA NA GESTÃO DESTES RECURSOS ESTÃO ENTRE AS METAS DA KIMBERLY

DMAs Água, Biodiversidade, Efluentes e resíduos, Emissões, Conformidade, G4-14



Com a mão na consciência

Buscar a melhoria da qualidade de vida das pessoas sem comprometer a disponibilidade de recursos para as gerações futuras é o grande desafio assumido pela Kimberly-Clark no que diz respeito à questão ambiental. “Esse compromisso é reforçado diariamente por toda a nossa equipe, que atua de forma ética e em acordo com as devidas legislações, condição primária para nossa operação”,

revela o Gerente Corporativo de Meio Ambiente, Jorge Colla

Adicionalmente, tem em suas metas a redução de utilização dos recursos naturais no processo industrial, além de iniciativas para promover melhorias na gestão desses recursos ao longo da cadeia. Assim, aspectos como consumo de água, energia, geração e descarte de resíduos são considerados críticos e estão na pauta da gestão

ambiental da empresa. “Dentro da operação, somos envolvidos em todos os pilares de sustentabilidade e cuidamos do meio ambiente. Nossa celulose é 100% certificada, temos logística reversa, projetos de redução de consumo de energia e de água, e quando falamos de *compliance*, é a forma como reduzimos nossos resíduos”, observa o diretor de Operações Brasil, Sérgio Montanha.

DMAs Água, Biodiversidade, Emissões, Efluentes e Resíduos, Produtos e Serviços e Conformidade



PREVENÇÃO E CONSERVAÇÃO

As estratégias adotadas para mitigação dos impactos e conservação ambiental são variadas. No que se refere ao consumo de água, por exemplo, destacam-se a redução da dependência das fontes que servem à população e a compensação da pegada hídrica (leia na pág. 56).

Já a gestão de resíduos adota metodologias como 3 R (reduzir, reutilizar, reciclar) e o princípio da hierarquia dos resíduos sólidos, que propõe a não geração, a redução, o reuso, a reciclagem e a recuperação energética, nesta ordem, como modelo para uma gestão de resíduos eficiente.

Mudanças climáticas, que podem impactar toda a cadeia de negócio, desde a disponibilidade de

matéria-prima até o bem-estar dos consumidores, também são foco de preocupação e levam a K-C a buscar continuamente a redução de emissões, independentemente do crescimento em produção e vendas.

Em relação à biodiversidade, por entender que ecossistemas saudáveis reduzem os riscos ambientais, como secas e disponibilidade de recursos naturais, e com algumas de suas unidades situadas perto de rios e florestas, a empresa atua de maneira preventiva. Entre as iniciativas estão a proteção das margens de rios, o plantio de árvores, projetos de educação e conscientização ambiental junto a comunidades.

PESO TOTAL DE RESÍDUOS, DISCRIMINADO POR TIPO E MÉTODO DE DISPOSIÇÃO

	Reciclagem (t)	Compostagem (t)	Coprocessamento (t)
Unidade de Mogi das Cruzes (SP)	5192,86	1812,48	0
Unidade de Correia Pinto (SC)	667,39	0	1302,46
Unidade de Camaçari (BA)	1785,93	0	1140,24
Unidade Suzano (SP)	11130,39	0	1161,57
Unidade Eldorado do Sul (RS)	1218,97	22,40	351,48
Total	19995,53	1834,88	3955,75

DMAs Água, Biodiversidade, Emissões, Efluentes e Resíduos, Produtos e Serviços

Legislação é coisa séria

A atuação da Kimberly-Clark segue padrões corporativos, criados com base em convenções internacionais. Além de comitês de meio ambiente instalados nas fábricas e nos centros de distribuição, a gestão da área tem apoio de consultoria externa na identificação de leis e documentações aplicáveis ao negócio. Qualquer mudança na legislação para a qual sejam necessárias adequações – seja

em processos ou em produtos – passa por uma avaliação da área ambiental com foco na prevenção de possíveis impactos ambientais.

Desvios detectados levam a uma investigação com base na metodologia Lean Manufacturing e outras ferramentas da qualidade, como Seis Sigma e Kaizen, gerando planos de ação. A K-C age preventivamente para evitar

que suas atividades impactem negativamente a comunidade.

“Resultado da gestão ambiental focada na prevenção é que, em 2015, não houve na Kimberly-Clark Brasil casos envolvendo arbitragem ou qualquer multa significativa relacionada a não conformidade com leis e regulamentos na esfera ambiental”, ressalta o gerente Jorge Colla.

DMA Conformidade e G4-EN29

Quando menos é mais

Como empresa do segmento de higiene, a Kimberly-Clark se preocupa com o uso responsável da água e seu impacto na sociedade. A unidade de negócios do Brasil segue a política corporativa global, que estabelece um volume máximo de água a ser empregado na produção de papéis, que é de 25 m³ de água por tonelada de papel produzido.

A K-C Brasil é referência para a K-C Global nesse item, já tendo batido recordes de eficiência no consumo, chegando a apenas 7m³/tonelada em novembro de 2015, com média anual de 8,6 m³/toneladas no ano.

Em 2015, as fábricas do Brasil foram 24% mais eficientes nesse quesito, podendo ser comparadas

às unidades da empresa localizadas em regiões de alto estresse hídrico, como o Oriente Médio.

Indicadores positivos relacionados à água vêm sendo uma constante na K-C Brasil. Entre 2010 e 2015, as unidades de fabricação de papel – responsáveis por mais de 85% da água utilizada na empresa – reduziram o consumo em 47%, superando a meta de redução de 25% da Visão 2015. Só entre 2014 e 2015, foram 26% de redução.

Entre as iniciativas fundamentais para esse resultado estão os projetos de Pegada Hídrica da unidade de Mogi das Cruzes e os projetos Seis Sigma na Unidade de Mogi das Cruzes e Correia Pinto, que buscaram oportunidades de economia direta ou reuso.

PROJETOS DE REUSO

Projetos com foco no reuso de água também contribuem para redução do consumo, como no Centro de Distribuição Mata Atlântica (CDMA), em Mogi das Cruzes, onde a água é reutilizada em sanitários e jardinagem. Outros projetos, como captação de água de chuva nas Unidades de Correia Pinto, Camaçari e Suzano, já estão em desenvolvimento.

Adicionalmente, a K-C usa um sistema de autoavaliações internas e auditorias externas. A partir dos resultados gerais dessas auditorias, cada unidade recebe pontuação e pode identificar oportunidades de melhoria a partir de um padrão estabelecido. Entre o começo e o final de 2015, as unidades do Brasil elevaram a sua pontuação em 20% em relação ao padrão.

A marca Neve®, em particular, busca proteger as nascentes e margens do Rio Tietê por meio de parceria com a ONG The Nature Conservancy (TNC), para a recuperação de mananciais no entorno da bacia hidrográfica de Salesópolis (SP).



Na fonte

A captação de água para uso das operações da Kimberly-Clark é feita em fontes hídricas outorgadas pelos órgãos competentes. A Unidade de Mogi das Cruzes capta água da bacia hidrográfica do Alto Tietê-Cabeceiras, um dos principais rios de São Paulo, sendo a principal fonte hídrica para a biodiversidade local, que abastece os municípios a jusante da empresa. O rio também banha

a Área de Preservação Ambiental do Tietê que abriga fragmentos da Mata Atlântica. São 1.889 Km² de área de drenagem, dos quais 713 Km² pertencem ao município de Mogi das Cruzes.

Já a Unidade Correia Pinto (SC) capta água da bacia do rio Canoas, que tem 142 Km de perímetro. A bacia banha boa parte do rio Canoas, unidade estadual de preservação, que, além de proteger

a Floresta da Araucária, serve de abrigo para o xaxim e animais como o urubu-rei, o pica-pau, o gato-do-mato e o veado. O rio abastece os municípios a jusante da empresa e, segundo estudos, pode ser um dos responsáveis pelo reabastecimento do Aquífero Guarani. Toda a água capturada dos rios e utilizada no processo é devolvida aos mesmos, atendendo aos padrões estabelecidos pela legislação vigente.

	Fonte de retirada de água	Volume de água retirada (m ³)	Volume de água recirculada (m ³)	% de água recirculada
Unidade de Mogi das Cruzes (SP)	Águas superficiais, incluindo áreas úmidas, rios, lagos e oceanos	456.065	273.639	60%
Unidade de Correia Pinto (SC)		589.528	287.100	49%
Unidade de Camaçari (BA)		24.945	0	0%
Centro de Distribuição Mata Atlântica - CDMA (SP)	Águas subterrâneas	14.458	0	0%
Unidade Suzano (SP)	Abastecimento municipal de água ou outras empresas de abastecimento de água	71.721	0	0%
Unidade Eldorado do Sul (RS)		16.537	0	0%
Total		1.173.253	560.739	48%

Os volumes de água consumidos nos escritórios de São Paulo e Recife não foram relatados devido ao baixo volume de água consumido em comparação com as unidades operacionais.

K-C SAI NA FRENTE COM PROJETO DE COMPENSAÇÃO DA PEGADA HÍDRICA

Além de metas de redução de consumo e projetos de reuso, a gestão da água na Kimberly-Clark envolve projetos que contribuem para a diminuição dos riscos relacionados a esse recurso nas regiões de atuação da empresa.

Um exemplo é a colaboração que a marca Neve® desenvolve, desde 2011, com a The Nature Conservancy (TNC), maior organização de conservação ambiental do mundo, no projeto de compensação da pegada hídrica da fábrica da K-C em Mogi das Cruzes (SP). O trabalho

busca compensar, por meio de iniciativas de preservação, a água que a empresa retira do rio Tietê, para manter sua atividade produtiva na fábrica. A iniciativa é pioneira entre as unidades da K-C no mundo e em seu segmento no Brasil.

Só na região da bacia do Alto Tietê, da qual Mogi das Cruzes faz parte e que abastece mais de quatro milhões de pessoas na Grande São Paulo, a atuação da TNC em colaboração com parceiros já propiciou o mapeamento de 486 imóveis rurais, que correspondem a

aproximadamente cinco mil hectares de áreas prioritárias para a manutenção dos serviços ambientais.

Destes imóveis, 40 propriedades foram selecionadas para o plantio de mais de 50 mil mudas nativas. Em 2015, teve início o trabalho de recuperação ambiental dentro destas áreas privadas, quando os cursos de rios e mata ciliar foram cercados para evitar o assoreamento pelo gado e a vegetação nativa foi reestabelecida. O trabalho deve ser finalizado em 2016.

COALIZÃO CIDADES PELA ÁGUA

A colaboração entre K-C e TNC faz parte da Coalizão Cidades pela Água. Lançada em novembro de 2015 pela TNC, a iniciativa une empresas líderes em seus setores para ampliar a segurança hídrica em 12 regiões metropolitanas brasileiras, por meio da atuação na conservação e restauração de margens de rios e nascentes. As empresas participantes contribuirão, durante os próximos cinco anos, com ações de gestão sustentável da água em suas cadeias de produção e com aportes para projetos de restauração florestal em áreas-chave para a saúde dos mananciais. Saiba mais em: www.cidadespelaagua.com.br.



Sérgio Cruz, Presidente da K-C Brasil, e Antonio Werneck, Diretor Executivo da TNC (The Nature Conservancy)

Mata Atlântica no centro das atenções

Poderia ser uma unidade logística como outra qualquer, mas o Centro de Distribuição Mata Atlântica, da Kimberly-Clark, localizado nas imediações da Estação Ecológica da Serra do Itapeti, em Mogi das Cruzes, é muito mais do que isso. Desde 2013, o local abriga o Centro de Referência Socioambiental da Mata Atlântica (CRSMA), uma Área de Proteção Permanente (APP) recuperada, que é corredor para espécies protegidas e abriga projetos de pesquisa de biodiversidade e educação ambiental desenvolvidos

em parceria com a Universidade Brás Cubas (UBC).

Desde a criação do CRSMA, já foram identificadas 14 espécies de mamíferos na área reflorestada, das quais três estão ameaçadas de extinção. Os estudos em parceria com a UBC atualmente têm foco na identificação da trajetória do *Callithrix aurita*, conhecido como sagui-da-serra-escuro, uma espécie de macaco endêmico ameaçada de extinção e classificada como vulnerável.

ATIVIDADES REALIZADAS EM 2015

Várias atividades movimentaram o Centro de Referência Socioambiental da Mata Atlântica (CRSMA) em 2015. Entre eles, destacam-se:

Curso de formação de Educadores Ambientais para professores da rede municipal de Mogi das Cruzes com visitas vinculadas;

Cartilha do Meio Ambiente para a Semana Integrada de Segurança, Qualidade e Meio Ambiente, distribuída para todas as unidades da K-C;

Exposição de painéis “Espécies da Mata Atlântica”;

Visitas monitoradas, com 150 participantes;

Implantação da “Trilha dos Sentidos” no Bosque K-C;

Educação ambiental no Facebook;

Pesquisas de campo em busca de árvores floridas ou frutificadas;

Confecção de exsicatas (mostruário de plantas a serem guardadas em herbário para estudos botânicos);

Para 2016, além da continuidade destes trabalhos, está previsto um projeto de Educação Crítica para escolas da região, trazendo ao aluno um olhar crítico com relação ao meio ambiente no entorno da escola e o que pode ser feito para melhorá-lo.



Projetos socioambientais

A K-C não possui metas de biodiversidade. No entanto, desenvolve projetos de educação voltados para o respeito ao meio ambiente e à biodiversidade, cujos resultados são avaliados por indicadores como o número de iniciativas realizadas e quantidade de pessoas impactadas.

Um exemplo é o Projeto K-C Cultiva, que abrange atividades realizadas por voluntários da Kimberly-Clark em escolas de Mogi das Cruzes e na fábrica, envolvendo temas como meio ambiente, sustentabilidade, carreira e saúde. Em 2015, a biodiversidade foi tema tanto do K-C Cultiva quanto do Projeto Crescer, realizado em Correia Pinto (SC), onde uma feira de sustentabilidade reuniu escolas públicas no Dia da Terra (22 de abril), com o objetivo de formar multiplicadores ambientais. O evento envolveu a comunidade local, a Polícia Ambiental e fornecedores de serviços, entre outros públicos.

Como parte do Projeto Crescer, a mesma unidade conduziu ainda uma ação educacional

em parceria com a Fundação do Meio Ambiente de Santa Catarina (Fatma), que contemplou visitas de um ecoônibus em escolas públicas para abordar a importância das Unidades de Conservação e a proteção da Mata Atlântica e sua biodiversidade. A ação contemplou seis escolas e 1.351 alunos.

HABITATS PROTEGIDOS OU RESTAURADOS PELA KIMBERLY-CLARK

Como forma de preservar as florestas e os recursos naturais, e por ter unidades localizadas em importantes áreas de conservação ambiental, a Kimberly-Clark mantém iniciativas de proteção e restauração em locais próximos às suas unidades. Em todas as áreas, as medidas de restauração foram aprovadas por especialistas externos independentes. A página a seguir traz um retrato das principais unidades e áreas de proteção.

DMA de Biodiversidade / G4-EN13



UNIDADE DE CAMAÇARI (BA)

Unidade de fabricação e conversão de papel. Área total de 273.337 m². Possui projeto para comprar e recuperar uma área em 2016.



UNIDADE DE CORREIA PINTO (SC)

Unidade de fabricação e conversão de papel. Área construída de cerca de 80 mil m². Grupos de voluntários da K-C desenvolvem ações de conscientização ambiental com escolas da região, através do Projeto CRESCER.



UNIDADE DE SUZANO (SP)

Fabricação de fraldas, absorventes e lenços umedecidos. Conta com uma APP em seu terreno adjacente, com área recuperada por meio do plantio de 582 mudas de espécies nativas. Localização: Região da Cidade de Suzano. Características: Área de Proteção com 71.00 m², dos quais 69.000 m² em parceria com terceiros e 2.000 m² em áreas próprias.



UNIDADE DE MOGI DAS CRUZES (SP)

Unidade de fabricação e conversão de papel. Área total de 273.337 m², localizada próximo ao Parque Estadual da Serra do Mar e da Estação Ecológica da Serra do Itapety; dentro de área de proteção de mananciais da Bacia do Alto Tietê. Possui uma Área de Preservação Permanente (APP) de 13 mil m², a 800 metros do nível do mar, e uma Área de Proteção Ambiental (APA) de 79 mil m².



UNIDADE DO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO MATA ATLÂNTICA (CDMA)

62 mil m² de área construída, localizada nas adjacências da Estação Ecológica da Serra do Itapety, em Mogi das Cruzes, e destinada ao armazenamento e distribuição dos produtos K-C. Abriga o Centro de Referência Socioambiental da Mata Atlântica (CRSMA), uma APP recuperada em estágio pioneiro, de médio porte, com a presença de animais silvestres.

G4-EN13

Onde tudo começa

Estar em conformidade e contribuir com a preservação dos recursos naturais significa olhar para a toda a cadeia produtiva. Por isso, a origem da matéria-prima dos produtos e a forma de gestão de fornecedores são fundamentais para a Kimberly-Clark. “Garantir que a celulose utilizada no processo de

fabricação do papel não seja proveniente de desmatamento ilegal e não contribua com práticas como trabalho infantil ou escravo é primordial”, afirma o Gerente Corporativo de Meio Ambiente, Jorge Colla.

A matéria-prima das embalagens merece a mesma atenção.

Prova disso é a utilização de material plástico proveniente de reciclagem e de polímero verde de cana-de-açúcar em embalagens de vários produtos. O papel higiênico Neve®, por exemplo, possui cerca de 60% das embalagens primárias provenientes de polímero verde.

FIBRAS CERTIFICADAS

Na Kimberly-Clark, as áreas corporativas de Gestão Integrada e de Meio Ambiente são responsáveis pela procedência da matéria-prima. Um dos destaques é o uso de fibras 100% certificadas no Forest Stewardship Council® (FSC®) para a fabricação de papel. A certificação, mantida em 2015,

é a garantia de que as fibras adquiridas provêm de empresas também certificadas e de que toda a cadeia é credenciada por órgão creditado e independente.

Em contratos de fornecimento de biomassa para a geração de energia, a K-C também exige

que seus fornecedores garantam a proveniência de material de reflorestamento e o cumprimento das questões trabalhistas e de direitos humanos em todos os elos da cadeia

Veja mais sobre gestão de fornecedores na pág. 72.



Apoio ao projeto da Cooperativa de reciclagem “Dê a mão para o futuro” reforça gestão de resíduos na K-C

Quando o zero é positivo

Eliminar o envio de resíduos industriais para aterros é uma das metas da Visão 2015 que a K-C Brasil cumpriu mesmo antes do prazo, já em 2014, sendo uma das primeiras empresas da K-C Global a atingir essa marca. A gestão de resíduos a partir da metodologia dos 3Rs (Reduzir, Reutilizar, Reciclar), que prioriza soluções mais sustentáveis antes do coprocessamento, foi fundamental para esse feito.

Na K-C, a maior parte dos resíduos segue para reciclagem. A destinação dos resíduos é gerenciada por ferramentas específicas, com controle rigoroso. Antes de destinar qualquer resíduo para um novo receptor, é realizada uma auditoria de classificação que avalia desde a documentação e o meio físico até a saúde financeira do fornecedor. Também são realizados testes constantes em busca de melhorias na disposição dos resíduos gerados, considerando

a maximização da reutilização, reciclagem e coprocessamento para manter o aterro zero.

GESTÃO PARA O FUTURO

A gestão de resíduos na Kimberly-Clark também contempla a logística reversa, por meio do apoio ao projeto “Dê a mão para o futuro”, capitaneada pela Associação Brasileira de Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), da qual a K-C é associada, junto a várias cooperativas de reciclagem pelo país.

O projeto tem como objetivo o desenvolvimento de cooperativas de catadores para aumentar a coleta de embalagens recicladas, alinhada com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, que prevê a gestão compartilhada de embalagens de produtos entre indústria, comércio, governo e sociedade. (Saiba mais em: maoparaofuturo.org.br)



DMA de Materiais

DMA de Efluentes e Resíduos / G4-EN23

Foco na redução das emissões atmosféricas

A redução de emissões atmosféricas é um assunto de extrema relevância para a Kimberly-Clark, que tem políticas de redução e gerenciamento de emissões. A meta definida para a Visão 2015 era diminuir as emissões em 5% em relação a 2010, nos Escopos 1 (emissões diretas, provenientes de operações próprias ou controladas pela organização) e 2 (emissões indiretas, provenientes de aquisição de energia na forma de eletricidade ou vapor consumidos dentro da organização).

Nesse sentido, o principal projeto implantado foi a substituição de uma caldeira de gás natural por uma caldeira de biomassa que utiliza, principalmente, combustível renovável proveniente de resíduos de madeira (cavaco e serragem). Esse processo resulta em menos emissões de

CO₂ (dióxido de carbono) e de outros gases poluentes porque usa equipamentos de controle ambiental, como multiclones e filtro de manga.

A caldeira começou a funcionar somente no quarto trimestre, mas a mudança já trouxe redução de emissões na unidade de Mogi das Cruzes da ordem de 12%, entre 2014 e 2015. Ao final de 2015, a K-C Brasil gerou 54.991 toneladas de CO₂, o que representou uma redução de 5,27% em relação ao período anterior, superando a meta de 5%.

“Além da substituição da caldeira em Mogi das Cruzes, os resultados positivos também se devem a projetos de aumento de eficiência energética em todas as plantas, da redução de consumo de energia elétrica com instalação de inversores de frequência para

motores, utilização de motores de alta eficiência e iluminação com LED”, afirma Sidney Faccio, Gerente de Meio Ambiente, saúde e segurança.

As políticas de gerenciamento determinam que todas as plantas industriais da empresa tenham um plano para monitorar o funcionamento de equipamentos e o atendimento à legislação sobre as emissões de NOx (óxidos de Nitrogênio), COx (óxidos de Carbono) e SOx (Enxofre), entre outras emissões atmosféricas importantes.

Vários indicadores na K-C Brasil avaliam a gestão de emissões, garantindo o atendimento às normas regulamentares.

EXPLICANDO AS EMISSÕES DE GEE NA KIMBERLY-CLARK

Para medir as emissões de Gases de Efeito Estufa, a K-C Brasil segue a mesma metodologia da K-C Global, com base no GHG Protocol e International Energy Agency, com fatores de emissão do ano 2010. Os gases incluídos nos cálculos foram CO₂ (dióxido de carbono), CH₄ (gás metano) e NO₂ (dióxido de nitrogênio) seguindo o padrão e os fatores do GHG, conforme a abordagem de Controle Operacional das fábricas.

A Kimberly-Clark Global separa as suas plantas em duas categorias:

Family e Personal. As plantas de Family fabricam papel, que requer maior uso de recursos de energia pela necessidade do uso de vapor, caldeiras, capotas e, em alguns casos, geradores elétricos. Esses itens se encaixam no Escopo 1.

As plantas de Personal, que fabricam fraldas, absorventes e Wipes, que convertem o papel fabricado no formato do produto final, não requerem esses meios para sua fabricação.

As únicas fontes de Escopo 1 dessas plantas provêm

de sondagens ou gases fugitivos em sistemas de ar-condicionado, uma emissão não tão significativa em comparação com as emissões de produção de papel. Dessa forma, não são reportadas emissões de Escopo 1 das plantas de Personal (Camaçari, Suzano e Eldorado) nem dos escritórios. Somadas, todas essas unidades representam menos de 5% de todas as emissões de Escopo 1 da K-C Brasil.





EMISSIONES DIRETAS DE GEE (ESCOPO 1) / EMISSIONES INDIRECTAS GEE PROVENIENTES DA AQUISIÇÃO DE ENERGIA (ESCOPO 2)

Emissões de Gases de Efeito Estufa em 2015	Emissões escopo 1 (Ton. Eq.)	Emissões escopo 2 (Ton. Eq.)
UNIDADES DE FAMILY	31.808	15.977
UNIDADES DE PERSONAL	0	7.206
Total	31.808	23.183

INTENSIDADE DE EMISSIONES DE GEE

	Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Intensidade*
FAMILY	UNIDADE DE MOGI DAS CRUZES (SP)	0,38
	UNIDADE DE CORREIA PINTO (SC)	0,40
Total	UNIDADE DE CAMAÇARI (BA)	0,05
PERSONAL	UNIDADE SUZANO (SP)	0,03
	UNIDADE ELDORADO DO SUL (RS)	0,08
Total	Total	0,17

(*) O denominador é volume de produção (tonelada métrica, litro, MWh) e o numerador total de emissões (Escopo 1 + Escopo 2)

REDUÇÃO DE EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)

Redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Iniciativas	Tipo de emissões	Volume das reduções (Ton. Eq.)
UNIDADE DE MOGI DAS CRUZES (SP)	Mudança para outros combustíveis (de gás natural para biomassa)	Emissões de Escopo 1	3.622
UNIDADE DE CORREIA PINTO (SC)	Conversão e modernização de equipamentos	Emissões de Escopo 2	787
Total			4.408

As unidades de Camaçari e Eldorado reduziram a intensidade de suas emissões por produção em 11% e 14%, respectivamente, ou seja, produziram mais com menor impacto

Ajudando a Pescar

“Para os jovens, é uma oportunidade única de conhecer a fundo uma multinacional e o cotidiano do mercado de trabalho, além de interagir com diversas áreas da companhia. Para mim, é uma satisfação pessoal participar de uma iniciativa como essa, que me proporcionou descobrir o prazer em ministrar aulas e me fez refletir até sobre uma possível experiência acadêmica em paralelo”, confessa o advogado da Kimberly-Clark, Thiago Almeida Prudente, voluntário do Projeto Pescar desde o início de 2015, que ministra aulas de temas ligados às áreas do Direito aos jovens do projeto.

A iniciativa, em parceria com a Fundação Projeto Pescar, é uma das frentes de investimento da Kimberly-Clark em ações com impacto no desenvolvimento das comunidades locais. Os projetos Crescer e K-C Cultiva, iniciativas de pesquisa de biodiversidade e educação ambiental desenvolvidas no Centro de Referência

Socioambiental da Mata Atlântica (CRSMA) também são fruto do compromisso da empresa com o desenvolvimento local.

O Pescar tem foco em atividades educacionais e de capacitação profissional voltadas a jovens em situação de vulnerabilidade social das comunidades no entorno das fábricas de Suzano e Mogi das Cruzes, em São Paulo, e Eldorado do Sul, no Rio Grande do Sul.

Em aulas diárias, os jovens são orientados por colaboradores voluntários da K-C, que compartilham experiências, seguindo uma grade que abrange treinamento técnico e desenvolvimento pessoal. A carga horária do programa é de 900 horas/aula. Vários jovens que participam do programa acabam sendo inseridos no mercado de trabalho, muitos deles absorvidos pela própria Kimberly-Clark.

62

famílias atendidas

16

jovens empregados na
K-C provenientes do
programa

80%

Índice de empregabilidade
fora da K-C (entre os
egressos do programa)

100%

de conclusão na escola
(ninguém repetiu o ano) entre
os jovens das primeiras e
segunda turmas do Projeto

160 HORAS

de treinamento

+DE 68

voluntários envolvidos
(K-C e outras parcerias)

QUANDO O IMPACTO É POSITIVO

Investimentos em infraestrutura e iniciativas sociais, como os projetos dos quais a Kimberly-Clark participa, são uma forma de interferir positivamente na economia de uma localidade, ao lado da contribuição com distribuição de valor econômico, por meio da geração de renda e emprego. Os chamados impactos econômicos indiretos representam uma importante parcela da influência exercida pela empresa no contexto do desenvolvimento sustentável.

“Para a Kimberly, esses impactos indiretos têm relevância não somente ao contribuírem com o desenvolvimento social, mas na medida em que ajudam na manutenção e fortalecimento da reputação institucional, dos bons relacionamentos e contribuem com a preservação ambiental”, afirma Jefferson Correia, Gerente de Relações Públicas.

Embora não tenha políticas específicas relacionadas a esses impactos indiretos, a empresa possui compromissos nessa direção em seu planejamento estratégico, envolvendo diversas áreas como Assuntos Legais e Corporativos, Recursos Humanos, Operações e Supply Chain. Todas as iniciativas são avaliadas sob a ótica da sustentabilidade e têm, necessariamente, que ser economicamente viáveis e atingir objetivos sociais.

Além de acompanhar a evolução das iniciativas de investimento social, em 2016, a Kimberly-Clark, por meio da marca Huggies®, apoia o documentário O Começo da Vida. O filme é voltado para a importância do desenvolvimento infantil proporcionado pela relação afetiva entre pais e os bebês nos seus primeiros mil dias de vida (saiba mais em: www.ocomecodavida.com.br).



DMA Impactos econômicos indiretos / G4-EC7



Projeto Crescer

O Projeto Crescer é desenvolvido desde 2012 por voluntários da Kimberly-Clark em Correia Pinto (SC). Tem foco no desenvolvimento escolar de crianças e adolescentes por meio de oficinas de inglês, dança, música e esporte, em escolas públicas do município.

São iniciativas que contribuem para preencher o tempo livre de jovens e crianças, promovem

melhoria das notas escolares e do próprio comportamento, despertando ainda a conscientização sobre cuidados com o meio ambiente e melhorando o convívio social.

Em 2016, a K-C tem o compromisso de buscar parcerias e trabalhar para o desenvolvimento dos jovens por meio de orientações práticas com foco na capacitação profissional.

1.970

alunos de seis escolas
públicas de Correia
Pinto envolvidos

290

alunos
multiplicadores
e 153 professores
participantes

290

familiares
impactados

125

voluntários da K-C
empenharam 940 horas de
trabalho voluntário em 55
ações do projeto em 2015

Projeto K-C Cultiva

Promover o desenvolvimento de crianças e adolescentes tratando temas como meio ambiente, sustentabilidade, carreira, saúde e cultura é o objetivo do Projeto K-C Cultiva, que a Kimberly-Clark mantém desde 2010 na unidade de Mogi das Cruzes.

A iniciativa envolve palestras, encontros, visitas à fábrica, capacitações, entre outras atividades, integradas aos valores da Kimberly-Clark. Em 2015, foram beneficiadas mais de 800 crianças da Escola Estadual Professor Francisco de Souza Melo, mobilizando 40 voluntários da K-C por dia, em média (é isso mesmo?).

VALORES TRABALHADOS POR FAIXA ETÁRIA

Série	Valor K-C / tema
6º ano	Respeito: valorização do meio ambiente e das pessoas
7º ano	Inovação
8º ano	Integridade
9º ano	Paixão pelo que fazemos
1º ano do Ensino Médio	Responsabilidade
2º ano do Ensino Médio	Carreira – Preparando para o mercado de trabalho
3º ano do Ensino Médio	Carreira – Preparando para o mercado de trabalho

ENGAJAMENTO, AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Das oito operações da Kimberly-Clark no Brasil, 100% promovem a divulgação pública dos resultados de avaliações de impactos ambientais e sociais e possuem processos formais de queixas e reclamações por parte de comunidades locais. Deste total, 75% fazem avaliações e monitoramento contínuo de impactos ambientais, 63% possuem programas de desenvolvimento local baseados nas necessidades de comunidades locais e 25% desenvolvem planos de engajamento de stakeholders baseados em mapeamentos das partes interessadas.



Qualidade e segurança dos produtos são compromissos

Diariamente, um quarto da população mundial utiliza pelo menos um dos produtos da Kimberly-Clark. Isso só reforça a grande responsabilidade da companhia no desenvolvimento e entrega de seus produtos. “O compromisso de oferecer produtos limpos, seguros e que cumpram os requisitos e regulamentações que garantam a saúde, a segurança e a satisfação dos clientes

e consumidores é um valor para nós”, afirma a Gerente de Qualidade Brasil, Jullyanna Sobrinho.

Esse compromisso está expresso na Política de Qualidade da Kimberly-Clark International, documento cuja emissão e revisão está sob responsabilidade da área de Qualidade global. Nas unidades a qualidade é avaliada em

auditorias (regionais e globais), de acordo com o Sistema de Gestão da Qualidade. Até 2015, o objetivo global era atingir a nota “Geralmente bem controlado” em todas as plantas do Brasil. A meta foi atingida e até 2020 as atenções em todas as plantas da K-C Brasil estarão voltadas para subir um nível na pontuação e chegar à nota “Bem controlado”.

AVALIAÇÃO CRITERIOSA

Todos os produtos da Kimberly-Clark são avaliados quanto ao impacto sobre a saúde e a segurança do seu usuário final. Cada matéria-prima do produto e das embalagens é avaliada individualmente por um grupo global de toxicologistas, que levam em consideração a presença de materiais tóxicos permitida pela legislação e seus impactos

ATENDIMENTO AO CLIENTE

O Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) é também um grande aliado no sistema de avaliação da K-C Brasil. Todas as reclamações e casos críticos recebidos por meio desse canal são direcionados e tratados a partir de uma Matriz de Risco. Se na avaliação for detectado um risco classificado como alto (presença de material estranho no produto, por exemplo), a equipe de Qualidade obrigatoriamente faz uma análise da causa-raiz e um plano de ação para mitigar ou eliminar o risco.

SEM ESPAÇO PARA NÃO-CONFORMIDADE

Os padrões de qualidade dos produtos da K-C atendem a parâmetros estabelecidos pela K-C Global, sempre de acordo com as regulamentações, e são considerados prioridade para entregar produtos que atendam às necessidades dos clientes, fornecedores e usuários.

Durante inspeções na fábrica, caso sejam identificadas não-conformidades, os produtos são retidos e seguem para reavaliação de acordo com plano de amostragem pré-definido. Caso haja confirmação da não-conformidade, o produto é descartado. Para todos estes desvios, são

conforme a finalidade de uso. Quando necessário, são realizados estudos clínicos de segurança do produto, para verificar características como irritabilidade, alergenidade, fotoalergia e fotossensibilização, entre outras.

São medidas criteriosas que resultam em produtos de qualidade e dentro das exigências legais. Em 2015, não foram identificados casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos gerados por produtos e serviços na saúde e segurança.

feitas avaliações de causa-raiz do problema e estabelecido plano de ação.

Caso haja não-conformidades identificadas no mercado, o produto é recolhido mediante aprovação do Comitê de Crise ou de determinação legal de agências reguladoras. Há rigoroso controle e monitoramento de lotes a serem recolhidos pela Kimberly-Clark.

Em 2015, não houve casos envolvendo arbitragem ou autuação e multas significativas relacionadas a não-conformidade com leis e regulamentos.

DMA de saúde e segurança do cliente / DMA de Conformidade (produtos) / G4-PR2 / G4-PR9



METAS DA GESTÃO DE FORNECEDORES

- Fazer a auditoria inicial (engloba requisitos ambientais, de práticas trabalhistas e direitos humanos) em 100% dos novos fornecedores de materiais;
- Realizar anualmente auditoria de verificação em todos os fornecedores considerados críticos para o negócio*.
- Para 2016, foram planejadas auditorias em 25 fornecedores (de qualificação ou requalificação) e ainda 10 acompanhamentos de gaps de fornecedores mais críticos auditados em 2015.

*Fornecedores únicos, com gaps de qualidade, com problemas no fornecimento ou que tenham tido nota baixa na auditoria de verificação anual ou aqueles que, caso não atendam aos padrões de qualidade da K-C, podem causar danos ao consumidor ou ao negócio e imagem para a K-C.

Parceiros estratégicos

EMPRESA QUER GARANTIR SUSTENTABILIDADE AO LONGO DE TODA A CADEIA

Como empresa de atuação global centenária e uma das maiores consumidoras e processadoras de produtos derivados de celulose, a K-C reconhece que a gestão eficiente de sua cadeia de fornecedores é de importância fundamental para garantir a perenidade do negócio.

CADEIA DE FORNECEDORES

A empresa contratou 2.412 fornecedores em 2015, sendo 70% brasileiros e 30% internacionais, incluindo produtores de materiais diretos (fibras, polímeros superabsorventes, não tecidos, embalagens, adesivos, químicos, entre outros), materiais indiretos e serviços. Para cada categoria de compras a K-C conta com uma estrutura local, regional ou global, conforme a necessidade e estratégia definida para cada item.

A maioria dos fornecedores oferece produtos derivados de petróleo, pois é a partir desse recurso

Por isso, a área de compras da empresa tem como papel fomentar os fornecedores para uma mudança rumo a práticas mais sustentáveis, apoiando a inovação e o desenvolvimento de sua cadeia de fornecimento.

que se produz a nafta transformada em resina e, posteriormente, em não tecido ou embalagem. O petróleo faz parte também da composição de adesivos e químicos utilizados na produção da K-C, e há fornecedores específicos que extraem monômeros ou outros compostos para esse fim.

Os produtos têm também grande participação de fibras provenientes de florestas certificadas em sua composição - fibra curta (eucalipto) para a produção de papéis e fibra longa (fluff) para a produção de fraldas e absorventes.

PROCESSO DE GESTÃO

A introdução de um novo fornecedor na Kimberly-Clark Brasil é feita por avaliação comercial e técnica aplicada pelas áreas de Compras e R&E (Research and Engineering). O fornecedor deve preencher um pré-questionário e enviar para a K-C, que determina a aplicabilidade aos seus negócios. O fornecedor só é homologado após preencher esse pré-questionário e passar pela auditoria inicial de qualidade que, inclui requisitos de práticas trabalhistas, direitos humanos e meio ambiente.

Após esta fase, e conforme o grau de criticidade do fornecedor para o negócio, é realizada a qualificação e/ou requalificação desses fornecedores por meio de auditoria de verificação anual.

A Kimberly-Clark Brasil também mede o desempenho de seus fornecedores por meio do Índice de Performance de Fornecedores (IPF), aplicado após a auditoria de qualificação e verificado mensalmente para fornecedores de matérias-primas e embalagens. Com as notas de auditoria e do IPF, é possível estruturar a requalificação de fornecedores.

A empresa conta ainda com o Sistema de Gestão GEPAR, ao qual são submetidos os principais fornecedores de mão de obra intensiva terceirizada e que acompanhada mensalmente o cumprimento das obrigações trabalhistas e fiscais.

*Começar hoje é melhor
que deixar para amanhã*

A INOVAÇÃO PODE SER A CHAVE DO SUCESSO DE UMA ORGANIZAÇÃO, ESPECIALMENTE DO SEGMENTO DE BENS DE CONSUMO COMO A K-C

INOVAÇÃO COMO JEITO DE SER é uma das premissas da Kimberly-Clark na condução de seus negócios. Para o professor e especialista em inovação e empreendedorismo, Marcelo Nakagawa, essa é a melhor forma de direcionar o negócio para um futuro sustentável. Ele ensina que, mais do que necessária no âmbito das organizações, a inovação, se genuína, pode ser a chave do sucesso de um empreendimento, especialmente no setor de bens de consumo. Marcelo Nakagawa é diretor de Empreendedorismo da FIAP, Professor de Empreendedorismo do Insper, FIA e Fundação Vanzolini. É coordenador adjunto da FAPESP nos programas de inovação, consultor de empreendedorismo do SENAC-SP, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC) e do Bradesco (InovaBRA) e colunista da revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios, do Estadão PME e da Exame PME.

Essencial: Como o senhor define inovação?

Marcelo Nakagawa: Essa é uma discussão importante, pois cada empresa precisa ter sua própria definição de inovação. No caso da Kimberly-Clark – comprometida em inovar para um mundo melhor –, é muito interessante observar a integração de dois conceitos fundamentais ao negócio: inovação e sustentabilidade.

Inovar parece ser um caminho sem volta. De que maneira as empresas que adotam a inovação como parte de sua estratégia podem se diferenciar e prosperar mais que as outras?

A inovação é, sem dúvida, uma vantagem competitiva cada vez mais obrigatória. As empresas são impelidas a inovar para ter sucesso nos negócios. No entanto, mais do que nunca é preciso ter propósito, ressignificar o novo. Não basta criar novas soluções, novos produtos se o cliente não vir sentido nessas inovações. O novo pelo novo chega a ser um tédio. Os aplicativos são um exemplo: de que adianta ter tantas opções se muitas estão descoladas do que o usuário precisa? O desafio é pensar em inovações que tenham propósito, que façam sentido ao consumidor.

O desafio parece ser ainda maior e mais urgente para empresas como a Kimberly-Clark, que

“É como na natação. Se a pessoa não tiver interesse, pode ter os melhores professores e as melhores condições que não vai aprender a nadar. Há várias técnicas e métodos, mas o principal é as pessoas se sentirem capazes de inovar”.

têm um compromisso de oferecer soluções para melhorar a saúde, a higiene e o bem-estar da população. O mundo muda rápido e os consumidores estão cada vez mais exigentes, esperando que suas marcas preferidas os surpreendam. A inovação pode ser o caminho para a fidelização?

Sim, mas, de novo, desde que tenha propósito; desde que não se torne algo que afaste o cliente. O perigo é que algumas inovações, por serem excessivamente sofisticadas ou pouco amigáveis, acabam afastando as marcas de seus clientes. Isso acontece porque muitas vezes inovação ainda é confundida com alta tecnologia. Na minha visão, deveria ser menos *high tech* e mais

high touch, estabelecendo uma profunda conexão com o cliente. Acredito que a próxima onda de competitividade será a inovação pela autenticidade, pelo propósito, e as empresas que vão sobressair serão aquelas que estiverem realmente comprometidas com o cliente e não com as vendas.

Muitas empresas, como a própria Kimberly-Clark, já são reconhecidas por investirem sistematicamente em inovação. Como a inovação se coloca como um processo nessas empresas?

Existem basicamente duas trajetórias: a que acontece de cima para baixo e a que se dá de baixo para cima. Na primeira, a alta direção deve colocar a inovação na estratégia da empresa, acreditar no seu potencial, praticar no seu dia a dia e direcionar todos os colaboradores no mesmo sentido. Muitas empresas falam que são inovadoras para o mercado, mas é da boca para fora. As lideranças precisam valorizar e praticar a inovação. O outro caminho, de baixo para cima, depende diretamente da alta gestão também e acontece à medida que a empresa cria condições para que cada colaborador, independentemente de sua formação e posição hierárquica, acredite que é

capaz de contribuir para a inovação da empresa. Muitas vezes a grande sacada vem de quem está na linha de frente da operação. O grande desafio é criar a percepção de que todas as pessoas têm contribuições importantes e são muito bem-vindas ao processo de inovação.

É possível aprender a inovar?

Sim, é totalmente possível, basta querer. É como na

“A INOVAÇÃO É UMA VANTAGEM COMPETITIVA CADA VEZ MAIS OBRIGATÓRIA. AS EMPRESAS SÃO IMPELIDAS A INOVAR PARA TER SUCESSO NOS NEGÓCIOS”.

natação, por exemplo. Se a pessoa não tiver interesse, pode ter os melhores professores e as melhores condições que não vai aprender a nadar. Há várias técnicas e métodos, mas o principal é as pessoas se sentirem capazes de inovar. Na minha experiência, vejo que uma excelente forma de empoderar as pessoas é o que eu gosto de chamar de ‘causos’ (histórias e experiências anteriores de inovação),

contados e recontados em reuniões e treinamentos. A identificação é imediata: se meu colega fez isso, também sou capaz.

Na prática, quais são esses métodos, ferramentas que ajudam as pessoas (e também as empresas) a serem mais inovadoras?

Bem, o primeiro passo para inovar é saber identificar problemas e estar atento às oportunidades de melhorias. Os problemas podem ser grandes ou pequenos, mas sempre nos fazem pensar. E é justamente neste ponto que as grandes ideias surgem. Existem várias técnicas para buscar soluções, desde o brainstorming tradicional até abordagens mais complexas, como o **Hackathon**, conduzido recentemente pela própria Kimberly-Clark para aprimorar seu processo de inovação e construir soluções inspiradoras.

Hackathon: termo originário das palavras hacker e marathon, hackaton é um evento (geralmente uma maratona) que reúne programadores, designers e outros profissionais para o desenvolvimento de softwares que atendam a um fim específico ou projetos livres com cunho inovador e que sejam utilizáveis.

O que fazer quando uma inovação não tem sucesso?

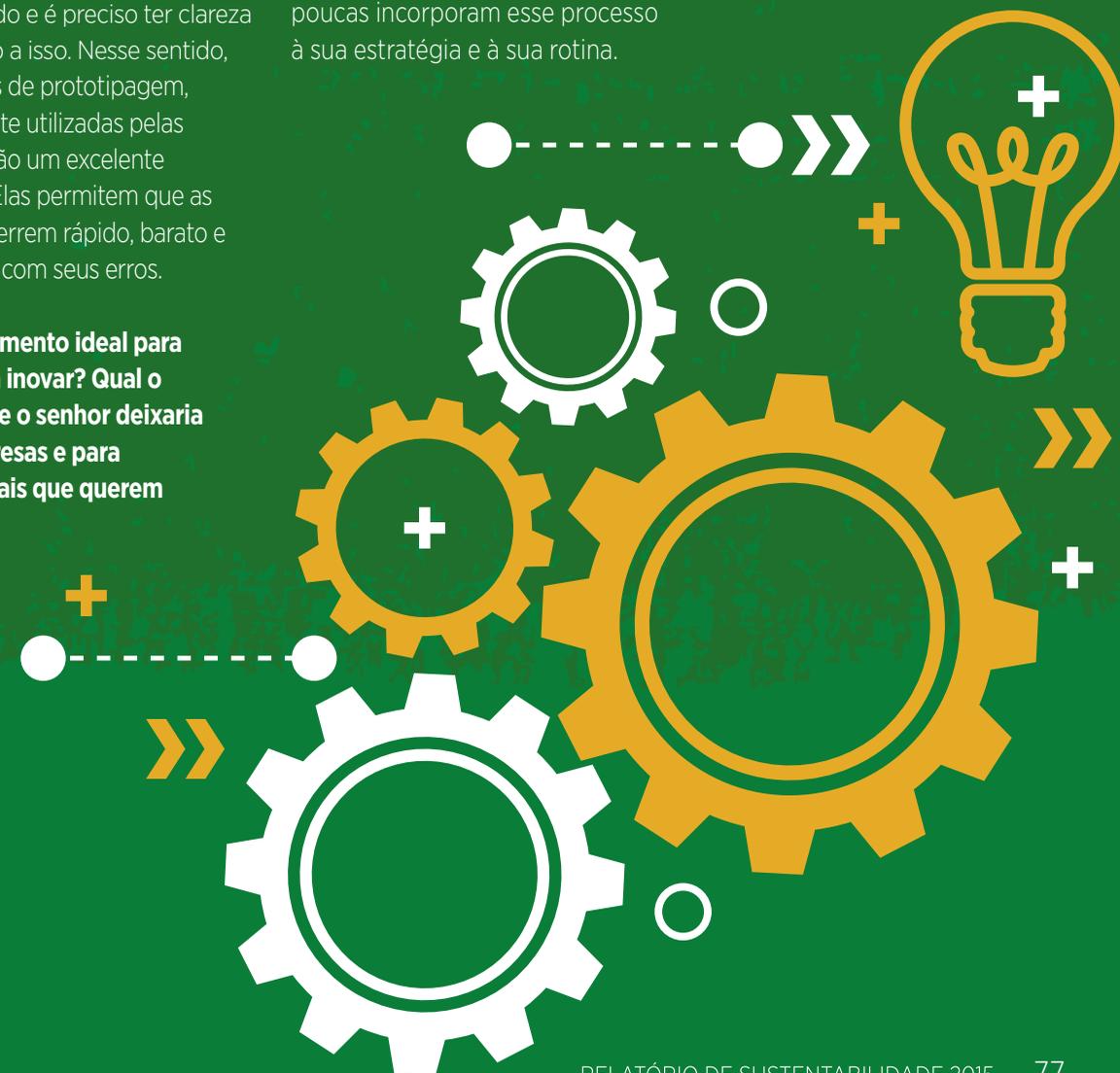
Nem toda inovação tem sucesso, isso é fato. E esse pressuposto nos leva a outro ainda maior: a inovação não existe em empresas arrogantes. Isso acontece porque a arrogância inibe qualquer tipo de iniciativa voltada à inovação. Esse processo se dá somente em empresas que gostam de aprender e que estão realmente comprometidas com o seu cliente. Errar faz parte do processo de aprendizado e é preciso ter clareza em relação a isso. Nesse sentido, as técnicas de prototipagem, amplamente utilizadas pelas startups, são um excelente caminho. Elas permitem que as empresas errem rápido, barato e aprendam com seus erros.

Há um momento ideal para começar a inovar? Qual o recado que o senhor deixaria para empresas e para profissionais que querem

incorporar a inovação como parte de sua estratégia, mas não sabem se estão prontos para dar este passo?

Costumo comparar inovação com vida saudável. Se questionada, a maioria das pessoas irá responder que a vida saudável é importante, ainda que na prática continuem comendo pizza e tomando refrigerante. Com a inovação é a mesma coisa. Quase todas as organizações reconhecem a importância da inovação, mas poucas incorporam esse processo à sua estratégia e à sua rotina.

É preciso encarar a inovação como uma jornada. Um profissional comprometido com a inovação é mais valorizado, pois entrega mais do que o esperado e, no fim do dia, é isso que as empresas procuram. Então, é o que sempre digo: começar hoje é melhor que começar amanhã.



Sumário de conteúdo GRI

Conteúdo padrão gerais	Página	Relato complementar	Razão de omissão
	6		
Estratégia e análise			
G4-1. 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 de sustentabilidade.	2		
Perfil organizacional			
G4-3. Nome da organização.	2		
G4-4. Principais marcas, produtos e/ou serviços. Indicar a natureza de seu papel na oferta desses produtos e serviços e até que ponto faz uso de terceirização. Porte da organização, incluindo: número de empregados, vendas líquidas, capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido e quantidade de produtos ou serviços oferecidos.	12 e 24		
G4-5. Localização da sede da organização.	2		
G4-6. 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.	12 e 24	As informações apresentadas neste relatório estão relacionadas às operações realizadas no Brasil, com exceção das diretrizes organizacionais e dos pactos assinados pela matriz, nos Estados Unidos, com vigência no Brasil.	
G4-7. Tipo e natureza jurídica da organização.	12	Kimberly-Clark Brasil Indústria e Comércio de Produtos de Higiene Ltda.	
G4-8. Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipo de clientes/beneficiários).	12 e 24		
G4-9. Porte da organização.	8		
G4-10. Informar o número total de empregados por contrato de trabalho e gênero; permanentes por tipo de emprego e de gênero e o número total da força de trabalho por empregados e terceiros e por gênero; por região e por gênero.	18, 42 e 43		
G4-11. Relatar o percentual do total de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.		96,2% dos colaboradores são abrangidos pelos acordos de negociação coletiva. Todos os colaboradores próprios e aprendizes estão abrangidos nos acordos coletivos, exceto os gerentes seniores e diretores (que recebem o reajuste executivo com base no mercado). Os benefícios atingem 100% dos colaboradores próprios. Em relação aos colaboradores terceiros, a Kimberly-Clark Brasil não tem como gerir as negociações coletivas dos parceiros, pois cada empresa tem autonomia para fechar seus acordos. No entanto, a K-C exige que cumpram as convenções e acordos negociados.	
G4-12. Descreva a cadeia de suprimentos da organização.	72		

G4-13. Reportar qualquer mudança significativa no período de relato referente a porte, estrutura da organização, propriedade ou de sua cadeia de suprimentos.		Em 2015, não houve mudanças na estrutura e composição do capital social da empresa.
G4-14. Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.	40, 50 e 54	
G4-15. Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	29	

Compromisso com iniciativas externas

G4-16. Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa.		A Kimberly-Clark Brasil participa das seguintes entidades: Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras (Anpei), Associação Brasileira de Embalagem (Abre), Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel (ABTCP), Associação Brasileira das Indústrias de Nãotecidos e Tecidos Técnicos (Abint) e Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal e Cosméticos (Abihpec).
--	--	---

Aspectos materiais identificados e limites

G4-17. Listar todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes e relate se qualquer entidade incluída nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização não foi coberta pelo relatório.	2	
G4-18. Explique o processo de definição do conteúdo do relatório e os limites dos aspectos e como a organização implementou os princípios de elaboração do relatório para a definição do conteúdo do relatório.	10	
G4-19. Liste todos os aspectos relevantes identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.	11	
G4-20. Para cada aspecto material, reporte o limite do aspecto dentro da organização.	11	
G4-21. Para cada aspecto material, comunicar o limite do aspecto fora da organização.	11	
G4-22. Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações.		Não houve necessidade de reformulação de informações fornecidas em relatórios anteriores.
G4-23. Relatar sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou limite do relatório.		Não houve alterações no escopo do relatório, no entanto, a nova materialidade abrange a avaliação dos limites para os elos externos da cadeia.

Engajamento de stakeholders

G4-24. Relatar a lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.	10	
G4-25. Relatar a base de identificação para a seleção de <i>stakeholders</i> que irá engajar.	10	
G4-26. Relatar a abordagem de engajamento de <i>stakeholders</i> feita pela organização incluindo a frequência de engajamento por tipo e por grupos de <i>stakeholders</i> , e indicar se um dos engajamentos foi realizado especificamente como parte do processo de preparação do relatório.	10	
G4-27. Relatar principais temas e interesses levantados durante o envolvimento de partes interessadas e as medidas adotadas pela organização para abordar esses temas e preocupações, inclusive no processo de relatá-las. Relate os grupos de <i>stakeholders</i> que levantaram cada uma das questões e preocupações mencionadas.	10	

Perfil do relatório			
G4-28. Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas.	2 e 9		
G4-29. Data do relatório anterior mais recente	9		
G4-30. Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.).	2		
G4-31. Dados para contato de perguntas relativas ao relatório	9		
G4-32. Relate a opção “de acordo” escolhida pela organização, sumário GRI e apresente a verificação externa		Relatório submetido a leitura crítica independente.	Incluir ao final do processo
Assurance			
G4-33. Relate a política e prática corrente adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa	31		
Governança - Estrutura e composição da governança			
G4-34. Relatar a estrutura de governança da organização, incluindo comitês do mais alto órgão de governança. Identificar os comitês responsáveis pelo assessoramento do conselho na tomada de decisões sobre os impactos econômicos, ambientais e sociais.	31		
Ética e Integridade			
G4-56. Descreva os valores da organização, princípios, padrões e normas como códigos de conduta e de ética.	15, 30 e 34		
Categoria: Econômica			
DMA. Desempenho Econômico	36		
G4-EC1. Valor econômico direto gerado e distribuído	36		
DMA. Impactos Econômicos Indiretos	65 e 66		
G4-EC7. Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	42, 43 e 56		
G4-EC8. Impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos.	42, 43 e 56	A K-C entende que a compensação de sua pegada hídrica por meio do projeto com a TNC (ver matéria página 56) gera impactos econômicos indiretos. O apoio para medidas de recuperação de áreas como restauração e cercas, por exemplo, gera uma economia ao proprietário rural participante do projeto. Além disso, a garantia de abastecimento de água da população beneficiada à jusante (atendidas pelo Sistema Alto Tietê) pode gerar melhoria das condições ambientais locais que, conseqüentemente, pode gerar um impacto econômico, por diminuir a possibilidade de falta de água.	

Categoria: Ambiental			
DMA. Materiais	32, 33 e 60		
G4-EN1. Materiais usados, discriminados por peso ou volume.			
DMA. Água	32, 33 e 60		
G4-EN8. Total de retirada de água por fonte.	55		
G4-EN9. Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	55		Mesmo que não haja fontes hídricas significativamente afetadas pela retirada de água para uso da Kimberly-Clark, a empresa opta por relatar informações das principais fontes que utiliza, todas dentro de áreas de proteção.
G4-EN10. Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	55		
DMA. Biodiversidade	51, 51, 56, 57 e 58		
G4-EN13. Habitats protegidos ou restaurados	58 e 59		
DMA. Emissões	50 a 52, 62 e 63		
G4-EN15. Emissões diretas de Gases de Efeito Estufa (GEE) (Escopo 1)	63 e 64		
G4-EN16. Emissões indiretas Gases de Efeito Estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	63 e 64		
G4-EN17. Outras emissões indiretas de Gases de Efeito Estufa (GEE) (Escopo 3)			A Kimberly-Clark global está desenvolvendo soluções para gerenciar a quantidade de dados que seriam gerados ao estudar as cadeias de todas as suas plantas no mundo, por isso, não considera o Escopo 3. No entanto, a K-C Brasil fez seu próprio estudo de emissões, com o propósito de entender as emissões de sua cadeia, desde a compra de matéria-prima até o ponto de venda. O primeiro estudo de inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) – Escopos 1 e 2 – em 2015, tomou como base o ano de 2014. O documento ainda não foi divulgado publicamente, sendo utilizado apenas internamente. O inventário incorporou, pela primeira vez, um estudo de pegada de carbono de um rolo de papel Neve®. Nos próximos anos, a K-C Brasil pretende expandir este estudo para entender a pegada de carbono de seus outros produtos.
G4-EN18. Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)			
G4-EN19. Redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)			
G4-EN21. NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas.			Apesar de considerar essas emissões na sua gestão, o inventário KCC global de emissões não as quantifica.
DMA. Efluentes e Resíduos	32, 33 e 50 a 52		

G4-EN23. Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição.	61	Relato Complementar: Não foram relatados os volumes de resíduos para escritório recife (PE), Centro de Distribuição Mata Atlântica - CDMA (SP) e o escritório central (SP) por terem um valor menos significativo. Não houveram outras formas de destinação de resíduos além das descritas. Com relação a geração de resíduos por tonelada de produtos realizados houve uma diminuição de 9% com relação ao ano anterior.
DMA. Produtos e Serviços	40, 51 e 52	
G4-EN27. Extensão da mitigação de impactos ambientais de produtos e serviços.		
G4-EN28. Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, discriminados por categoria de produtos.		A K-C não faz recolhimento de nenhum de seus produtos. A empresa está no início de desenvolvimento de um projeto (Diamond) para recolhimento de fraldas usadas. A companhia também não faz recolhimento de embalagens, mas participa, via Abihpe do projeto Dé a Mão Para o Futuro (https://www.abihpec.org.br/departamentos/meio-ambiente/projetos/de-a-mao-para-o-futuro/)
DMA. Conformidade	32, 33, 50 a 53	
G4-EN29. Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos ambientais.	53	
DMA. Avaliação Ambiental de Fornecedores		
G4-EN32. Porcentagem de novos fornecedores que foram avaliados usando critérios ambientais	33, 72 e 73	100% dos novos fornecedores de matéria-prima e serviços para produtos da empresa são selecionados seguindo o processo citado no DMA, que inclui avaliação de questões relacionadas a práticas trabalhistas, direitos humanos e meio ambiente.
Categoria: Social. Sub-categoria: Práticas Trabalhistas		
DMA. Avaliação de Práticas Trabalhistas dos Fornecedores		
G4-LA14. Percentual de novos fornecedores selecionados base de critérios relativos a práticas trabalhistas	33, 72 e 73	100% dos novos fornecedores de matéria-prima e serviços para produtos da empresa são selecionados seguindo o processo citado no DMA, que inclui avaliação de questões relacionadas a práticas trabalhistas, direitos humanos e meio ambiente.
Categoria: Social. Sub-categoria: Direitos Humanos		
DMA. Avaliação de Direitos Humanos nos fornecedores		
G4-HR10. Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.	32, 33 e 65	100% dos novos fornecedores de matéria-prima e serviços para produtos da empresa são selecionados seguindo o processo citado no DMA, que inclui avaliação de questões relacionadas a práticas trabalhistas, direitos humanos e meio ambiente.

Categoria: Social. Sub-categoria: Sociedade		
DMA. Comunidades Locais	32, 33 e 65	
G4-SO1. Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	68	
DMA. Combate à Corrupção	33-35	
G4-SO3. Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e riscos identificados	35	
G4-SO4. Comunicação e treinamentos em práticas e procedimentos de anticorrupção da organização.	35	
G4-SO5. Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas em resposta	35	
G4-SO6. Valor total de contribuições financeiras e em espécie para partidos políticos, políticos ou instituições relacionadas, discriminadas por país e beneficiários.	35	
DMA. Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade	35	
G4-SO9. Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a impactos na sociedade	35	Pelo escopo de atuação dos fornecedores da empresa, ela não avalia critérios relacionados a impactos à comunidade local nos seus processos de gestão de fornecedores.
Categoria: Social. Sub-categoria: Responsabilidade pelo produto		
DMA. Saúde e Segurança do Cliente	70	
G4-PR2. Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante seu ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado	70	
DMA. Rotulagem de Produtos e Serviços	26	
G4-PR5. Resultados de pesquisas de satisfação do cliente	26	Até o começo de 2016, a nossa pesquisa de satisfação (respondida ao final dos atendimentos do SAC) não tinha identificação do respondente, ou seja, o consumidor aplicava as notas sem termos o seu perfil vinculado a pesquisa, de maneira anônima. Sendo assim não era possível separar os dados por região. Em 2016 já foi habilitado nos sistemas de telefonia a identificação do cadastro do consumidor, sendo possível a identificação da região de cada atendimento, quando o usuário permitir o uso de seus dados.
DMA. Comunicações de Marketing	22	
G4-PR7. Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultados.	22	
DMA. Conformidade	70	
G4-PR9. Valor monetário de multas significativas aplicadas em razão de não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços	70	

Análise Independente Relatório de Sustentabilidade Kimberly-Clark Brasil – 2015

Convidada a fazer uma análise independente deste relatório, gostaria de registrar alguns pontos que chamaram minha atenção, bem como fazer algumas recomendações. Esta análise se baseia nos princípios de relato de desempenho em sustentabilidade do GRI e da AA1000AS e foi feita apenas a partir da leitura do relatório final, não incluindo análises do processo de sua elaboração ou das fontes de informação. Não se caracteriza, portanto, como um processo formal de verificação externa ou assurance, mas sim de uma leitura crítica independente.

De uma forma geral o relatório possui estrutura e conteúdo adequados, abordando temas relevantes para o negócio e alinhado com as boas práticas de mercado para reporte de desempenho em sustentabilidade. Cumpre com importantes princípios de reporte como a definição clara da abrangência, da periodicidade, do contexto da sustentabilidade e da inclusão de stakeholders.

O processo de análise de materialidade e de inclusão de stakeholders ofereceram contribuições importantes para a qualidade, relevância e confiabilidade do relatório. Vale lembrar que a análise de materialidade pode servir não apenas para o relato mas principalmente para a definição da própria estratégia de sustentabilidade. Fica aqui uma recomendação para a empresa avaliar em que medida esta análise de materialidade poderia ser incorporada à Visão 2020 e às Metas de

Sustentabilidade, com o intuito de torná-las ainda mais robustas.

O formato de revista confere uma leveza ao relatório, tornando sua leitura convidativa a seus stakeholders. No entanto, pode comprometer a visão do todo, não dando o fio condutor que une as informações apresentadas. Em contrapartida, este formato auxilia a introdução de temas diversificados, ficando claro no relatório a preocupação da empresa com temas relevantes para o contexto brasileiro atual, como inovação e combate à corrupção.

Em relação a comparabilidade e exatidão, é recomendável que em relatórios futuros a empresa procure citar mais dados quantitativos de forma comparável (p. ex.: evolução do dado em relação a anos anteriores; evolução por unidade produzida; economia de recursos ou recursos investidos como % do total e não apenas em números absolutos). Esta prática possibilita que o leitor extraia mais informações e análises do relatório e confere mais confiabilidade ao relato.

Parabenizo a empresa pelo resultado deste relatório e também pelo seus avanços na busca da sustentabilidade. Foi um prazer participar deste processo e fico à disposição para qualquer contribuição adicional.

Cristina Fedato
Senior Advisor, CSCP GmbH



DOS MESMOS PRODUTORES DE MUITO ALÉM DO PESO E TARJA BRANCA

O COMEÇO DA VIDA

DIREÇÃO ESTELA RENNER

UM FILME SOBRE
O RECOMEÇO DA HUMANIDADE



WWW.OCOMECODAVIDA.COM.BR

HUGGIES

APOIA ESSE MOVIMENTO

PRODUÇÃO
 MARIA
FARIÑA
FILMES

PLATAFORMA DE EXIBIÇÃO

**VIDEO
CAMP**

WWW.VIDEOCAMP.COM