



Reporte de
Sustentabilidad

**Proceso de elaboración del
Reporte de Sustentabilidad
fue realizado por:**

Coordinación General:

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

Creatividad, Diseño y Producción:

www.tramaglobal.com

Asesoramiento y asistencia técnica:

María José Buzón – Ana L. Cacace

Impresión:

Certificate Code: IC-COC-100257
FSC license code: FSC C 105427

Tapas papel CREATOR SILK DE 350 GRS

FSC MIXED CREDIT

CERT NO: SGS-COC-003753

Interior papel CREATOR SILK DE 150 GRS

FSC MIXED CREDIT

CERT NO: SGS-COC-003753

Todos los derechos reservados, Abril 2011



Reporte de
Sustentabilidad
2010

Índice

Cartas

Sobre el Reporte de
Sustentabilidad 2010

08

04

Una compañía
orientada
al Desarrollo
Sustentable
CAP. 1

Nuestro
enfoque sobre
Sustentabilidad
CAP. 2

16

12

- Kimberly-Clark en el mundo
- Kimberly-Clark en Argentina
- Visión, Pilares y Valores de Kimberly-Clark Argentina
- Nuestras marcas, calidad e innovación
- Principales magnitudes económicas
- Premios y Reconocimientos 2010

Construyendo
confianza
CAP. 3

20

- Gobierno Corporativo
- Código de Conducta
- Gestión del Riesgo
- Grupos de Interés

Preservando
el equilibrio
ambiental
CAP. 4

26

- Sistema de gestión
- Gestión de los insumos
- Gestión del consumo de energía
- Gestión del consumo de agua
- Gestión de las emisiones de carbono
- Gestión de los residuos
- Diseño para el medio ambiente
- Inversiones y gastos
- Visión 2015

Promoviendo
el talento interno
y el trabajo en
equipo
CAP. 5

38

- Nuestro equipo de trabajo
- El desarrollo y las oportunidades de crecimiento de nuestra gente
- Compensaciones y beneficios
- Clima laboral
- Servicios de Salud

Un fuerte
compromiso
con el desarrollo
social
CAP. 6

52

- +comUNIDAD
- Acciones en temas de interés social

Contribuyendo
al crecimiento
de la cadena
de valor
CAP. 7

60

- Clientes: puntos de venta
- Atención a nuestros consumidores
- Proveedores: una relación basada en la transparencia

Tabla de
contenidos GRI

68

GRI

Carta

Pablo Latrónico

Vicepresidente Latin American Operations, Región Austral y Protección Femenina.



Les presento el tercer Reporte de Sustentabilidad de Kimberly-Clark Argentina, en el cual se recopilan los principales resultados de nuestras operaciones en Argentina a lo largo de 2010.

Tras un año de mucha dedicación y foco para alcanzar los objetivos planteados, cerramos el 2010 con importantes logros:

Tuvimos un importante aumento en nuestras ventas, que representa un crecimiento del 27% respecto al año anterior.

En materia de gestión del talento interno, logramos el segundo puesto en la encuesta de clima Great Place to Work®, confirmando que nuestros colaboradores continúan eligiéndonos como una de las mejores empresas para trabajar. También implementamos una encuesta global para medir el grado de compromiso y el soporte organizacional, cuyos resultados reflejaron un aumento positivo respecto de la anterior medición.

La fuerte actitud innovadora de la compañía, se tradujo en el desarrollo de nuevos productos para dar respuesta a necesidades especiales de nuestros consumidores. Nuestras marcas lideran los segmentos en los que actuamos, lo cual refleja la confianza que los consumidores depositan en nosotros.

La sustentabilidad es un desafío que todos tenemos frente a las generaciones futuras. Es por ello que en Kimberly-Clark es una forma natural de expresar nuestros valores corporativos, una parte integral de cada una de las cosas que hemos realizado.

Si bien estamos orgullosos por los avances alcanzados, sabemos que aún quedan desafíos pendientes, los cuales integran nuestro Plan de Negocios 2015. Este plan -nuestra hoja de ruta para los próximos años- integra los programas existentes con una serie de nuevas iniciativas que nos permitirán:

- Mantener el crecimiento sostenido de nuestros negocios.
- Consolidar nuestras capacidades en tres áreas clave: talento, innovación y mejora continua.
- Incluir más prácticas sustentables para el desarrollo de nuestras marcas, de productos y en la cadena de valor.
- Avanzar en el cumplimiento de Visión 2015.
- Promover relaciones cada vez más sólidas con nuestros grupos de interés.

El crecimiento de nuestra compañía dependerá en materia económica de variables, como la inflación y el tipo de cambio, que impactan de manera importante en el mercado y en el consumo. Nuestra expectativa es poder alcanzar en 2011 un crecimiento semejante al experimentado en 2010, siguiendo los lineamientos del plan de negocios para continuar afianzando la sustentabilidad en cada una de las cosas que hacemos.

Los invitamos a conocer, en nuestro tercer reporte, las acciones desarrolladas para dar respuesta al compromiso que asumimos todos los integrantes de Kimberly-Clark: combinar nuestra pasión por la innovación y la dedicación hacia nuestros consumidores con el respeto al medio ambiente y la integridad en los negocios.

Cordialmente,



Pablo Latrónico

Vicepresidente Latin American Operations,
Región Austral y Protección Femenina.

Carta

Fernando Hofmann

Director de Asuntos Legales y Corporativos, Región Austral.



El éxito de nuestra empresa se basa en una estrategia de sustentabilidad que nos ha permitido consolidar nuestro liderazgo en la industria, contemplando la creación de valor financiero, promoviendo el desarrollo social y la preservación ambiental.

El compromiso con nuestros grupos de interés nos demanda el desafío de adaptar permanentemente nuestras prácticas para mejorar la sustentabilidad de nuestros productos y marcas, y la calidad de vida de las comunidades con las cuales interactuamos, así como reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones.

Es por ello que durante 2010 continuamos implementando nuestro programa de Responsabilidad Social PROYECTAR, dirigido a dar una respuesta concreta a las necesidades y expectativas de nuestra esfera de influencia. Tras cinco años de implementación, esta iniciativa nos ha permitido:

- Acercarnos a las necesidades de la sociedad a través de +comUNIDAD.

- Ofrecer un ambiente de trabajo de excelencia a nuestros colaboradores, por medio de Vivir Bien.

- Mejorar nuestra huella ambiental a través de VISIÓN 2010, que nos permitió optimizar la gestión del consumo energético, de agua y de residuos en todas nuestras operaciones industriales. Además implementamos un nuevo programa para la prevención de incidentes en nuestras plantas.

- Gestionar el negocio de manera más transparente a través de la consolidación de nuestras prácticas de gobierno corporativo.

- Promover buenas prácticas éticas y ambientales en nuestros proveedores a través del Integrity Project.

Mejorar el comportamiento medioambiental es una prioridad para la compañía, es por ello que ya se establecieron nuevas metas. Para Kimberly-Clark, la sustentabilidad es una manera de gestionar el negocio, por eso se estableció VISIÓN SUSTENTABLE 2015 en donde quedan plasmados los compromisos de la compañía para los próximos años.

El desempeño de nuestras marcas en el mercado, la activa participación en la comunidad, los progresos de nuestro programa ambiental y la pasión de nuestra gente, son los principales factores que nos han permitido transitar el año 2010 fieles a nuestra visión corporativa global: guiar al mundo en lo esencial para una vida mejor.

Los invitamos a leer nuestro tercer Reporte de Sustentabilidad y conocer con más detalle cada una de estas iniciativas, así como a enviarnos sus opiniones y recomendaciones sobre nuestro trabajo, porque cuando creamos soluciones sustentables, creamos valor compartido y todos ganamos.

Un cordial saludo,



Fernando Hofmann

Director de Asuntos Legales y Corporativos,
Región Austral.



Sobre el Reporte de Sustentabilidad 2010

Como parte de las acciones derivadas de nuestro compromiso con el desarrollo sustentable, presentamos nuestro tercer Reporte de Sustentabilidad, correspondiente a las operaciones de Kimberly-Clark¹ en Argentina durante el año 2010. En esta oportunidad, al igual que en las ediciones anteriores, continuamos utilizando los Lineamientos G3 propuestos por Global Reporting Initiative - GRI.

Este año nos hemos fijado como meta lograr una mayor correspondencia con los principios de la norma G3. Es por ello que hemos sumado al proceso de elaboración del reporte un estudio de materialidad, de manera tal de alinear el contenido de la publicación a las expectativas y temas que revisten mayor relevancia para nuestros *stakeholders*.

¹ Las menciones a Kimberly-Clark refieren a las operaciones de la empresa en Argentina. La información correspondiente a operaciones o iniciativas globales, se mencionan bajo la denominación de Kimberly-Clark Corporation.

En el siguiente gráfico pueden observarse los temas clave que han resultado identificados como relevantes a través de dicho estudio.

Factores externos	Alta		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Prácticas de inversión y abastecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gobierno Corporativo, compromisos y participación de grupos de interés ▶ Materiales ▶ Energía ▶ Residuos ▶ Productos y servicios (ambientales) ▶ Salud y seguridad en el trabajo ▶ Comunidad
	Media	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Corrupción ▶ Comportamiento de competencia desleal ▶ Cumplimiento normativo (sociedad) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Uso de agua ▶ Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Emisiones ▶ Cumplimiento normativo ambiental ▶ Desempeño económico ▶ Presencia en el mercado ▶ Empleo ▶ Relación empresa / trabajador
	Baja	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Estrategia y perfil ▶ Biodiversidad ▶ Transporte ▶ Aspectos generales ▶ Explotación infantil ▶ Trabajo forzado ▶ Derechos indígenas ▶ No discriminación ▶ Libertad de asociación y convenios colectivos ▶ Prácticas de seguridad ▶ Política Pública ▶ Salud y seguridad del cliente ▶ Privacidad del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Efluentes ▶ Impacto económico indirecto ▶ Diversidad de oportunidades 	
		Baja	Media	Alta
Factores internos				

En 2010, desarrollamos por primera vez una encuesta entre empleados, clientes, proveedores y referentes de RSE para detectar opiniones sobre nuestro Reporte de Sustentabilidad 2009 y sus expectativas para mejorar este proceso.

Las principales conclusiones obtenidas de dicho estudio son:

- ▶ El 31% de los encuestados conoció las acciones de RSE de Kimberly-Clark tras haber leído el Reporte de Sustentabilidad.
- ▶ Los temas que registraron mayor recordación son Relaciones con la Comunidad, Medio Ambiente y Recursos Humanos.
- ▶ Los capítulos a los que se asigna más importancia son: Sustentabilidad, Recursos Humanos y Gobierno Corporativo.
- ▶ Las dos dimensiones priorizadas para el trabajo de RSE son Relaciones con la Comunidad y Medio Ambiente.
- ▶ El 56% de los encuestados considera que Educación es el área de Inversión Social Privada que debe ser priorizada.
- ▶ La calificación general del reporte es muy buena, siendo la profundidad de los contenidos la mejor calificada y el diseño la variable con menor calificación.

La principales expectativas surgidas y las respuestas propuestas a cada una son:

Expectativa	Respuesta
Necesidad de agregar más cantidad de datos cuantitativos al Reporte.	Se incorporaron más datos de desempeño ambiental, sobre los resultados de los programas de Inversión Social Privada, Vivir Bien y Capacitación y Desarrollo.
Realizar una presentación del Reporte digital.	Se incluye una versión digital en la web corporativa y se trabajará sobre un soporte más dinámico para el próximo año.
Desarrollar propuestas de planes de mejora en aquellos indicadores que la performance no sea positiva.	Se tomará como parte del proceso de mejora continua para el Reporte 2011.
Cuidar que el lenguaje sea comprensible a todo el público interesado.	Se evitó utilizar palabras técnicas y se incorporaron las explicaciones correspondientes cuando era necesario el uso de tecnicismos.

Por otra parte, los Estudios de Imagen Corporativa realizados por las empresas CEOP y SEL presentan algunos puntos que fueron tenidos en consideración como información requerida por líderes de opinión o formadores de ella:

- ▶ Información sobre los programas y el cuidado de los Recursos Humanos.
- ▶ Solvencia económica y financiera.
- ▶ Trayectoria, inversión y producción en el país.
- ▶ Visión estratégica.
- ▶ Presencia en el mercado.

El Estudio realizado por la empresa CEOP destaca, adicionalmente aspectos a ser informados que son considerados como críticos por los líderes y formadores de opinión para consolidar el prestigio de una empresa. En este análisis se entiende el prestigio como la consolidación de una estrategia de negocio sustentable:

- ▶ Calidad y productos, en la industria cosmética y de higiene.
- ▶ Valores, honestidad y ética.

- ▶ Visión estratégica y proyección.

- ▶ Calidad y liderazgo del management.

Todos estos temas fueron considerados a la hora de validar la relevancia de los contenidos identificados para el reporte.

Asimismo, a los fines de consolidar internamente el proceso de relevamiento, desarrollamos instrumentos de recolección de la información que nos permitirán mantener la consistencia de los temas reportados en las sucesivas ediciones.

En esta oportunidad, nuestro reporte fue revisado directamente por GRI, quien avaló nuestro nivel de aplicación de la norma.

Esperamos que el reporte sirva a nuestros grupos de interés para conocer y comprender nuestros continuos esfuerzos para consolidarnos como una empresa orientada al crecimiento sustentable.

Para acceder a la versión digital del Reporte de Sustentabilidad 2010, ingrese a nuestro sitio web www.kimberly-clark.com.ar

Una compañía
orientada al desarrollo
sustentable

01



Nuestra larga tradición de compromiso con la calidad y la innovación son las claves para ser una empresa líder tanto a nivel local como internacional.

Historia de una compañía innovadora

Kimberly-Clark lleva en el mercado más de 135 años de historia en la producción de productos descartables para la higiene y el cuidado personal. El talento de nuestra empresa radica en la capacidad de haber revolucionado el mercado de consumo masivo con la introducción de productos y marcas que son mundialmente reconocidas: Huggies, Kleenex, Kotex, Day's, Scott, Plenitud, Poise, Pull-Ups, Goodnites, Little Swimmers y Kimberly-Clark Professional, entre otras.

Kimberly-Clark en el mundo

- ▶ Centros de producción en más de 37 países.
- ▶ Puntos de venta en más de 150 países.
- ▶ Cerca de 56.000 empleados.
- ▶ Nuestros productos son elegidos diariamente por más de 1.300 millones de personas, casi un cuarto de la población mundial.
- ▶ Es la compañía N°1 o N°2 en más de 80 países.
- ▶ Facturación anual de 19.700 millones de dólares.

Kimberly-Clark en Argentina

Comenzamos a trabajar en Argentina a principios de los '90, siendo una de las primeras inversiones de capitales

norteamericanos a nivel local. Es a partir de este momento que nuestra compañía experimenta un acelerado proceso de expansión y crecimiento posicionándose como líder indiscutible en el mercado local rápidamente.

Datos de Kimberly-Clark en Argentina:

- ▶ Más de 1.270 empleados.
- ▶ 3 plantas industriales:
 - ▶ Pilar: donde se fabrican productos para la protección femenina. Se destaca por las maquinarias de alta tecnología y el reciclaje de casi la totalidad de los residuos generados durante el proceso productivo.
 - ▶ Bernal: planta de producción de papel tissue.
 - ▶ San Luis: constituye el empleador N° 1 de la provincia, es la sexta planta más grande del mundo en producción de pañales y la primera en Latinoamérica.
- ▶ Centro de distribución World Class en Esteban Echeverría (Prov. de Buenos Aires).
- ▶ Ventas Netas: 1262 millones de pesos.
- ▶ Exportaciones: 83 millones de dólares.

Visión, Valores y Pilares

Nuestra Visión Corporativa Global, "Guiando al mundo en lo esencial para una vida mejor", refleja nuestros valores como compañía orientada al desarrollo sustentable: Autenticidad, Responsabilidad, Innovación y Dedicación.

Dado que Argentina, Paraguay y Uruguay conforman la región denominada River Plate, con ellos compartimos y elaboramos la misma Visión, Pilares y Valores corporativos. Éstos se adaptan a aquellos establecidos a nivel global aunque manteniendo el tinte local de la región.

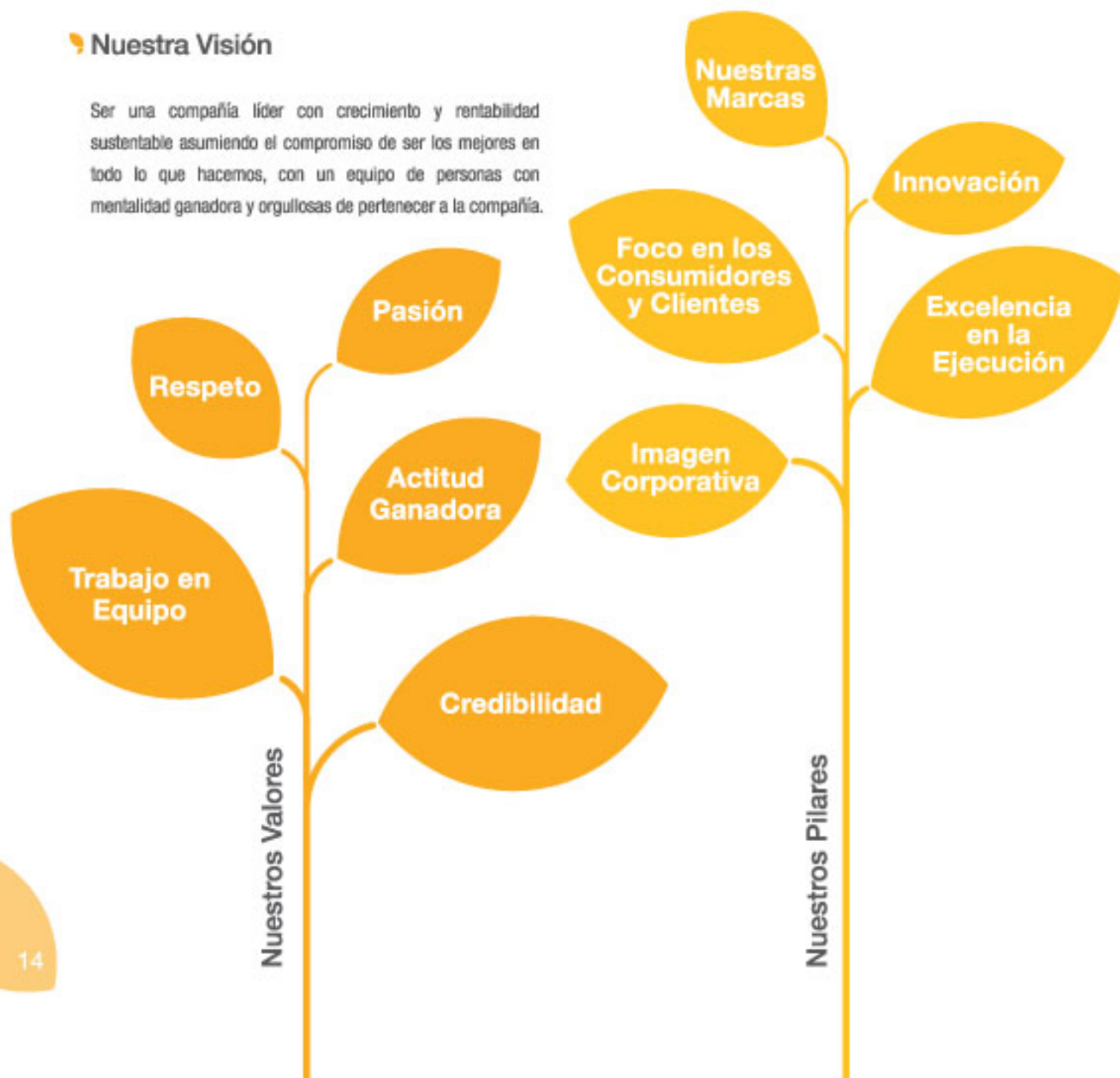
Nuestra Visión

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

Nuestras marcas, calidad e innovación

Los productos que producimos y vendemos localmente están organizados en 5 unidades de negocio de acuerdo con el público al que están orientados. Su comercialización alcanza a todo el país.

- **Cuidado del Bebé:** línea de pañales, ropa interior y toallitas húmedas descartables.



- ▶ **Cuidado Familiar:** paños reutilizables, rollos de cocina y servilletas, pañuelos descartables y papel higiénico.
- ▶ **Cuidado de Adultos:** pañales para adultos y protectores para incontinencia leve y moderada, y apósitos post-parto.
- ▶ **Cuidado Femenino:** toallas femeninas, protectores diarios y tampones.
- ▶ **Kimberly-Clark Professional:** soluciones integrales de higiene y limpieza para empresas.



▶ Principales magnitudes económicas ▶ Premios y reconocimientos 2010

Concepto (en millones de pesos)	2008	2009	2010
Ventas netas	866	991	1262
Patrimonio Neto	132	243	262
Impuestos y tasas ⁽²⁾	22	27	48
Sueldos y jornales, gratificaciones e indemnizaciones	86	105	137
Cargas sociales	20	25	33
Pago a proveedores	863	897	822
Inversión Social	0,276	0,345	0,442

En Argentina, en 2010 las inversiones de capital ascendieron a 17 millones de dólares.

En nuestra industria el contexto social y económico es fundamental a la hora de medir el crecimiento. Si bien durante 2010 todas las industrias, cualquiera sea su rubro, tuvieron que enfrentar un aumento en los costos de producción y por

Segundo puesto en GPTW para empresas de más de 1000 empleados.

Premio al Emprendedor Solidario por el programa +comUNIDAD.

Premio Eikon³ por el Reporte de Sustentabilidad 2009.

Reconocimiento de la Municipalidad del Pilar como Empresa Socialmente Responsable por la implementación de proyectos de Responsabilidad Social Empresarial en el Partido del Pilar.

Premio Nacional Madre Teresa de Calcuta por el programa +comUNIDAD.

ende en el precio real de los productos, el balance para Kimberly-Clark es positivo -se logró un importante aumento en las ventas- y la proyección es continuar creciendo como hasta ahora tanto en volumen como en facturación.

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

³ Entregado por la revista Imagen.

Nuestro enfoque sobre sustentabilidad

02



La sustentabilidad es la esencia de nuestra estrategia corporativa.

Reconocernos como una empresa orientada al Desarrollo Sustentable, nos impulsa a enfocar nuestra gestión como una forma de crear valor para nuestros grupos de interés en el largo plazo, administrando y reconociendo las oportunidades y las dificultades de nuestro trabajo.

En Kimberly-Clark definimos el Desarrollo Sustentable como una interacción equilibrada entre las oportunidades de negocio con el bienestar económico, social y ambiental de los grupos de interés involucrados en nuestras operaciones. Entendemos que desarrollar productos que mejoren la vida de las personas debe ser el resultado de una cuidadosa práctica de responsabilidad social.

Bajo esta visión, desde finales del año 2001, en el marco de la grave crisis económica y social que afectó a la Argentina, la compañía decidió reforzar su compromiso a través de la implementación de un programa sistémico de relaciones con la comunidad. En 2005 este programa recibió internamente la denominación de **PROYECTAR**, el cual contempla todos los públicos y ámbitos de actuación de la empresa, con el fin de aportar al bienestar de la comunidad, los empleados, los

clientes, los proveedores y el medioambiente.

El programa **PROYECTAR** refleja nuestro compromiso con la sustentabilidad, lo cual nos impone el reto de trabajar día a día:

- ▶ Construyendo confianza a través de la integridad y la ética en los negocios.
- ▶ Preservando el equilibrio ambiental.
- ▶ Promoviendo el talento interno y el trabajo en equipo.
- ▶ Colaborando con el desarrollo de la comunidad.
- ▶ Contribuyendo al crecimiento económico a través de toda la cadena de valor.

En el marco **PROYECTAR**, desarrollamos distintas iniciativas orientadas a concretar este compromiso, concebidas en pos de lograr distintos objetivos establecidos por la compañía y considerando a nuestros distintos grupos de interés.

Los principales logros de este programa son:

- ▶ El crecimiento de los programas Vivir Bien y +comUNIDAD.
- ▶ La exitosa implementación de VISIÓN 2010.

- ▶ La consolidación de nuestras prácticas de gobierno corporativo.
- ▶ La mejora continua del posicionamiento de nuestra compañía.



Proyectar

Grupo de interés	Acción	Objetivo
Comunidad	+ComUNIDAD Sumando Valores Voluntariado Fundación Caminando Juntos	Desarrollar iniciativas sociales orientadas a generar un impacto positivo en las comunidades, acercando oportunidades a los individuos para que desarrollen su potencial y mejoren su calidad de vida.
Medio Ambiente	Visión 2010	Mejorar en forma continua la gestión del medio ambiente de las plantas productivas de la empresa, fomentar la sustentabilidad en los productos y procesos, y contribuir a la reputación y ventaja competitiva al aumentar el desempeño medioambiental más allá del cumplimiento legal.
Empleados	Vivir Bien	Mejorar la calidad de vida de todos sus empleados bajo cuatro ejes principales: Trabajo, Esparcimiento, Salud Física y Salud Emocional.
Proveedores	Integrity Project	Establecer un vínculo comercial con los proveedores asegurando el cumplimiento de los requisitos legales y regulatorios para operar de modo eficiente y responsable con la sociedad y el medio ambiente. Estimular a los proveedores en el desarrollo de una gestión orientada a la RSE y a la Sustentabilidad.

Para continuar avanzando en este sentido, hemos formulado nuestra **VISIÓN SUSTENTABLE 2015**, de la cual se desprenden las principales oportunidades de diferenciación y de creación de valor financiero, social y ambiental, asociadas a nuestra estrategia de sustentabilidad:

- ▶ Ser reconocidos por nuestro liderazgo ambiental.
- ▶ Mejorar la sustentabilidad de los productos y marcas, a través de diseños más eficientes para cuidar el medio ambiente.
- ▶ Mejorar la calidad de vida de la comunidad local para ser identificados como líderes.





El plan de trabajo desarrollado para dar respuesta a VISIÓN 2015 se estructura sobre tres ejes, los cuales incluyen los siguientes objetivos de desempeño:

Aspecto	Objetivos
Liderazgo en el uso de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el uso de proveedores sustentables. • Reducir el consumo de agua dulce por tonelada de papel producido. • Reducir el consumo de energía por tonelada producida. • Eliminar el envío de desperdicios sólidos a basureros industriales.
Marcas y prácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un programa de Política Inversa. • Reducir el consumo de materiales de empaque y plástico. • Introducir en nuestros productos envases biodegradables/ destinados a producir abono. • Aumentar el uso de material reciclado en envases y productos. • Asegurar que las fibras utilizadas en nuestros procesos productivos y productos, ya sean nacionales o importados, cumplan con los criterios de sustentabilidad.
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener a K-C dentro de las mejores empresas para trabajar de Argentina. • Ser reconocidos como marca Socialmente Responsable, que mejora la calidad de vida de las comunidades donde opera.

Construyendo confianza

03



La transparencia de nuestras acciones y la solidez de los principios con los que nos manejamos son los dos factores clave sobre los que apoyamos nuestra gestión de Gobierno Corporativo.

Gobierno corporativo

En Kimberly-Clark Argentina, el Directorio es el responsable de la toma de decisiones que guían nuestras operaciones en el país. Se trata del más alto órgano de gobierno de la compañía que está compuesto por entre uno y cinco miembros titulares y sus respectivos suplentes.

Adicionalmente, el Grupo de Dirección comparte responsabilidades en la gestión del negocio. El mismo cuenta con la supervisión del Vicepresidente Latin American

Operations Región Austral y Protección Femenina, y está conformado por el Gerente General - Operaciones Comerciales de Argentina y por cinco Directores regionales.

Dado que Kimberly-Clark Argentina S.A. es una filial controlada en su totalidad por Kimberly-Clark Corporation, con sede en Estados Unidos, periódicamente el Directorio y el Grupo de Dirección participan en reuniones con la casa matriz para reportar el accionar de la empresa y establecer pasos a seguir.

Nombre	Puesto	Experiencia
Pablo Latrónico	Vicepresidente Latin American Operations, Región Austral y Protección femenina.	Licenciado en Administración de Empresas. Se incorporó a Kimberly-Clark en 2000.
Martín Firmat	Gerente General - Operaciones Comerciales Argentina.	Licenciado en Administración de Empresas. Se incorporó a Kimberly-Clark en 2002.
Daniel Maselro	Director de Operaciones, Argentina, Paraguay y Uruguay.	Ingeniero técnico electrónico, se incorporó a la empresa en 1989.
Fernando Hofmann	Director de Asuntos Legales y Corporativos, Región Austral.	Abogado, se incorporó a Kimberly-Clark en 1995.
Héctor Vidal Ponce	Director de Finanzas, Región Austral.	Contador Público, se incorporó a la empresa en 2007.
Martín Chavez	Director de Recursos Humanos, Argentina, Paraguay y Uruguay.	Licenciado en Recursos Humanos, se incorporó a la empresa en 2004.
Walter Olha	Director de Supply Chain, Argentina, Paraguay y Uruguay.	Contador Público y Licenciado en Administración de Empresas, se incorporó a K-C en 1997.

A su vez, periódicamente se envían los siguientes informes:

- ▶ Desde el área de Finanzas mensualmente se elevan reportes sobre el estado de resultados por negocio y el balance general. Además, trimestral y anualmente se reportan también otros anexos con la apertura de ciertos rubros del balance y del estado de resultados.
- ▶ Desde el área de Asuntos Corporativos se informa mensualmente sobre las actividades de Gobierno Corporativo.
- ▶ El Directorio reporta mensualmente los principales acontecimientos de la filial en cuanto a la gestión comercial, de manufactura, de abastecimiento, de recursos humanos, comunicaciones, etc.

Anualmente, se realizan auditorías internas de Medio Ambiente, Salud y Seguridad y se revisan los avances formalmente en dos oportunidades más, por lo cual cada planta recibe 3 visitas internas anuales. Además, cada tres años recibimos auditorías globales.

En base a toda esta información se toman las decisiones para la gestión de las actividades de la organización y nuestra casa matriz evalúa nuestra gestión en términos de sustentabilidad.

También contamos con mecanismos de comunicación de los empleados con representantes del Grupo de Dirección. Se llevan a cabo tres reuniones anuales, encabezadas por el CEO, con los empleados en las cuales se muestran los resultados generales de la compañía. Los colaboradores son invitados a enviar consultas o inquietudes al CEO a través de los múltiples canales de comunicación interna que disponemos.

Capacitación, remuneración y evaluación del Directorio

Localmente se realizan jornadas de intercambio y actualización sobre temas de RSE para el Directorio. En 2010, el directivo responsable del área de RSE recibió una capacitación sobre Sustentabilidad y Tendencias en la Universidad de Harvard,

Estados Unidos, y fue el responsable de transmitir los conocimientos adquiridos y las principales conclusiones a los miembros del Directorio local y pares de otros países de la región.

La remuneración del Comité de Dirección está compuesta por una parte fija mensual y otra parte variable anual que está relacionada, por un lado, a los objetivos económicos financieros de la compañía y, por otro, a los objetivos de desempeño previstos en el Plan Estratégico de cada área. Estos últimos incluyen -según su área de responsabilidad- temas vinculados a la Sustentabilidad y RSE.

La evaluación del Directorio y de la gestión general de Kimberly-Clark Argentina es realizada por la casa matriz en función de los reportes de gestión recibidos a lo largo de cada ejercicio, y del grado de cumplimiento del Plan Global de Negocios, el cual incluye métricas sobre el desempeño económico, ambiental y social para nuestras plantas y marcas.

Código de conducta

En Kimberly-Clark consideramos que la ética para llevar a cabo la gestión del negocio es tan importante como el negocio mismo. Hacer negocios con integridad y altos estándares éticos es nuestra manera de hacer negocios. El Código de Conducta brinda pautas para tratar con clientes, proveedores, otros empleados, competidores y el público en general con integridad, las cuales guían nuestras acciones en tres áreas básicas:

- ▶ Conducta frente al Equipo: afecta la relación entre compañeros de trabajo y establece pautas claras en temas de diversidad, respeto y tolerancia en el lugar de trabajo y no discriminación.
- ▶ Conducta frente a Otros: se relaciona con las buenas prácticas en nuestra interacción tanto con clientes como con proveedores, consumidores y organismos públicos. Incluye pautas para prevenir conflictos de intereses en todos los niveles de la organización y asegurar el correcto uso de los recursos de la empresa.
- ▶ Conducta frente a nuestra Compañía: establece, por ejemplo, pautas para el manejo de la confidencialidad de la



información y demás aspectos éticos involucrados en la relación con la empresa específicamente.

Los compromisos asumidos en el Código son:

- ▶ **Libertad de asociación:** respetar el derecho de nuestros empleados a organizarse de conformidad con las leyes y prácticas nacionales.

- ▶ **Diversidad y no discriminación:** promover el desarrollo profesional a través de una política de igualdad de oportunidades laborales sin importar la raza, color, sexo, embarazo, orientación sexual, edad, religión, credo, nacionalidad, identidad sexual, discapacidad de los candidatos.

- ▶ **Derechos Humanos:** reconocer los derechos humanos en forma global. Prohibimos las siguientes prácticas y no aceptamos, a sabiendas, hacer negocios con ninguna persona o compañía que participe en las siguientes prácticas:
 - ▶ Explotación infantil, incluido el trabajo infantil.
 - ▶ Castigos físicos.
 - ▶ Abuso femenino y cualquier otra forma de abuso humano.
 - ▶ Trabajo forzado u obligatorio.
 - ▶ Discriminación ilegítima en el empleo y la ocupación.

- ▶ **Seguridad en el lugar de trabajo:** brindar un lugar de trabajo que cumpla o supere las leyes y reglamentaciones en materia de seguridad e higiene ocupacionales.

- ▶ **Respeto en el lugar de trabajo:** brindar a nuestros empleados un entorno de trabajo sin acoso sexual, intimidaciones ni otras conductas inapropiadas.

- ▶ **Violencia en el lugar de trabajo:** tener un lugar de trabajo sin violencia.

- ▶ **Clientes y proveedores:** conducir con honestidad nuestros negocios con clientes y proveedores.

- ▶ **Consumidores:** brindar productos seguros y que satisfagan a nuestros clientes.

- ▶ **Confidencialidad de la información de consumidores y empleados:** cumplir con las leyes de privacidad de la información en todos los lugares donde operamos.

- ▶ **Competencia:** cumplir con las leyes de competencia (también denominadas leyes antimonopolio) en todos los países donde tenemos actividades comerciales.

- ▶ **Conflictos de intereses:** al desempeñar las actividades comerciales de la Compañía, cada uno de nosotros debe actuar en función de los intereses de la Compañía y debe evitar cualquier conflicto de intereses posible o real. Un conflicto de intereses surge cuando las relaciones comerciales o las actividades personales, sociales, financieras o políticas interfieren en nuestra objetividad y lealtad hacia Kimberly-Clark.

El Código se complementa con los siguientes temas:

- ▶ Información sobre la competencia.
- ▶ Medio ambiente.
- ▶ Organismos públicos.
- ▶ Información confidencial.
- ▶ Recursos de la compañía.
- ▶ Regalos, entretenimiento y otros favores.
- ▶ Registros exactos.
- ▶ Prevención de fraudes.

Para asegurar que todos los empleados comprendan la importancia y vigencia del Código de Conducta, se llevan a cabo capacitaciones periódicas que buscan generar aún mayor compromiso y conocimiento sobre nuestros estándares éticos. También se realizan capacitaciones sobre Políticas y Prácticas Anticorrupción para todos aquellos empleados que por su función estén expuestos a este tipo de riesgo.

"0800" para el Código de Conducta

Para demostrar con acciones concretas nuestro compromiso con el respeto y los estándares éticos, habilitamos una línea de contacto directo para los empleados que deseen denunciar violaciones al Código de Conducta corporativo. Esta línea permite acercar a la empresa todo tipo de inquietudes tanto telefónicamente como por Internet. El objetivo es siempre asegurar que podrán denunciar acciones de esta naturaleza con más seguridad y confidencialidad.

Gestión del riesgo

Todas las áreas operativas son auditadas anualmente por la casa matriz para asegurar el correcto resguardo de nuestros activos, la autorización de las transacciones comerciales y la prevención de fraudes financieros. Dicha auditoría permite evaluar la adecuación y efectividad de los mecanismos de control con los que disponemos sobre las tareas vinculadas a tales aspectos. En la devolución de la última auditoría -recibida en octubre de 2010- todos los procesos evaluados recibieron la calificación más alta (bien controlados) de acuerdo a los requisitos establecidos por las políticas de control interno. Si hubiera algún punto objetado, de acuerdo al nivel de desvío, se preparan los planes de remediación necesarios y el cronograma correspondiente.

Uno de los puntos centrales de esta auditoría -en consonancia con la Ley Sarbannes Oxley de los Estados Unidos- es sobre procedimientos anticorrupción y abarca los puntos dirigidos expresamente a la prevención de actos de corrupción (soborno a funcionarios del gobierno por parte de nuestros empleados y/o agentes, consultores y/o representantes), el respeto a las normas y leyes de anticorrupción en los países donde operamos comercialmente y la precisión en los libros contables y registros. En línea con este tema, el responsable del área recibe capacitación constantemente y es el encargado de transmitir estos conocimientos internamente. Complementariamente, se implementan auditorías internas periódicas a cargo del área de Legales con el objeto de efectuar un

control de prevención de contingencias sobre todas las áreas de la compañía. A cada auditoría corresponde una revisión posterior para actualizar los informes de relevamiento interno presentados oportunamente y verificar la corrección de los desvíos que se hubieren detectado.

Participamos activamente en Cámaras y Asociaciones Empresarias e intercambiamos experiencias con miembros del mercado empresario e industrial. Algunas de las Cámaras son: Cámara Argentina de la Industria Cosmética y Perfumería (CAPA), Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP), Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCyP), Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AMCHAM), Asociación de Industrias de Marca (ADIM) y Cámara Empresaria del Parque Industrial Pilar (CEPIP).

Grupos de interés

Nuestros grupos de interés son los distintos públicos con los cuales la compañía interactúa en forma cotidiana. Para su priorización, utilizamos dos criterios:

- ▶ **Influencia:** aquellos cuyas conductas, opiniones o necesidades influyen en el desempeño de la empresa, o quienes se ven impactados por nuestra gestión.
- ▶ **Proximidad:** según el grado de cercanía a cada uno de nuestros establecimientos.

Los grupos identificados se encuentran representados en el siguiente gráfico:



De acuerdo al grupo de interés que se trate, ponemos en marcha diversas acciones de comunicación⁴ y contacto directo, incluidas en la siguiente tabla:

Medio/Grupo	Clientes	Empleados	Proveedores	Comunidad	Empresas	Medios	Gobierno
ICC ⁵	C						
Web	C		C	C	C	C	
0800	C	C					
Club Huggies	C						
Intranet		C					
Revista Interna		T					
Reuniones		R	R	R	R	R	R
Encuestas	A	A					
Visitas			A	A			
Investigaciones	R			R			

- C= realizado en forma continua.
- R= se realiza y adapta a los requerimientos del grupo de interés.
- T= trimestral.
- A= una vez al año.

⁴ Más información sobre grupos de interés en el informe de Sustentabilidad 2009.

⁵ Interactive Contact Center- Centro de Atención al Consumidor.

Preservando el equilibrio ambiental

04



Nuestro compromiso con el Medio Ambiente considera la utilización responsable de los recursos naturales y la aplicación de normas de gestión que permitan guiarnos en la mejora continua.

El programa Visión 2010⁶ fue la filosofía que guió nuestra gestión ambiental a lo largo de cinco años. El ejercicio de la implementación de Visión 2010 y el fortalecimiento del Sistema de Gestión EHS nos ha llevado a establecer nuestra Visión 2015, en la cual hemos definido nuestras iniciativas base que consolidan nuestro compromiso para los próximos cinco años en los siguientes aspectos: Agua, Energía, Residuos, Fibras y Diseño⁷.



El programa Visión 2010 fue concebido para contribuir a continuar generando un crecimiento sustentable, aportando valor para nuestros grupos de interés, ofreciendo un ambiente de trabajo seguro y saludable y utilizando responsablemente los recursos del planeta.



Sistema de gestión

Durante este período hemos enfocado nuestros esfuerzos a dar coherencia a los sistemas de gestión de medio ambiente y de seguridad e higiene, desarrollando un Sistema Integrado de Gestión Ambiental y de Higiene y Seguridad⁸ (EHS Management System), consistente con las normas internacionales ISO 14.001 y OHSAS 18.001, el cual tiene como objetivo mejorar la eficiencia y sistematización de los sistemas de gestión y los programas existentes.

Mediante la aplicación de las metodologías cíclicas de mejora continua, este año hemos fortalecido la identificación, evaluación y establecimiento de aspectos y riesgos de EHS prioritarios, el desarrollo e implementación de controles satisfactorios y el establecimiento de objetivos, metas e indicadores clave de desempeño de EHS. A través de un plan de mejora, dimos seguimiento a los objetivos y metas, implementando un enfoque planeado, identificando los recursos, procesos, controles operativos y administrativos necesarios.

⁶ Para mayor información sobre los objetivos de Visión 2010, remitirse a los Reportes de Sustentabilidad 2008 y 2009.

⁷ Mayor información en la página 36 de este mismo capítulo.

⁸ En adelante EHS.



La información recopilada en las distintas mediciones nos ha permitido determinar el logro de los objetivos a través del plan de mejora y proceder consecuentemente en función de dicha información y comenzar nuevamente los ciclos de mejora.

Durante el año 2010, Kimberly-Clark Corporation realizó una revisión Global del Sistema de Gestión y las auditorías de control, identificándose una serie de cambios necesarios para el adecuado funcionamiento de los sistemas e interacción de ciclos.

Nuestro compromiso con Visión 2010 -que busca consolidar nuestra gestión sustentable- se cimentó en la realización de auditorías internas para el seguimiento del cumplimiento de los objetivos planteados en el Sistema de Gestión EHS en las tres plantas, el monitoreo del plan de acción consecuente y la inclusión de aspectos vinculados al logro de los objetivos en las evaluaciones de desempeño del personal que se encuentra fuera de convenio.

El fortalecimiento del sistema de gestión implica procedimientos que contemplen la ocurrencia de emergencias ambientales, tales como: derrames, fallas en las plantas de tratamiento de efluentes, incendios y emisiones gaseosas. En función de las dimensiones de la planta, su dotación y la dotación mínima de personas necesarias para atender una emergencia en ella se define la cantidad de brigadistas. De acuerdo a las potenciales situaciones de emergencia capacitamos y entrenamos a la brigada en nuestras tres plantas en el manejo de los riesgos ambientales, de incendio, rescate y asistencia de accidentados durante 9 meses al año, esto significa una inversión de 18 horas anuales para el personal involucrado. Las capacitaciones a las brigadas de emergencia son dictadas por personal externo ya sean bomberos, en el caso de nuestra Planta San Luis, o profesionales especialistas.

De acuerdo a nuestro plan de capacitación y sensibilización definido en nuestro sistema de gestión, hemos alcanzado un total de 8.372,5 horas de entrenamientos sobre temas de seguridad en todas nuestras plantas y oficinas.⁹

En 2010, registramos un incendio menor en la planta de Bernal que afectó un área de oficinas, la cual puso en funcionamiento nuestras acciones previstas en los planes de emergencia.

Gestión de los insumos

Es nuestra filosofía de trabajo actuar sobre nuestra producción de forma de optimizar los consumos de materiales y esto se sostiene en nuestro sistema de gestión. A continuación se presentan los consumos de materiales correspondientes al año 2010 de cada planta.

Materiales consumidos en planta Pilar - 2010

Material	Unidad	Cantidad
Adhesivos	KG	294.498
Airlaid material	KG	65.308
Bolsas cristal/Impresas	UN	84.080.778
Caja	UN	1.329.989
Químicos	ML	1.300
No tejido	KG	126.493
	M2	82.028.426
	KG	35.730
Papel siliconado	M	3.781.752
	M2	8.421.797
Lámina stretch	KG	11.871
Polietileno	M2	959.934
Celulosa	KG	3.656.745
Etiquetas	M	137.234
	UN	2.854.834
Sap	KG	113.637
Tape	M	2.532.034

Materiales consumidos en planta Bernal - 2010

Material	Cantidad	Unidad
Cartulina para tubetes	1254151	KG
Caños para bobinas	102.580,28	KG
Fibra larga	2.551.507,00	KG
Fibra corta	12.756.619,00	KG
Fibra reciclada	3.967.518,00	KG
Láminas	598.058,07	KG
Cajas/estuches	2.308.479,00	UN
Adhesivos	192.162,59	KG
Químicos	359.045,09	KG

Materiales consumidos en planta San Luis - 2010

Material	Cantidad	Unidad
Celulosa	24.873.889	KG
Celulosa recuperada	768.112	KG
SAM	13.983.156	KG
SAM recuperado	252.303	KG
Adhesivos	1.832.851	KG
Lycra	236.999	KG
Laminado	175.101.703	M2
No tejido	59.819.357	ML
No tejido	544.603.625	M2
Frontal	5.033.823	ML
Tissue	540	TN
Bolsa	89.400.026	UN
Otros	52.150.038	N/A

Durante el año 2010, a pesar de la búsqueda de optimización de los procesos, hemos tenido un incremento en la cantidad de polietileno consumido en la planta Pilar debido al incremento de las acciones promocionales por unidad de venta.

Gestión del consumo¹⁰ de energía

A lo largo del 2010 hemos continuado la implementación de actividades que buscan optimizar los procesos para proveer a los clientes productos eficientes desde el punto de vista de la utilización de recursos. Entre tales acciones hemos desarrollado la incorporación de calderas de recuperación de aire caliente para la producción de vapor en nuestra planta Bernal, la modificación de aislaciones de secadores, entre otros.

La puesta en marcha de la nueva caldera instalada durante el año 2010 significó la internalización del consumo energético necesario para la generación del vapor que anteriormente era adquirido. Adicionalmente a esto, la variable disponibilidad de gas natural conllevó a la utilización de otros combustibles fósiles, lo cual implicó un período de aprendizaje en la búsqueda de la eficiencia en el uso de estas energías.



¹⁰Cantidad de energía consumida expresada en MBTU por material producido expresado en MT. Se reporta con la unidad de medida utilizada por K-C globalmente, por lo cual no se expresa en GJ.



	Planta Pilar			Planta Bernal			Planta San Luis		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Consumo energético directo									
Consumo directo de energía (BTU/MT) ¹¹	3,88	3,66	3,17	14,6	12,3	12,01	1,89	1,97	2,11
Vapor (Tn)				14.433	58.169	61.644			
Gas Natural (m ³)	3.610	4.294	7.912	3.570.281	334.108		-	- ¹²	23.093
Gas Licuado de Petróleo (m ³)				115					
Fuel Oil (Tn)				261					
Consumo energético indirecto									
Electricidad (MWH)	8.506	8.502	9.289	22.398	21.475	21.893	37.742	34.214	35.608

Gestión del agua

Entendemos por gestión del agua la búsqueda de la minimización del consumo y la optimización de su tratamiento, lo cual significa que buscamos mantener, e incluso mejorar, la calidad del efluente.

Dado que el proceso que utiliza agua se vincula con la producción de papel, nuestra planta Bernal es la que realiza el consumo de este recurso y en la cual, durante el año 2010, hemos consumido 438.876 m³. El agua utilizada se adquiere a otra empresa, debido a las necesidades específicas del proceso de producción, siendo menor la utilización de agua de otras fuentes. A su vez, hemos realizado inversiones que han llevado a la reducción del consumo del recurso en la operación de producción, entre ellas:

- ▶ Durante el recambio de la materia prima -papel reciclado vs. fibra virgen- se producía la renovación del agua de proceso existente en el circuito para la fabricación de papel. Conforme a las actividades de minimización introducidas en el sistema se ha logrado disminuir el volumen de agua renovado en el mismo.

- ▶ Se trabajó el proceso a través de la mejora de los tiempos de apertura de la válvula de agua del condensador de vapor minimizando los largos períodos en los cuales la misma se encontraba abierta.

- ▶ Se realizaron revisiones de proceso en los cuales se identificaron puntos significativos de pérdidas de agua del circuito reponiéndose válvulas según las necesidades.

- ▶ Se implementó un sistema de comunicación del consumo de agua en los sectores productivos sobre el cual se informa cada 2 horas a los equipos, de modo de actuar sobre desvíos rápidamente.

No obstante nuestros esfuerzos e inversiones realizadas durante el año 2010 para minimizar el consumo de agua fresca, por razones operativas de los equipos nuevos instalados, hemos modificado los sistemas debiendo utilizar agua fresca en lugar de agua reciclada de manera temporal. Actualmente los procesos de reciclado de agua se encuentran operativos. Continuaremos enfocándonos para avanzar sobre la minimización del consumo de agua.

¹¹ Cantidad de energía consumida expresada en MBTU por material producido expresado en MT.

¹² Se deja de consumir gas natural en la planta de San Luis porque no fue necesaria la climatización.

Planta Bernal			
Consumo de Agua	2010	2009	2008
Consumo de Agua (m ³ /BDMT) ¹³	25,82	24,55	13,68
Consumo de Agua (m ³)	438.876,00	394.225,00	227.179,00
Volumen total de agua reciclada (m ³)	1.180.594,00	249.663,00	143.872,00
Volumen total de agua reciclada (%)	73	63,33	63,33

Aún cuando hemos buscado actuar sobre el consumo de agua, nuestra generación de efluentes durante el año 2010 ha sido de 430.100 m³.

Planta Bernal			
	2010	2009	2008
Vertido total de aguas residuales: Efluentes líquidos de proceso (m ³) ¹⁴	430.100	404.180	225.766

Gestión de las emisiones de carbono

Nuestras fuentes de emisión de carbono se ven asociadas al consumo de combustibles fósiles principalmente en nuestra planta Bernal, así como del consumo energético para el

desarrollo de las operaciones productivas. Nuestras emisiones indirectas de dióxido de carbono han sido para el año 2010¹⁵:

	Planta Pilar			Planta Bernal			Planta San Luis		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Emisiones indirectas de CO ₂ (MT CO ₂ /MT)	0,28	0,3	0,26	0,98	1,33	0,99	0,22	0,16	0,17

Entre las iniciativas llevadas a cabo para minimizar las emisiones de carbono asociadas a nuestras actividades, durante el año 2010 hemos realizado la instalación de una caldera de última generación, con alta eficiencia y baja

generación de emisiones gaseosas. De esta manera hoy nuestra planta se autoabastece de vapor, dejando de adquirirlo a través de terceros.

¹³ Cantidad de agua consumida en el proceso de producción de papel expresado en m³/BDMT. Incluye sólo la planta de fabricación de papel Tissue (Bernal). Las plantas de fabricación de productos personales (Pilar y San Luis) no consumen agua en sus procesos productivos. Unidad m³/BDMT: metros cúbicos/tonelada de producción seca (sin humedad).

¹⁴ Las plantas de San Luis y Pilar no tienen vertidos provenientes del proceso.

¹⁵ Indicador que incluye emisiones directas e indirectas de acuerdo a tasas según el combustible utilizado para la generación energética, ya sea la alimentación de la caldera o el consumo eléctrico.



Gestión de los residuos

Las actividades que hemos desarrollado en el año 2010 corresponden a la consolidación de las acciones realizadas durante el año 2009. Adicionalmente, hemos implementado la reutilización de celulosa y otros materiales muy absorbentes, SAM por su sigla en inglés, que han sido recuperados en la planta de San Luis alcanzando las 1.915 toneladas de celulosa¹⁶ y 20 toneladas de SAM en el 2010.

Por su parte, en nuestra planta de Bernal, hemos logrado el reingreso de recortes de rollos de cocina y papel higiénico para su incorporación al proceso, lo cual ha conllevado la reducción de la utilización de materia prima virgen en función de las necesidades de producción del período.

Planta Bernal				
Tipo de residuo	2010	2009	2008	Destino
Lodos de tratamiento primario (Tn)	1699	1813	2205	Reutilización proceso ladrillos
Celulosa reutilizada (Tn)	1425,1	1340	787	Reingreso al Proceso
Papel reciclado. Hojas blancas impresas (Tn)	2478			Proceso
Papel de diario (Tn)	64,4			Proceso
Metales (Tn)	68	28	15	Reciclado
Cartón corrugado (Tn)	177	167	238	Reciclado
Otros (Tn)		129	117	Relleño Sanitario

Planta San Luis				
Tipo de residuo	2010	2009	2008	Destino
Celulosa (Tn)	1915	1986	2242	Reciclado / Reingreso a proceso
Plástico (Tn)	342 ¹⁷	360	314	Reciclado
Relleño sanitario (reclamer) (Tn) ¹⁸	1128	745	325	Relleño Sanitario
Celulosa / Plásticos mezclados (Tn)	974	1028	1044	Reciclado
Cartón Corrugado (Tn)	858	648	569	Reciclado

Planta Pilar				
Tipo de residuo	2010	2009	2008	Destino
Celulosa (Tn)	907	221	312	Reciclado
Plástico (Tn)	425	480	799	Reciclado
Merma recupero de toallas (Tn)	0	0	0	Relleño Sanitario
Celulosa / Plásticos mezclados (Tn)	181	192	286	Reciclado
Cartón Corrugado (Tn)	79	71	69	Reciclado
Otros (Tn)	126	66	101	Relleño Sanitario

Nuestra filosofía busca que desarrollemos soluciones con el fin de trabajar en el reciclado de los residuos provenientes del proceso hasta alcanzar el 100% de residuos reciclados. De esta forma hemos trabajado a lo largo del año 2010 las siguientes líneas:

- ▶ Planta Bernal, continúa con el reciclado del 100% de los lodos provenientes del tratamiento primario -que representan el 51% de los residuos generados asimilables a domiciliarios¹⁹- a través de su utilización como insumo en la generación de ladrillos para la construcción. Durante el año 2010 se han reciclado 1.699 toneladas de lodos.
- ▶ Planta Bernal, continúa realizando los programas de reciclado de cartón, alambres, plásticos y chatarra.
- ▶ Plantas San Luis y Pilar, se realizaron programas de reciclado de polipropileno y polietileno, cartón, papel, chatarra, celulosa, y parte de los residuos de reclamer.
- ▶ Planta San Luis, comenzó a realizar la utilización del scrap del reclamer en una cantera para la recuperación de suelos y en el año 2010 se comenzaron a desarrollar

¹⁶ Se considera el material reciclado y el reincorporado a proceso.

¹⁷ Adicionalmente al reciclado, durante el año 2010 se realiza la reincorporación del material al proceso.

¹⁸ Bajo este concepto se incluyen: restos de Polipropileno/Polietileno con polvo de celulosa, SAM (la parte que no se puede recuperar del papel) y domiciliarios.

¹⁹ Se refiere a aquellos residuos que por sus características pueden ser enviados para disposición final en un relleno sanitario.

separadores de pallets -para incrementar la estabilidad a pallets de aguas y bebidas gaseosas- logrando reciclar el scrap del reclaimer en su totalidad durante el último trimestre del año. Esto ha significado lograr un importante desafío en la gestión de residuos de nuestra planta. Con este programa hemos reutilizado 292 toneladas del material en el año 2010.

Nuestras actividades generan lo que consideramos dos fuentes de residuos, aquellos provenientes de las actividades administrativas y aquellos originados en los procesos productivos. En relación a los primeros, hemos mantenido durante el 2010 las actividades iniciadas en años anteriores, tal como describimos seguidamente:

► **Programa de reciclaje de papel – externo:**

En lo que se refiere a los residuos generados por las actividades administrativas, desde el año 2007 participamos del programa de Reciclado de Papel de la Fundación Hospital de Pediatría Garrahan, realizando la donación del volumen capturado. Este año la campaña ha logrado reciclar 884 kilos de papel.

► **Programa de reciclaje de papel – interno:**

Para los papeles generados en las áreas administrativas de nuestras plantas productivas, desarrollamos un programa de reciclado de papel que es enviado a nuestra

planta de Bernal donde se utiliza como insumo de la producción de papel Tissue.

► **Reciclado de tapas plásticas:**

Hemos dispuesto de contenedores para la recolección de tapas plásticas en nuestras oficinas administrativas de forma de proceder al reciclado de las mismas y su donación a la Fundación Hospital de Pediatría Garrahan. Hemos donado 150 kilos de tapas en el año 2010.

► **Recolección de pilas y baterías:**

Para poder realizar la adecuada recolección y tratamiento de las pilas y baterías, residuos tóxicos y peligrosos, hemos colocado contenedores en las oficinas administrativas de forma de ser posteriormente enviados para su tratamiento y disposición final. Durante el año 2010 realizamos el tratamiento de 67 kilos de residuos de tratados de acuerdo a la normativa legal.

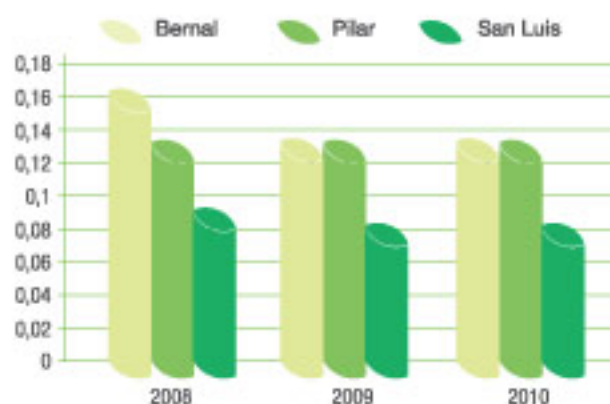
► Otras actividades realizadas consideran la prolongación de elementos mobiliarios y otros equipos eléctricos a través de su donación.

Nuestras operaciones productivas han generado, durante el año 2010, 1.397 toneladas de residuos sólidos asimilables a domiciliarios y 39 toneladas de residuos peligrosos.



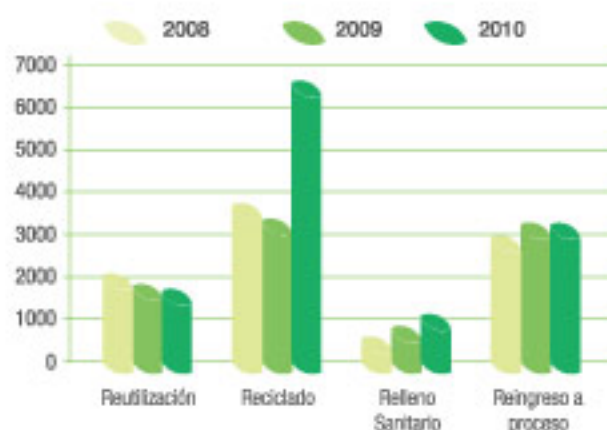
	Planta Pilar			Planta Bernal			Planta San Luis		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Residuos asimilables a domiciliarios enviados a relleno sanitario (Tn)	125	72	97	197	133	117	1128	406	313
Residuos Peligrosos (Tn)	3			13			23		

Tasa de Residuos generados en manufactura (Tn Residuo / Tn Producida)^{**}

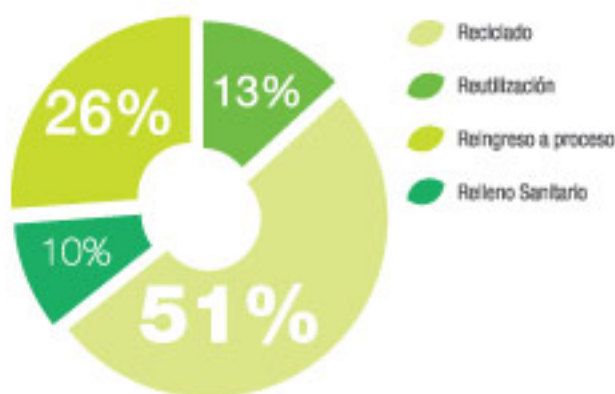


Buscamos constantemente optimizar la gestión de residuos sólidos a través de la utilización de distintas metodologías de tratamiento y/o recuperación. Seguidamente se detallan los tratamientos aplicados durante el año para cada uno de los residuos generados.

Tratamiento de residuos sólidos (en toneladas)



Tipos de tratamiento de residuos sólidos



^{**} No se incluyen residuos peligrosos ya que no se asocian al proceso de manufactura.

Diseño para el medio ambiente

Dada la importancia del uso de fibras para gran parte de nuestros procesos productivos, contamos con políticas de manejo sostenible de bosques la cual sólo permite la compra a proveedores reconocidos por los sistemas de certificación forestal reconocidos internacionalmente que avalen el proceso de obtención de la fibra, entre ellos:

- ▶ Forest Stewardship Council (FSC).
- ▶ Sustainable Forest Initiative (SFI).
- ▶ Canadian Standards Association's National Sustainable Forest Management Standards (CSA).

▶ Sistema Brasileiro de Certificação Florestal (CERFLOR) in Brazil.

▶ Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC).

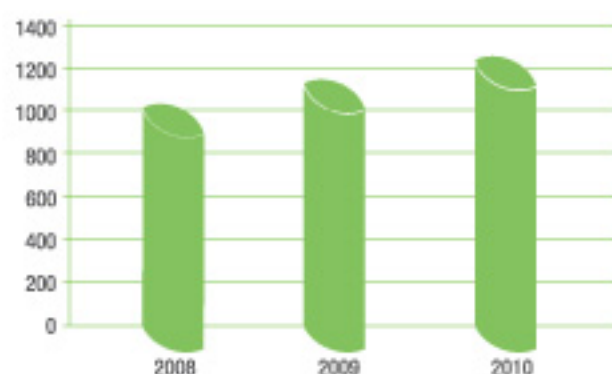
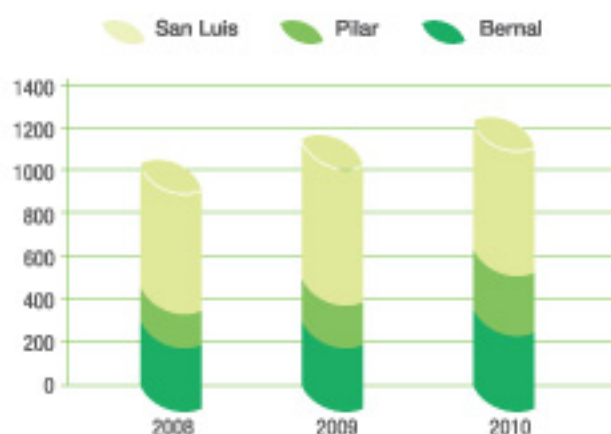
Asimismo, para la fabricación de papel tissue se utiliza un porcentaje de fibra reciclada, proceso que cumple con los requerimientos de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (US Environmental Protection Agency's Paper Products Recovered Materials Advisory Notice).

Inversiones y gastos ambientales

La implementación de las actividades anteriores, que buscaron minimizar los impactos ambientales debidos al normal desarrollo de la producción en nuestras plantas,

así como otras acciones realizadas, ha significado la inversión de US\$ 1.234.000 durante el año 2010.

Gastos e inversiones ambientales

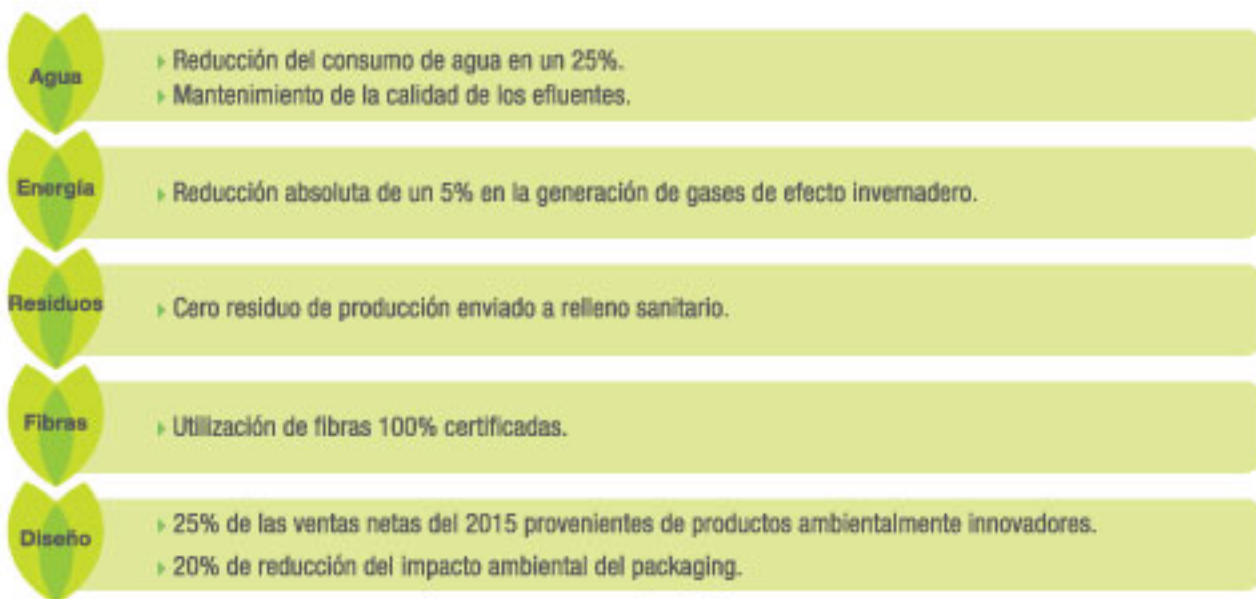


Visión 2015

Nuestro próximo desafío consiste en la integración de los seis puntos clave de Visión 2010 en tres grandes aspectos: personas, planeta y producto.



El ejercicio de la implementación de Visión 2010 y el fortalecimiento del Sistema de Gestión EHS nos ha llevado a establecer nuestra Visión 2015 en la cual hemos definido nuestras iniciativas base que consolidan nuestro compromiso para los próximos cinco años en los siguientes aspectos:





Promoviendo el talento interno y el trabajo en equipo

05



En Kimberly-Clark valoramos el compromiso de nuestra gente y consideramos la gestión de recursos humanos como una pieza fundamental para lograr el desarrollo sustentable de la estrategia del negocio.

A lo largo de los años se han implementando diferentes políticas de recursos humanos basadas en las necesidades de los empleados y en los cambios de la sociedad. Estas iniciativas hoy se ven reflejadas en el reconocimiento obtenido durante el 2010 por el Great Place To Work Institute como la 2^a mejor empresa para trabajar en Argentina en el segmento de compañías con más de mil empleados. Asimismo, se ha alcanzado un alto nivel de participación de los empleados en la encuesta interna IMPUT TO ACTION logrando resultados relevantes.

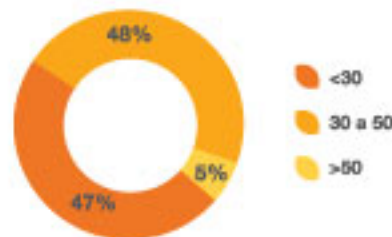
1. Nuestro equipo de trabajo

Uno de los elementos clave para poder convertirnos en una de las compañías más saludables del mundo es construir un entorno de trabajo que promueva el bienestar y el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, así como iniciativas que les permitan mantener el equilibrio entre su vida personal y profesional.

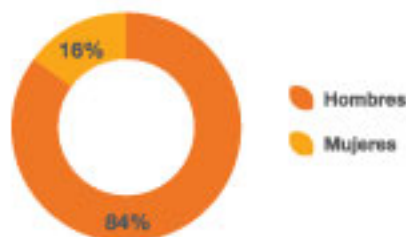
El plantel de colaboradores de Kimberly-Clark está integrado por 1.275 personas, a quienes aseguramos igualdad de oportunidades para el desarrollo tanto personal como profesional, alentando el respeto por las diferencias y la tolerancia en el lugar de trabajo.



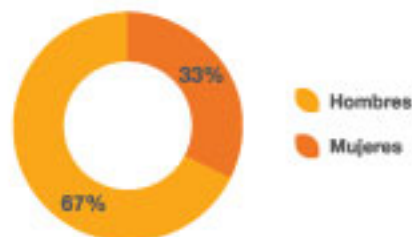
Rotación por edad



Distribución por género



Rotación por género



Tenemos convenios colectivos de trabajo con el Sindicato de Papeleros y el Sindicato de Empleados de Comercio.

Periódicamente se mantienen reuniones con los delegados sindicales para abordar temáticas de mutuo interés.

2. El desarrollo y las oportunidades de crecimiento de nuestra gente

En nuestra gestión de Recursos Humanos la meta es siempre poner a disposición de nuestros empleados diversas herramientas para que puedan desarrollar al máximo su potencial.

Para contribuir al desarrollo profesional, el sistema de búsquedas internas permite que, cuando surge una vacante laboral en la compañía, se de prioridad a candidatos que ya forman parte de la organización y así favorecer la promoción y rotación de puestos al interior de la empresa.

	2009	2010
Ingresos	102	156
Índices de Rotación	7.9%	6.5%

Gestión del Desempeño

El sistema Global Performance Management (GPM) es la herramienta corporativa *online* para la evaluación de desempeño para todos los empleados fuera de convenio. Se trata de un proceso desarrollado anualmente, de acuerdo con el cual cada empleado tiene la posibilidad de realizar un seguimiento cuatrimestral de sus objetivos y verificar su grado de cumplimiento de las metas establecidas, las oportunidades de mejora y el desarrollo de las competencias, teniendo en cuenta las características propias de cada posición y sector. Adicionalmente, la metodología cuenta con una etapa denominada Evaluación 360°, la cual consiste en autoevaluación y otras evaluaciones a cargo de una selección de pares, reportes directos y clientes internos, quienes hacen su aporte en relación al desempeño de las competencias corporativas.

Como consecuencia de este minucioso proceso, se realiza una revisión anual de salarios, en cuya oportunidad cada

empleado recibe un ajuste diferencial y competitivo en función al resultado obtenido en su respectivo GPM. A lo largo de 2010, 652 personas pasaron por este proceso.

Capacitación

La formación permanente de nuestros empleados es otro pilar sobre el que asentamos nuestros objetivos de excelencia corporativa. Para ello, llevamos adelante programas de capacitación orientados a asegurarle a nuestra gente las herramientas que necesita para desarrollar a pleno sus capacidades.

Los seis programas ofrecidos en 2010 son:

I. Proyecto de formación técnica para empleados eduKCar



Este proyecto, que fue bautizado por los propios empleados, está destinado a la capacitación de empleados operativos con el objetivo de brindarles herramientas técnicas. Se realiza en conjunto con la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) en la planta de Pilar y este año alcanzó a 28 líderes, maquinistas de producción.

De los dos años que abarca el programa, durante el primero, además de la realización de Talleres aptitudinales, se proporciona formación básica en Matemática y Física. En la segunda etapa, se suman temáticas desarrolladas por instructores internos de la empresa como: herramientas web, trabajo en equipo, inducción en mantenimiento, calidad, Lean Manufacturing, seguridad industrial & medio ambiente, entre otros.



El proyecto comenzó en agosto 2010 y tiene una duración total de 80 horas. Las primeras 40 hs. se dictaron en 2010 y las restantes se dictarán entre abril y agosto 2011. Las clases se dictan en Planta, fuera del horario de trabajo y está contemplado el pago de las horas extras como así también el transporte y refrigerio. Como soporte y seguimiento a los participantes se desarrolló un Programa de Tutores, llamados "Socios", integrado por:

- ▶ Un Coordinador del programa por parte de Kimberly-Clark.
- ▶ Un Tutor interno, también de Kimberly-Clark, que es elegido por cada participante y se ocupa de hacer el acompañamiento adecuado en este momento de crecimiento profesional y personal.

A su vez contamos con la colaboración de un Asistente Social especializado en aprendizaje de adultos, proveniente de la Universidad Tecnológica Nacional.



Lean Manufacturing es una filosofía de gestión que consiste en satisfacer las necesidades explícitas e implícitas del cliente con el menor consumo de recursos a través de la eliminación continua de desperdicios, variaciones e inflexibilidades. Promueve un cambio y desarrollo de tres dimensiones: Infraestructura de gestión, sistemas operacionales y Mentalidades y Capacidades, siendo este último la clave del éxito del Proyecto.

Actualmente las tres plantas de K-C Argentina operan bajo esta metodología luego de haber transitado 36 semanas del Lanzamiento, en las cuales un equipo especializado se dedicó al diagnóstico, planificación e implementación de acciones orientadas a consolidar esta filosofía de trabajo, con el objetivo de optimizar la eficiencia de la maquinaria instalada.

El éxito de la implementación de esta metodología radica, sin duda, en el compromiso, esfuerzos y disposición al cambio de todos los equipos de trabajo involucrados en la misma, que a partir de actividades de capacitación y talleres de trabajo lograron adoptar la metodología como una nueva forma de trabajo.



II. Programa Desarrollo de Analistas (PDA)

Está destinado a Profesionales y/o estudiantes que ocupan posiciones de Analistas en la compañía y que tengan buen desempeño. El objetivo es prestar a los participantes entrenamiento en gestión y herramientas de liderazgo para:

1. **Desarrollar competencias de gestión corporativa y liderazgo en nuestros profesionales.**
2. **Promover una visión global del negocio.**
3. **Prepararlos como reemplazo de mandos medios y jefaturas de área.**

Organizado en dos etapas, en 2010, 50 profesionales se capacitaron en el primer año del programa, y otro equipo de 50 personas lo hizo en el nivel 2 en el cual se desarrollan otros módulos.

III. Workshop de Innovación

La "Innovación Permanente" es uno de los pilares de nuestra cultura corporativa. Esta actividad de 2 días de duración buscó que los 40 participantes fomenten su lado creativo y se animen a desafiar la forma en que los procesos se llevan a cabo tradicionalmente. En Kimberly-Clark a nivel mundial, pero particularmente en Argentina, la innovación es un factor clave en la generación de ventajas competitivas y de crecimiento de la compañía.

El programa apunta principalmente a que los asistentes puedan:

- ▶ Conectarse y entusiasmarse con su potencial creativo y lograr un alto nivel de motivación.
- ▶ Identificar las ideas, sentimientos y comportamientos que inhiben o estimulan su potencial creativo.
- ▶ Adoptar técnicas para estimular la cantidad y la calidad de las ideas.
- ▶ Desarrollar la capacidad de crear colectivamente.
- ▶ Disponerse creativamente frente a todos los desafíos que le plantea su realidad de manera que logren transformar el malestar en impulso creativo.

IV. Talleres de Integración

En 2010, comenzamos a implementar en nuestras plantas los "Talleres de Integración", los cuales están orientados

hacia un triple objetivo:

- ▶ Generar un nuevo espacio de reflexión.
- ▶ Afianzar los lazos entre los integrantes del equipo.
- ▶ Trabajar sobre la confianza en el otro.

Los talleres están destinados a operadores de equipos de máquina junto con su supervisor o líder. Los participantes comparten una jornada de reflexión y diálogo fuera de planta a fin de mejorar el trabajo en equipo al mismo tiempo que son asesorados por un facilitador externo y por el sector de Recursos Humanos de la compañía.

Se hicieron 5 talleres en Bernal (4 de producción y 1 de calidad) en los que participaron 56 personas.

V. Liderazgo Inspirador - Una cultura y un liderazgo de responsabilidad

Es un programa que busca instalar en los empleados un estilo de liderazgo que favorezca una gestión integral del negocio. Prioriza la generación de líderes que se apropien de la responsabilidad de:

1. **Guiar y desarrollar a su gente, dándoles feedback efectivo sobre su desempeño y su carrera.**
2. **Administrar eficientemente los recursos y las políticas que la compañía les delegó.**
3. **Gestionar la motivación y la cultura de sus equipos.**
4. **Promover la innovación permanente.**

Los objetivos del programa consisten en:

- ▶ Tomar conciencia del estilo personal de liderazgo y del impacto que tiene alrededor.
- ▶ Hacerse cargo de la gestión integral del equipo y área de responsabilidad.
- ▶ Desarrollar el talento de los colaboradores.
- ▶ Promover una actitud de innovación permanente.
- ▶ Gestionar la cultura, clima y evolución del equipo.
- ▶ Conectarse y entusiasmarse con el propio potencial de liderazgo.

En 2010 se llevó a cabo la primera edición del programa que contó con la participación de 25 líderes.

VI. Presentaciones Inspiradoras

Las presentaciones se desarrollan a lo largo de un taller que prevé dos encuentros en los cuales los líderes de la organización desarrollan habilidades de oratoria para realizar presentaciones en público. En esta primera instancia participaron 40 líderes.

Curso	Carga horaria
Innovación	16 hs.
Liderazgo Inspirador	48 hs.
Presentaciones Inspiradoras	16 hs.
PDA I y II	96 hs. (cada uno)

3. Compensaciones y beneficios

Nuestra política de compensaciones se basa en la filosofía de brindar equidad interna y mantener competitividad externa.

La metodología desarrollada por HAY²¹ Group es la que utilizamos para administrar el sistema de compensaciones y beneficios. Con el objetivo de mantener una posición competitiva en el mercado laboral, encargamos regularmente encuestas salariales para corroborar nuestro nivel con respecto a otras empresas del segmento.

La remuneración salarial se complementa con un paquete de beneficios asignados de acuerdo al nivel jerárquico de los empleados. Asimismo, aseguramos a toda nuestra gente los beneficios incluidos dentro del Programa Vivir Bien²².

Otros beneficios:

- ▶ Horario flexible²³
- ▶ Seguro de vida obligatorio
- ▶ Préstamos personales para emergencias o casos de fuerza mayor
- ▶ Plan privado de salud
- ▶ Vestimenta informal²³
- ▶ Regalo por nacimiento
- ▶ Venta de productos a empleados
- ▶ Family Day
- ▶ Eventos institucionales
- ▶ Reconocimiento a la trayectoria
- ▶ Caja Navideña
- ▶ Gratificación extraordinaria variable o bonus fijo según nivel²⁴
- ▶ Extensión de la jornada por paternidad
- ▶ Vacaciones adicionales²⁴
- ▶ Chequeo médico anual para toda la compañía

4. Clima laboral

Uno de los objetivos de Kimberly-Clark es sostener una visión de compañía saludable en donde la salud y el bienestar de nuestros empleados son una prioridad.

I. Vivir Bien²²

A través del Programa Vivir Bien buscamos afianzar entre los colaboradores el equilibrio entre el trabajo y la vida personal. Los cuatro ejes principales de nuestro "Programa Vivir Bien":

²¹ Método para la definición de puestos y administración de Compensaciones y Beneficios administrado por Hay Group.

²² El reporte de Sustentabilidad 2009 de Kimberly-Clark incluye información detallada sobre el programa Vivir Bien.

²³ Estos beneficios sólo se ofrecen a los empleados fuera de convenio.

²⁴ Aproximadamente 129 empleados gozan de una semana adicional de vacaciones. Este beneficio es exclusivo para todos los funcionarios en posiciones de jefatura y de ahí en adelante.



- 👉 Vivir BIEN el TRABAJO
- 👉 Vivir BIEN el ESPARCIMIENTO
- 👉 Vivir BIEN la SALUD EMOCIONAL
- 👉 Vivir BIEN la SALUD FÍSICA

A las iniciativas realizadas en 2008 y 2009, en 2010 se sumaron nuevas actividades y otras se renovaron:



Vuelta al Cole

Se trata de un evento en el que se invita a todas las familias, se realizan actividades y juegos y se distribuyen mochilas con útiles escolares. A través de esta actividad, renovamos cada año el compromiso de la compañía con la educación de los jóvenes y en especial de los hijos de nuestros empleados.

Lo novedoso de la edición 2010 fue que se organizó una vuelta al cole "temática" con espectáculos alusivos al Bicentenario de nuestro país. En lo que fue un evento muy similar a un festejo patrio, la recreación se centró en la presentación de la obra "Romance para títeres de los días de mayo" que hizo referencia a las personas y hechos más importantes que culminaron con la formación del primer gobierno patrio en 1810.

Se entregaron más de 600 kits escolares compuestos de una mochila y útiles varios, tanto para los colaboradores de las plantas como de las oficinas.

Charlas familiares

Durante los encuentros se tratan temas de interés familiar, que van desde Inteligencia Emocional para padres, hasta información sobre problemas de adicciones, alimentación, etc. Estas actividades están a cargo de nuestra área de Servicios de Salud y cuentan con la participación y asesoramiento de especialistas en la materia.

En la planta de Pilar las charlas que se hicieron fueron junto a la visita de las familias. Los temas desarrollados fueron cuidados de la piel, nutrición, finanzas familiares y prevención de accidentes domésticos. En total participaron aproximadamente 140 personas a lo largo del año.

La familia nos visita en la plantas

Durante determinados sábados del año se invita a las familias a visitar cada una de nuestras plantas. La jornada consiste en una recorrida por las instalaciones donde a los más grandes se les explica las etapas del proceso productivo, mientras que los más chicos se entretienen jugando y conociendo el lugar de trabajo de sus papás o mamás. Una vez finalizada la recorrida y a continuación de un rico desayuno, los invitados reciben charlas sobre salud física o emocional.

En Bernal nos visitaron 12 Familias (30 adultos y 26 chicos). En Pilar, se hicieron 4 visitas, de las que participaron en

promedio 7 familias por visita. En San Luis, realizamos 15 visitas a planta y asistieron 350 personas.

El mes del Mundial

Teniendo en cuenta que junio de este año fue el mes del Mundial 2010, se organizaron diferentes actividades en alusión a tan importante evento. Además de ambientar las oficinas con banderas argentinas y carteles, invitamos a nuestros empleados a ver los partidos que se jugaron en horario de trabajo y se organizó un concurso corporativo en el que se anotaron más de 900 empleados.

Entre los premios programados para las diferentes categorías a medida que el mundial avanzaba se incluyeron más de 40 camisetas oficiales de la selección, plasmas y un viaje a Rio de Janeiro para el ganador.

Festejos del Bicentenario

Para el festejo del bicentenario se organizaron diversas actividades: un desayuno de celebración, concursos con preguntas referidas a la historia de nuestra patria, sorteos semanales de 10 pares de entradas de cine, acciones de comunicación interna para recordar los acontecimientos de mayo y finalmente, el viernes 20 de mayo se entregaron escarapelas a todos los empleados.

Durante tres sábados del mes de mayo invitamos a las familias a realizar paseos didácticos por lugares tan importantes como la Plaza de Mayo, la Catedral Metropolitana, la Casa Rosada, la Legislatura porteña, El Cabildo, El Museo Histórico Nacional y La Manzana de las Luces.

Día K-C - Un recreo de 24 horas

El objetivo de este beneficio es brindar a nuestros empleados un día libre al año para que ellos puedan disfrutarlo como quieran. De esta manera, ellos tienen la posibilidad de elegir el día que desean tomarse entre marzo y diciembre para dedicarlo a la familia, el descanso o actividades de índole personal.



Concurso de Dibujo para Hijos de empleados

Durante septiembre de 2010 tanto en nuestras plantas de producción como en las oficinas administrativas, organizamos un concurso de dibujo para los hijos de nuestros empleados de hasta 12 años. En la edición 2010 la temática del concurso fue "tu actividad saludable favorita/ tu fruta favorita" y participaron 30 niños. Al finalizar se distribuyeron importantes premios entre los ganadores.

Semana de la Salud

En septiembre de 2010, desarrollamos la Semana de la Salud en cada uno de nuestras locaciones. Durante cinco días pudimos disfrutar de diferentes actividades que incluyeron clases de yoga, reggaeton y consejos para preparar un desayuno saludable.

Cada lugar de trabajo preparó distintas actividades en relación a la salud. Sesiones de masajes y reflexología, charlas sobre relaciones familiares saludables, clases de gimnasia, autoevaluaciones médicas y controles dermatológicos, oftalmológicos y odontológicos fueron otras de las tantas opciones que acercamos a nuestros empleados. En total participaron 130 empleados en Madero, 210 en Bernal y CLAS y 550 en San Luis.



Housekeeping day

Esta novedosa iniciativa busca generar un momento específico dedicado al orden y limpieza del lugar de trabajo. Se llevó a cabo en cada site y permitió a los empleados dejar, por un tiempo, sus obligaciones laborales para encargarse de poner orden en su respectiva estación de trabajo.

Tarjeta Vivir Bien

Se relanzó la tarjeta Vivir Bien, la cual permite acceder a interesantes descuentos en todo el país para diversos comercios y servicios: cines, alquiler de autos, hoteles, gimnasios, jugueterías, restaurantes, servicios y teatros, entre otros. Los usuarios pueden usarla sin límite todas las veces que deseen mientras el beneficio o servicio esté vigente. Actualmente tenemos 1200 tarjetas en uso.



Equipo de Corredores

En Kimberly-Clark valoramos la vida sana y por eso contamos con un equipo de corredores. Ellos entrenan dos veces por semana y cuentan con el asesoramiento y liderazgo de un reconocido corredor y entrenador personal.

Hay un equipo de corredores en Madero, uno en Pilar y uno en Bernal. En total participan más de 30 personas y compiten en distintas competencias de 3km, 5km, 7km y 10km. Estos corredores nos representan en la Maratón Kleenex que se organiza anualmente.

Política de Adaptación de Madres Recientes

Desde 2008, hemos implementado el otorgamiento de dos días adicionales a nuestros empleados hombres que se toman licencia por paternidad. En 2010, 44 empleados gozaron de este beneficio que extiende su tiempo para el cuidado conjunto del bebé y la madre en un momento tan importante.

En 2009 la iniciativa se amplió a las mujeres siguiendo la misma filosofía de promover el equilibrio entre vida laboral y personal. Nuestra política de "Adaptación a madres recientes" ofrece a madres recientes, una reducción horaria de la jornada laboral una vez finalizada su licencia por maternidad, sin impactar en su salario. En una primera instancia, la madre se reincorpora con un mínimo de cuatro horas de trabajo, que irán aumentando mes a mes en relación al crecimiento del bebé. El objetivo es permitir tanto a la madre como al niño adaptarse gradualmente a la rutina laboral y que esto no impacte en forma negativa en el vínculo familiar. En 2010, 5 empleadas gozaron de este beneficio.

II. Encuesta Corporativa KCC – Input to Action

Nos interesa conocer la opinión de nuestra gente, para ello desarrollamos encuestas internas que se complementan con estudios encargados a consultoras externas. En 2010, se realizó InPut to Action II. Se trata de una encuesta que se realiza cada dos años con el objetivo de medir la eficiencia de los empleados respecto de dos aspectos: *el Compromiso y el Soporte Organizacional*.



Compromiso

Tiene directa relación con la **MOTIVACIÓN** de los **EMPLEADOS** y comprende 3 factores:

- ▶ Grado de compromiso psicológico o emocional del empleado con la compañía.

- ▶ La voluntad del empleado de brindar un esfuerzo adicional (darle a la Compañía más de lo que se espera).

- ▶ El deseo del empleado de permanecer en la Compañía.

Soporte Organizacional

Consiste en el grado de **APTITUD** de la **COMPAÑÍA** para proveerles a los empleados los recursos necesarios para hacer mejor su trabajo: se trata de apoyar la motivación del empleado con un clima laboral en el que sus esfuerzos sean valorados adecuadamente y su labor potenciada al máximo.

	2008	2010
Compromiso	86%	91%
Soporte organizacional	79%	85%



III. Great Place To Work

Tras un riguroso proceso de medición de diversas variables, fuimos reconocidos por el GPTW Institute como la 2ª mejor empresa para trabajar en Argentina en el segmento de compañías con más de mil empleados. Con esta distinción pasamos a formar parte de una comunidad de organizaciones que son referentes directos para inversores, consumidores, competidores y para la sociedad en general, en especial para las personas que están en busca de nuevas oportunidades de trabajo.

Integrar este ranking implica ser medido y evaluado según parámetros de alta exigencia. Ellos incluyen el examen de un modelo aspiracional de comportamientos de excelencia y el análisis de la singularidad e integración de las políticas y prácticas desarrolladas por la organización.



El arduo proceso de medición contempla dos variables para obtener el resultado final:

- 1- **Trust Index:** consiste en una encuesta de clima laboral que el instituto lleva a cabo en forma directa e involucra a todos los empleados de la organización.
- 2- **Culture audit:** se trata de un relevamiento de políticas y prácticas vigentes en la organización tanto en relación a los beneficios para empleados como a las iniciativas llevadas a cabo para reconocer su esfuerzo y compromiso con la empresa.

5. Servicios de salud

Servicios de Salud tiene como responsabilidad brindar información médica sobre temas de salud y ofrecer asesoramiento y atención de consultas no sólo de nuestros empleados sino también la de los miembros de sus familias.

Algunas de las acciones de salud implementadas en el 2010:

Los objetivos fundamentales son:

- ▶ Optimizar la salud individual y organizacional.
- ▶ Proporcionar información de salud como soporte para el negocio de Kimberly-Clark.
- ▶ Ofrecer programas de desarrollo ocupacional en el lugar de trabajo.

Programa de Asistencia al Empleado

El programa ofrece, tanto a los trabajadores como a sus familias, apoyo y orientación sobre trastornos emocionales o inquietudes de tipo jurídico o contables. Formado por un grupo interdisciplinario de profesionales psicólogos, psiquiatras, abogados y contadores, nuestra empresa proveedora -Icas Argentina- brinda apoyo psicológico, contención emocional, asesoramiento e información.

Para obtener ayuda, los trabajadores y sus familias pueden llamar en cualquier momento las 24 horas del día, los 365 días del año a una línea gratuita. La atención es ilimitada, gratuita y confidencial.

Según datos de 2010, el porcentaje de utilización del programa fue del 13,2% (el estándar de uso a nivel internacional de este tipo de programas está entre el 10 y el 15%).

- ▶ Se abrieron 170 nuevos casos, que conllevaron 361 intervenciones profesionales.
- ▶ Las consultas fueron por diferentes temas: Legales 63%, counseling cara a cara 18%, counseling telefónico 8%, financieros 5%, pedido de información 4%, asesoramiento a gerentes y supervisores 2%.

Programa de Asistencia al Empleado

• **Counseling por temas**

- ▶ 40% pareja y familia (hijos, rendimiento escolar, salud, divorcio).
- ▶ 33% estados de ánimo (angustia, duelo, ansiedad)
- ▶ 13% estrés.
- ▶ 7% vínculos.
- ▶ 7% psicológicos.
- ▶ Legales 31% (alquileres, compraventas, adopciones, división de bienes, cuotas).
- ▶ 19% familia.
- ▶ 16% otros temas.
- ▶ 11% financieros.
- ▶ 8% derechos del consumidor.
- ▶ 4% compraventa de rodados.

Protección auditiva: este programa tiene el objetivo de brindar información y generar conciencia sobre las consecuencias de llevar adelante prácticas que ponen en riesgo la capacidad auditiva de nuestros empleados en su lugar de trabajo.

Campaña de control de peso, planes de alimentación saludable: se buscó promover en nuestra gente el cuidado de la salud y resaltar la importancia de una alimentación sana y balanceada.

Programa de Ergonomía: el objetivo consistió en medir cada puesto laboral en función de las posturas corporales

requeridas atendiendo a los posibles riesgos y fomentando las buenas prácticas ergonómicas. Un grupo interdisciplinario, incluyendo el soporte de un ergónomo, realizó un mapa de riesgos ergonómico de cada una de las plantas que permitió definir las tareas críticas de cada puesto laboral. Esas tareas fueron analizadas por varios métodos de medición, incluyendo los corporativos y de requisitos legales. También se organizó una capacitación al personal de ingeniería, mantenimiento, EHS, servicio médico y producción, sobre los resultados obtenidos en el informe de ergonomía.

Campaña Prevención Gripe A: esta iniciativa promueve el cuidado de la salud como factor fundamental para todos los empleados brindando la aplicación de la vacuna antigripal gratuitamente en época invernal.

Mantené el peso en las Fiestas: pensando en el bienestar de su gente y teniendo en cuenta que la salud debe ser una prioridad para todos, Kimberly-Clark lanzó un concurso para que los miembros de la compañía no aumentaran su peso significativamente durante las fiestas de fin de año. Este desafío además de premiar a los "ganadores" ofreció una interesante oportunidad para aprender a alimentarse mejor.

6. Seguridad: Concientización y Prevención

En Kimberly-Clark promovemos y apoyamos la seguridad de nuestros empleados y sus familias, contribuyendo no sólo a una mayor seguridad laboral sino también a una mayor concientización sobre riesgos y prevención de accidentes dentro y fuera del trabajo.

En 2010, continuamos con la "Semana de la Seguridad" en todas las plantas, oficinas y centros de distribución de Argentina, la cual tuvo como objetivo que los empleados reflexionen sobre la importancia de apropiarse de una actitud

preventiva para evitar accidentes en la vía pública. Los cuatro temas abordados fueron:

- ▶ Cinturón de seguridad.
- ▶ Velocidad.
- ▶ Bicicletas y motos.
- ▶ Vida en comunidad.

Site	Participantes
Madero	66
Rulero	10
Boston	10
Cias	32
Bernal	147
Pilar	246
San Luis	284
Total	795

Programa Global de Prevención de Eventos "Centinela"

A través de este programa, se trabajó en la definición de potenciales eventos, sus categorías y la importancia de realizar su reporte y participar de los talleres que se realizan en cada site. Adicionalmente, se repasaron los eventos más significativos de la región.

¿QUÉ ES UN EVENTO POTENCIAL?

Un incidente o un acto/condición subestándar con el potencial de producir una fatalidad o pérdidas catastróficas.

Los eventos predictores de accidentes fatales en K-C son los siguientes:

- ▶ Caída de Materiales.
- ▶ Eventos con Montacargas.
- ▶ Caídas (Trabajos en alturas).
- ▶ Contacto con electricidad.
- ▶ Contacto con equipo energizado.
- ▶ Operaciones en Espacios Confinados.
- ▶ Incendios y Explosiones.
- ▶ Transporte.

Programa de eventos		
Site	Tipo de evento: Incidentes	Tipo de evento: Observaciones
Bernal	3	9
Pilar	1	4
San Luis	0	9



También se realizaron capacitaciones en las plantas, sobre los siguientes temas: Uso de elementos de protección personal, Protección Respiratoria, Protección Ocular, Protección Auditiva, Cuidado de las Manos. Las mismas se desarrollaron a través de un juego, que permitió la participación de todos los empleados.

En las oficinas y centros de distribución, se dieron entrenamientos sobre seguridad en el hogar. Entre otros temas se abordaron los siguientes:

- ▶ Seguridad eléctrica en el hogar.
- ▶ Uso correcto de elementos a gas.
- ▶ Medicamentos y artículos de limpieza al alcance de los niños.
- ▶ Piscinas y artículos en el jardín.
- ▶ Prevención de incendios.

Continuamos con la campaña de seguridad industrial "Estrellas Seguras", la cual se implementa a través de un sistema iconográfico de aviso de riesgos contemplando tres tipos de estrellas identificadas con distintos colores y señalizando la presencia de un riesgo potencial o incidente, como herramienta de control y comunicación con nuestro equipo de trabajo.

Todas las plantas poseen Comités de Salud y Seguridad integrados por personal operativo y directivo en forma equitativa. El personal bajo convenio está representado por un empleado de cada área de la planta, de forma tal que el 100% del personal esté representado en el Comité.

Un fuerte compromiso con el desarrollo social

06



La promoción social es una prioridad en nuestra gestión corporativa, para lo cual desarrollamos una serie de iniciativas que tienen el objetivo de promover el acceso a la salud y la educación, y mejorar la calidad de vida de los grupos vulnerables de nuestra comunidad.

Kimberly-Clark continúa desarrollando un papel relevante con su programa PROYECTAR, el cual refleja nuestro compromiso con la Sustentabilidad y con nuestros diferentes grupos de interés. En el ámbito social, uno de sus componentes clave es el programa +comUNIDAD.

+comUNIDAD

A lo largo de 2010, trabajamos dando continuidad y reforzando el programa de relaciones con la comunidad, relanzado en 2008 bajo el nombre +comUNIDAD, a través del cual buscamos apoyar a diversas instituciones locales y atender a las necesidades más urgentes de las comunidades con las cuales la empresa interactúa diariamente.

+comUNIDAD reúne diversas iniciativas alrededor de tres áreas bien definidas:

- ▶ **+comUNIDAD Educación:** se basa en la educación como herramienta fundamental de promoción social. Está orientado a desarrollar habilidades y oficios en niños de 0 a 4 años -primera infancia- y adultos jóvenes -18 a 25 años- que provienen de sectores desprotegidos. Su objetivo consiste en favorecer la inserción laboral y social de las nuevas generaciones en la sociedad.
- ▶ **+comUNIDAD Calidad de Vida:** a través del deporte, actividades culturales y de esparcimiento, busca inducir una mejora en la calidad de vida de la población.
- ▶ **+comUNIDAD Salud:** asiste al grupo familiar en la prevención sanitaria. Brinda educación sobre temas específicos relacionados con la salud de la comunidad.

Año tras año se realiza un riguroso análisis de los resultados y metas alcanzadas en cada programa, se identifican oportunidades de mejora y se proponen nuevos objetivos.

Los programas que se llevan a cabo dentro del marco de +comUNIDAD son:

Aprendiendo Juntos

En su segundo año de implementación, este programa instrumentado en conjunto con la Asociación Conciencia, brinda capacitación y asistencia técnica a jóvenes de entre 16 y 21 años vinculados con la escuela de educación Técnica N° 2 "Paula Albarracín de Sarmiento" de la localidad de Bernal, Quilmes, ubicada frente a nuestra planta de producción.

Tiene por objetivo la inserción y permanencia de los jóvenes en el sistema laboral ofreciéndoles oportunidades

+comUNIDAD



de formación técnico-profesional para que desarrollen una cultura de trabajo en la comunidad a la cual pertenecen.

El programa se desarrolla dentro de la misma escuela fuera de su horario escolar.

En 2010 se llevaron a cabo seis cursos de entre 35 y 40 horas de duración cada uno sobre distintas temáticas:

Curso	Participantes
Técnicas Analíticas instrumentales en química	15
Proyecto de Informática aplicada a los Dispositivos de accionamiento y Control	25
Aula de automatización con PLC	16
Proyecto Curso de Orientación Electromecánica	56
Asistente de Laboratorio Química	31
Laboratorio de procesamiento de placas cobreadas	27

Programa de Salud Comunitaria – Posta Sanitaria Pilar

La Posta Sanitaria ha alcanzado su tercer año de vida y continúa su trabajo como centro de atención primaria para los vecinos de los barrios “Las Lilas” y “Monterrey” de Derqui, partido de Pilar.

Además de las actividades corrientes del programa, en 2010 se realizaron nuevas propuestas tendientes a mejorar la calidad de vida y la salud de la comunidad:

- ▶ En los meses de verano, se llevaron a cabo diversos talleres en los cuales se brindó información a las familias sobre cómo conservar los alimentos y los cuidados sanitarios necesarios a tener en cuenta para evitar diarreas en época estival.
- ▶ Se coordinaron visitas a pacientes diabéticos para relevar su estado de salud y el grado de cumplimiento del tratamiento de su enfermedad.
- ▶ Los alumnos de la materia Atención Médica Primaria de la Facultad de Ciencias Biomédicas de la Universidad Austral recorrieron los barrios y entraron en contacto directo con las familias del lugar. Además de invitarlos a una consulta periódica de salud, las visitas permitieron observar el nivel socioeconómico de las familias e identificar los factores de riesgo para la salud más comunes de la zona.

Otro punto destacable del programa en 2010 es el acondicionamiento y puesta en funcionamiento de una segunda sala de atención médica en la Posta Sanitaria. Para dicha iniciativa la empresa contó con el apoyo de 21 empleados que, junto con vecinos del lugar, trabajaron en equipo involucrándose en un proyecto común.

El impacto positivo de esta intervención en la calidad de vida de la población es significativo. El abordaje de trabajo de la Posta ha permitido a muchas de nuestras familias asistidas hablar de sus problemas relacionados a la nutrición, aprender, comprender, incorporar y transmitir hábitos saludables en su entorno familiar. De allí surge M.H.A.A.S. (Programa de Modificación de Hábitos Alimentarios Autosustentado) con el objetivo de mejorar el estado nutricional de la comunidad por medio de la educación alimentaria y del autoabastecimiento de alimentos a través del desarrollo de una huerta familiar. En el año 2009, se realizó según distintos criterios de inclusión, la preselección de familias que se atienden en la posta sanitaria y son 11 las familias que llevan

comUNIDAD
salud





adelante este programa. En 2010, se desarrollaron los encuentros de capacitación con menor periodicidad en la Posta Sanitaria y en las casas de los beneficiarios, en donde se crea un espacio de intercambio de las experiencias entre las familias; y de esta forma los profesionales a cargo se convierten en facilitadores del mismo.

Algunos de los cambios observados son:

- ▶ Se produjo ahorro de dinero en la compra de alimentos.
- ▶ Mejora en la variabilidad de consumo (aumento del consumo de hortalizas).
- ▶ Consumo de cortes cárneos de mayor calidad a los que no accedían o que eran consumidos de manera aislada (por el ahorro producido en la compra de vegetales).
- ▶ Mejora en la evolución de patologías asociadas a la malnutrición, con la normalización del perfil lipídico y glucémico.

Un valor reconocido por los beneficiarios es que en la huerta participan todos los integrantes de la familia y crea un espacio de vínculos y valores. Este año el aumento de la capacidad de producción y la sinergia consecuente entre las familias por las actividades grupales desarrolladas posibilita como desafío el

desarrollo de nuevas actividades como otro horizonte que es el de planificar talleres para la gestión de futuros microemprendimientos: plantines de hierbas aromáticas, siembra de cañas para muebles artesanales, producción de productos derivados de la huerta como conservas, etc., son sólo algunos de los proyectos en estudio. Cabe señalar que este es un punto importante porque además del autoabastecimiento desde la Posta nos esforzamos por el desarrollo y aplicación del concepto de comunidad, cooperación y sinergia comunitaria como medio para mejorar la calidad de vida de las familias del barrio.

Talleres de educación sanitaria desarrollados en 2010

Se realizaron entre 2 y 3 talleres de educación mensuales sobre: Alimentación adecuada, Higiene personal dirigido a niños, adolescentes y mujeres, Higiene y seguridad en la preparación de alimentos, Educación diabetológica, Vacunas, Control de signos vitales, Manejo de síndrome febril, RCP, Estimulación de la lactancia, Cuidados en el embarazo y del recién nacido, Salud Bucodental, Crianza, Derechos de la mujer embarazada y del recién nacido, Prevención del dengue, Prevención de la gripe, Prevención animales ponzoñosos, Prevención de pediculosis, Prevención de diarreas, Cuidados de la piel, Talleres del Programa de Modificación de Hábitos Alimentarios Autosustentado (Huertas familiares).

Actividades de Atención Primaria de la Salud (APS) que se desarrollan en la Posta Sanitaria

- ▶ "Asistencia Integral de la Comunidad".
- ▶ "Programa de Educación Comunitaria".
- ▶ "Programa de Modificación de Hábitos Alimentarios Autosustentado".
- ▶ "Programa de Evaluación Nutricional y Educación Alimentaria".
- ▶ "Programa de Educación para una Maternidad Saludable".
- ▶ "Programa de Grupos de Apoyo" (Grupo de Crianza y próximo Grupo de Diabéticos).
- ▶ "Salud es Aprender a trabajar bien".
- ▶ "Programa de Formación de Agentes Comunitarios de la Salud". *En evaluación.*
- ▶ "Programa de Educación Infantil Escolar". *En evaluación.*
- ▶ "Programa de Prevención y Rehabilitación Cardiovascular". *En planificación.*

Posta Sanitaria en números desde el 02 de junio de 2007 al 31 de diciembre de 2010

- ▶ Historias Clínicas familiares hasta octubre de 2010 inclusive: 495.
- ▶ Consultas desde el 02 de junio de 2007 hasta octubre de 2010 inclusive: 10.434.
- ▶ Talleres de educación sanitaria desde el 02 de junio de 2007 al mes de noviembre de 2010 inclusive: 81.
- ▶ Beneficiarios desde el 2 de junio de 2007 hasta diciembre de 2010 inclusive: 1411 participantes entre niños y adultos.
- ▶ Talleres de educación sanitaria 2010: 21 talleres.
- ▶ Beneficiarios 2010: 323 participantes entre niños y adultos.
- ▶ Consultas programadas obstétricas (promedio / mes) 2010: 20.

Centro de Equinoterapia Valle Azul:

Desde el 2009, nuestra compañía apoya al Centro de Equinoterapia Valle Azul, en Potrero de los Funes, San Luis, en donde funciona una de nuestras plantas.

En 2010 aumentamos la apuesta y organizamos las Olimpiadas Especiales de Equinoterapia que se llevaron a cabo el 1 y 2 de octubre. En el evento participaron 77 niños provenientes de diferentes puntos del país que tuvieron la oportunidad de realizar actividades tendientes a mejorar su

calidad de vida y aumentar su autoestima.

Las olimpiadas permitieron al público observar pruebas con los caballos y conocer un poco más sobre esta novedosa propuesta terapéutica.

comUNIDAD
calidad de vida



Programa de Donaciones

Si bien Kimberly-Clark no realiza donaciones a personas particulares ni intervenciones asistencialistas, su participación es determinante cuando se trata de una catástrofe natural o una situación de extrema urgencia.

A lo largo de 2010 colaboramos con las inundaciones en Quilmes, Provincia de Buenos Aires, donando 3144 pañales Huggies y 480 rollos de papel higiénico Scott, y junto a la gobernación de San Luis donamos 20.500 pañales Huggies para los afectados por el terremoto en Haití.

Adicionalmente, se realizó una donación a los tres primeros bebés nacidos en el año, quienes recibirán pañales Huggies durante los 2 (dos) primeros años de vida.

Durante el año 2010 Kimberly-Clark realizó donaciones por un total de 62.240 pañales.

Programa de Voluntariado

Nuestra compañía reúne regularmente a sus empleados en actividades de voluntariado, que se desarrollan en horas de oficina, o también a veces fuera del horario laboral, mediante convocatorias generales en las cuales se los invita

a participar en diversas jornadas de trabajo comunitario. Para cada ocasión se lleva a cabo una presentación del proyecto social y se describen las actividades que se desarrollarán con su ayuda.

En 2010 se realizaron 4 convocatorias en las cuales se involucraron 394 empleados:

+comUNIDAD
voluntariado

Actividad	Voluntarios
Pintar la Posta Sanitaria - Pilar	21
Día del niño	20
Día del Voluntario / Plantación de árboles junto a la Fundación Caminando Juntos	3
Nochebuena para Todos	350

Para el Día del Niño continuamos con la acción "Sonrisas 2x1 – Tu ayuda vale doble" que consistió en invitar a todos nuestros empleados a regalar un juguete y por cada regalo recibido Kimberly-Clark donó uno adicional.

Las instituciones beneficiarias fueron:

- ▶ Bernal: Sociedad de fomento Villa Independencia ubicada en Lanús Este. Se donaron 250 juguetes.
- ▶ Pilar: unas 20 personas de Planta Pilar festejaron en el Hogar Santa Marta, ubicado en Derqui. Pudimos recolectar más de 500 alimentos no perecederos.
- ▶ San Luis: hicimos una colecta de alimentos para ayudar al comedor que funciona en el Centro Comunitario Monseñor Pedro Dionisio Tibiletti, además de los alimentos que todos los empleados de la planta recolectaron (aprox. para abastecer al comedor durante 6 meses), llevamos juguetes y también se presentó un show de títeres.



Taller musical

En abril de 2010, comenzó a funcionar el taller musical dirigido a alumnos de 12 y 13 años de la Escuela de Educación Técnica Nº 2 de Bernal (partido de Quilmes) donde la compañía posee una de sus plantas. Esta iniciativa consiste en la enseñanza sobre el armado de instrumentos musicales con objetos y materiales de uso cotidiano, que producen sonidos mediante simples mecanismos de acción. Los jóvenes asistieron a una clase semanal durante todo el año. A lo largo de los encuentros, 25 adolescentes aprendieron a sonorizar canciones del repertorio local tradicional y crearon los "cotidifonos", instrumentos musicales a partir de materiales desechables. Asimismo, recibieron formación para crear ellos mismos partituras para bandas rítmicas a través del método de escritura analógica.

Este programa busca contribuir, a través de la cultura, al fortalecimiento de los valores ciudadanos y el trabajo en

equipo. Es por esto que a lo largo del año se apoyó a Papelnonos, un conjunto de adultos de entre 60 y 91 años que cantan, bailan y tocan instrumentos que ellos mismos realizan en papel. Los Papelnonos y los adolescentes que asisten al taller compartieron varios encuentros durante 2010 con el objetivo de promover la interacción y el diálogo intergeneracional. Con un total de 192 horas distribuidas en 64 clases, y como resultado de estos encuentros, el domingo 5 de septiembre ambos grupos presentaron un show musical en el Teatro Santa María (CABA).



Acciones y Alianzas en temas genéricos de Interés Social

Creemos que el trabajo en equipo es una de las claves del éxito no sólo en la gestión corporativa sino también en todas las acciones de responsabilidad social. Es por eso que en 2010 se realizaron diferentes iniciativas en el marco de las cuales nuestra compañía trabajó activamente con otras organizaciones.

- ▶ **"Espacios Públicos del Bicentenario":** junto con otras empresas sponsorizamos el programa impulsado por la AmCham, la Cámara de Comercio de los Estados Unidos con sede en el país. Dicho programa, llevado a cabo en conjunto por el Gobierno de la Ciudad y la Embajada de Estados Unidos,



apuntó a la creación de un nuevo espacio público en la ciudad en la zona de parques entre las calles Figueroa Alcorta, Av. Lugones y Pampa. La iniciativa incluyó la plantación de 200 lapachos y la instalación de bancos, cestos y luminarias.

- ▶ **Fundación Caminando Juntos²⁵:** en 2010, Kimberly-Clark participó en la iniciativa de la plantación de árboles en la localidad de José C. Paz. Además, se sostuvo el compromiso asumido el año pasado por todas las empresas miembro de destinar \$700.000 al financiamiento de los gastos operativos de la fundación durante sus primeros tres años de vida.
- ▶ **Sumando Valores:** es un programa que busca fomentar valores que repercutan en pequeñas acciones que impacten positivamente en la sociedad y que se repliquen infinitamente,



a través de los valores que caracterizan nuestra cultura corporativa, como el trabajo en equipo, el respeto y la pasión. Busca, además, convocar la buena voluntad de todas las personas e instituciones que trabajan dentro del marco de la responsabilidad social.



Iniciado en 2009, continuó durante 2010. Este año, en el mes de marzo y en el marco del "mes de la mujer" K-C presentó un estudio sobre el "Imaginario de las mujeres argentinas" que reflejó los principales intereses y valores de las argentinas en los diferentes momentos de sus vidas. Se invitó a reflexionar sobre el imaginario femenino, y a generar cambios positivos en la sociedad.

En la siguiente edición, en homenaje a la SOLIDARIDAD, se apoyó a Red Solidaria con su programa Rutas Solidarias mediante el envío de una selección de las fotografías de distintos centros comunitarios que reciben ayuda de esta organización, en donde se realizó una donación de pañales por cada uno de los referentes seleccionados, y se los invitó a sumarse a la promoción del valor de la Solidaridad.

Como acción de fin de año, invitamos a "emocionarse y a contagiar emoción" pensando en aquello que cada uno hizo durante el año, o que otros hicieron y llenó de emoción. Los envíos contenían dos packs de los pañuelos descartables de papel tissue Kleenex, para acompañar a las personas durante sus emociones al recordar esos momentos y para poder compartir sus emociones con otros.



Contribuyendo al crecimiento de la cadena de valor

07



Transparencia, calidad y excelencia son los pilares en los que construimos la relación con nuestros clientes, consumidores y proveedores.



En Kimberly-Clark creemos que la relación con los consumidores y clientes comienza y se renueva cada vez que adquieren nuestros productos, y es por ello que trabajamos en la creación de relaciones comerciales duraderas.

Nuestros productos y servicios están pensados para mejorar la calidad de quienes los consumen, en las diferentes etapas de la vida de cada persona:

- HUGGIES
- DAY'S
- SCOTT
- KLEENEX
- PLENITUD
- POISE
- LINA
- KIMBERLY-CLARK PROFESSIONAL

En 10 años, hemos triplicado nuestro tamaño con marcas nuevas y otras que tienen gran reconocimiento a nivel mundial. En 2009 alcanzamos el liderazgo en el mercado de pañales en Argentina, y hemos consolidado esa posición en 2010. En protección para adultos, el lanzamiento de productos para incontinencia leve nos ha permitido consolidar nuestra posición de líderes. En toallas femeninas también ocupamos

la primera posición aunque aún no se tradujo tanto el crecimiento en la participación de mercado.

Todas nuestras marcas son altamente valoradas por los consumidores, ocupando lugares de liderazgo en el mercado.

A) Huggies lidera la participación de mercado de pañales* dentro del segmento Premium****.

B) Lideramos el segmento de toallas femeninas**, y ocupamos el segundo puesto en participación de mercado en el segmento de protectores diarios***.

C) En la categoría pañales para adultos, Plenitud Protect es la marca líder en el segmento premium****, mientras que Plenitud Classic ocupa el segundo puesto en el segmento value*****.

* ** Considerando su participación de mercado medido en valores.

** Contemplando las marcas Day's y Lina considerando su share en volumen.

*** Contemplando las marcas Day's y Lina considerando su participación de mercado medido en valores.

**** Segmento Premium: producto con las mejores especificaciones técnicas del mercado y el precio más alto.

***** Segmento Value: producto con la mejor propuesta de valor (precio-calidad).

Nuestra estrategia comercial consiste en seguir trabajando y apostando al crecimiento local y a la fidelización de nuestros consumidores con más y mejores productos invirtiendo en el país y generando un impacto positivo a través de la creación de nuevos empleos, la promoción del desarrollo industrial y el fortalecimiento del mercado.

Apuntamos a continuar con nuestra tendencia de crecimiento y mantener el liderazgo de nuestras marcas. Siguen existiendo oportunidades en la mejora de las categorías, acompañando las necesidades de nuestros consumidores. A su vez, dicho círculo virtuoso nos permite continuar desarrollando productos innovadores y de calidad, lo que contribuye a mantener nuestro posicionamiento y merecer la preferencia de nuestros consumidores.

Calidad y Seguridad

La salud y seguridad son dos factores evaluados en el 100% de nuestra línea de productos, desde el desarrollo inicial hasta la utilización por parte de los consumidores, incluyendo asimismo la investigación y desarrollo, certificación, fabricación, marketing y promoción, almacenamiento y distribución.

La calidad de nuestros productos está garantizada a través de rigurosos controles realizados en las plantas de producción y el cumplimiento de las normas establecidas por ANMAT, el decreto

provisional N° 321 y los decretos nacionales N° 228 y N° 337. Además, se realizan diferentes testeos, un ejemplo de ello son: Test de irritación primaria dérmica y el Test de sensibilización.

Dentro del proceso de producción la compañía extrae 3 muestras aleatorias de las líneas de producción correspondientes a cada lote de producción. Estas muestras son identificadas y guardadas por un término de 3 años en un depósito llamado "Museo".

En Kimberly-Clark contamos con procedimientos para la información y el etiquetado de los productos que desarrolla la compañía. En el caso de los envases/packaging se lleva a cabo un sistemático procedimiento en donde se ven involucradas el área de Marketing, de Asuntos Legales y el área de calidad según corresponda a cada producto.

Comunicación Responsable

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

Cerca de los clientes

Para nosotros todas las etapas de la cadena de valor cuentan porque ellas son vitales para que nuestros productos sean *esenciales para una vida mejor*.

Nos involucramos con lo que ocurre con nuestros productos más allá de las puertas de nuestros centros de producción, por ello nos empeñamos en apoyar a los canales comerciales para favorecer el crecimiento de la cadena de valor.

Club Huggies, una relación de Confianza y Respeto Mutuo

Es el foro social que la compañía implementa para distribuir información y beneficios para el público de este canal comercial en particular. El Club ofrece:

- ▶ Una Web 2.0 que brinda la plataforma virtual a todas las actividades.
- ▶ Visitas periódicas de personal especializado de Huggies.



- ▶ Capacitación permanente a nuestros clientes.
- ▶ Material promocional especialmente diseñado para el canal.
- ▶ Revista propia con información y beneficios.
- ▶ Acciones de marketing y soporte comercial para impulsar la venta.
- ▶ Un programa de ambientación con la imagen de Pañalera Huggies para locales comerciales.

La iniciativa Club Huggies logró transformar un canal normalmente orientado a productos para que, además, brinde un abanico de servicios que beneficien tanto a consumidores como a clientes.

Academia Huggies

En 2010, se llevaron adelante 10 ediciones de la Academia Huggies en varios puntos del país. En cada oportunidad participaron pequeños comerciantes sumando cerca de 1.000 asistentes en total.

El propósito de la Academia es formar a comerciantes independientes, mediante la enseñanza de herramientas de gestión y estrategias promocionales, que permitan un desarrollo sustentable del comercio tradicional en la categoría de pañales.

La Academia comenzó a funcionar hace 4 años en todo el país, y hoy constituye una verdadera herramienta de desarrollo PyME.

Día del Pañalero

Este año -para el día del pañalero que se festeja el 14 de abril- organizamos un evento sin precedentes para toda la comunidad

en el predio de La Rural de Palermo. En dicha oportunidad invitamos a 800 clientes de todo el país con el objetivo de agasajarlos en su día y promover la integración entre colegas de este rubro tan especial.

El festejo fue un éxito y permitió reunir a pañaleros de varios puntos del país en una celebración novedosa y motivadora para el sector.

Puntos de Venta

Teniendo en cuenta que el punto de venta es el lugar en donde efectivamente entramos en contacto con clientes y consumidores, varios departamentos de la compañía trabajan en conjunto para ofrecer un servicio integral, profesional y cualitativamente diferente. Las áreas de Ventas, TradeMarketing, Customer Care y Calidad y Desarrollo entran en contacto para complementar sus servicios de asistencia y maximizar así la efectividad de su ayuda a los diversos clientes de la compañía.

Como ejemplo de ello, una de las actividades desarrollada este año fue la promoción de Huggies para las Pañaleras "Vamos Argentina". Un grupo de 25 empleados -involucrándose voluntariamente- formó parte de la BRIGADA HUGGIES, recorriendo y ambientando 133 locales de nuestros clientes en 7 horas con material de comunicación de distintas acciones promocionales de Huggies. Un ejemplo de esto fue que para fin de año, y en el marco de las fiestas, la BRIGADA HUGGIES participó de una jornada en la cual se ambientaron locales con motivos navideños.

Atentos a nuestros consumidores

En Kimberly-Clark entendemos que la higiene personal de los consumidores supera el momento en que compran nuestros productos, por ello desarrollamos iniciativas que buscan ayudar a nuestros consumidores en los temas más importantes de cada etapa de la vida que les toca vivir.

- ▶ **Programa Scott Educativo, los aspectos más importantes de la higiene:** busca generar hábitos de higiene en los más chicos a través de charlas informativas en el jardín de infantes, juegos y diversas propuestas didácticas. El objetivo es brindar información sobre, por ejemplo, cómo lavarse las manos correctamente antes y después de ir al baño, evitar el derroche de agua y papel higiénico, etc. En 2010 participaron 90 Instituciones y un total de 10.000 niños.



- ▶ **Círculo de Mamás Huggies:** es el espacio que Kimberly-Clark puso especialmente a disposición de todas las mamás y está orientado a ayudarlas durante la etapa de crianza de niños pequeños. Consiste en una red social en la que las mujeres comparten experiencias y tienen acceso a:

- ▶ Notas de interés.
- ▶ Consejos sobre crianza y educación.
- ▶ Guías de espectáculos y eventos para divertirse con los chicos.
- ▶ Información sobre beneficios y descuentos.
- ▶ Actividades interactivas.
- ▶ Material sobre la línea completa de productos Huggies.

Actualmente en el sitio web se encuentran registrados 59.000 contactos.

- ▶ **Day's y su Programa Escolar dirigido a adolescentes:** es el programa de charlas educativas sobre el ciclo femenino y los cambios que atraviesan los chicos durante la adolescencia destinado a alumnos de 6to. y 7mo. grado. El objetivo del mismo es promover el conocimiento, la responsabilidad y la importancia del cuidado personal durante una etapa tan especial como el pasaje de la niñez a la vida adulta.

Durante el 2010 visitamos más de 100 colegios y contactamos un total de 10.000 chicas en Capital Federal, Gran Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza. En todos los casos, estas charlas son llevadas a cabo por psicopedagogas y apoyadas en un video educativo producido especialmente que detalla todos los temas abordados.

- ▶ **Day's y su blog "Charlas entre mujeres":** en junio de este año Day's lanzó su blog "Charlas entre mujeres". El objetivo del mismo es compartir lo diverso y complejo del universo femenino a través de charlas, relatos y reflexiones. El blog se encuentra en la página de la marca www.days28diasconvos.com donde además Day's brinda sugerencias acordes a cada etapa del ciclo femenino para que las mujeres puedan disfrutar cada momento al máximo y de la mejor manera.

- ▶ **Protectores Day's PH Balanceado:** pensando en la salud de sus consumidoras, Day's re-lanzó toda su línea de protectores diarios. Ahora los nuevos protectores Day's PH Balanceado, contienen Lactique, una sustancia natural que respeta el ph de la zona íntima de la mujer.

- ▶ **Kleenex, promoviendo el deporte:** en 2010 organizamos la sexta edición de la Maratón Kleenex que promueve el deporte como vía para alcanzar una mejor calidad de vida. En esta oportunidad contamos con la participación de 1.500 corredores que compitieron en las categorías damas, caballeros y discapacitados. Todos los participantes recibieron un kit con todo el portfollio de la línea de Pañuelos Descartables Kleenex.



- ▶ **Poise:** es la marca que busca acompañar a las mujeres durante el climaterio, etapa que va de los 45 a los 60 años. Poise brinda soluciones integrales para los tres síntomas característicos de este período: la incontinencia urinaria leve, los calores y las molestias vaginales. En 2010, lanzamos nuevos productos y mejoramos las especificaciones de los actuales: *Protectores, Toallas, Toallitas Húmedas para Higiene Íntima, Crema Humectante Íntima, Gel Lubricante Íntimo y Pañuelos Húmedos Refrescantes.*
- ▶ **Plenitud Active:** es la línea de ropa interior descartable para adultos que Kimberly-Clark introdujo en el mercado con una característica innovadora: hay modelos y talles diferenciados especialmente diseñados tanto para hombres como para mujeres. En 2010 lanzamos el talle G

para mujeres puesto que estudios de mercado detectaron que son ellas las que más hacen uso de ropa interior descartable. El lanzamiento resultó en un aumento del 25% de las ventas del producto lo cual demostró que nuestra empresa logró cubrir una demanda insatisfecha de nuestras consumidoras.

Interactive Contact Center (Centro de Atención al Consumidor):

Es la vía de comunicación con nuestros consumidores. Permite que el público en general comparta sus inquietudes y consultas sobre nuestros productos a través de internet, telefónicamente en forma gratuita, por carta o por correo electrónico. Durante el 2010 se recibieron 36.319 llamados y 14.399 mails con reclamos, sugerencias y solicitud de información por acciones promocionales.



Proveedores: una relación basada en la transparencia

En Kimberly-Clark consideramos que los proveedores también son parte nuestro equipo. Por eso ellos también deben respetar parámetros éticos específicos que guían su rol en relación a la compañía y a la sociedad en general.

Procedimientos para la contratación de proveedores

Para que una empresa pueda ser parte de nuestro equipo de proveedores, disponemos de un conjunto de condiciones y requisitos formales que facilitan la eficiencia en las operaciones y el cumplimiento de normas legales y corporativas.

Asimismo, exigimos la firma de tres documentos adicionales para que puedan operar con nosotros, entre los que figura el Código de Conducta para Proveedores. El mismo establece

altos estándares éticos que deben ser respetados por todos aquellos que abastecen bienes y servicios, y materias primas a la compañía y contempla los siguientes temas:

- ▶ Calidad.
- ▶ Seguridad.
- ▶ Medio Ambiente.
- ▶ Ética.
- ▶ Cumplimiento legal.
- ▶ Relaciones con la comunidad.
- ▶ Respeto de los derechos humanos.
 - ▶ No permite el trabajo infantil ni trabajo forzado.
 - ▶ No acepta condiciones laborales de riesgo ni trabajo inhumanas.
 - ▶ Respeto de la libertad de asociación.
 - ▶ Condiciones de trabajo seguras y saludables.

A esta lista de requisitos se suma la normativa correspondiente a cada empresa y rubro en particular cuyo cumplimiento es constatado y supervisado al momento de la contratación conjuntamente por los sectores de Compras, Calidad, y Seguridad e Higiene.

Una vez finalizado el proceso de contratación, cada proveedor recibe un código de identificación que utilizará al momento de operar con Kimberly-Clark. El objetivo es lograr eficiencia y rapidez en la gestión de nuestras operaciones.

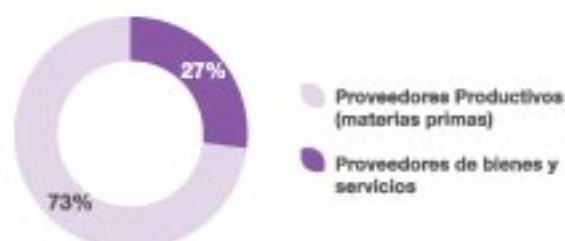
Es preciso resaltar que estas condiciones contractuales se aplican a todos los proveedores por igual sin importar su tamaño o la clase de servicio que brinden.

Respecto de los plazos de pago, éstos se negocian con cada uno individualmente atendiendo a sus necesidades y tipo de relación con la compañía.

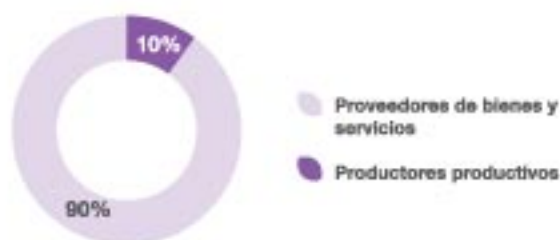
En 2010 contamos con 1096 proveedores activos y se pagaron \$624.206.011 de pesos por la adquisición de bienes, servicios y materiales.

A continuación presentamos la proporción del gasto corporativo destinado a compras productivas y de bienes y servicios.

► Pago a proveedores



Esta es la cantidad de empresas que conforman nuestra red de abastecimiento, según el tipo de producto o servicio que nos proveen.



Integrity Project

Es el programa que Kimberly-Clark lleva adelante para promover las buenas prácticas en su cadena de valor, en especial en las operaciones con sus proveedores. Favorece la mejora continua de los procesos para desarrollar una gestión orientada a la sustentabilidad y la Responsabilidad Social Empresaria. Por otro lado, en 2010 se sumaron 28 proveedores PyMES -llegando a un total de 50 proveedores dentro de esta categoría- quienes recibieron capacitación prevista dentro del programa Integrity Project y fueron visitados en su totalidad con el objetivo de realizar una introducción al mismo y una auditoría acerca de todos los aspectos que se mencionan en el Código de Conducta para Proveedores. Asimismo durante este año se realizaron entrevistas de seguimiento a los 22 proveedores PyMES participantes al inicio de este programa el año anterior.

IntegrityProject

Además, para nuestros proveedores PyMES, en el mes de noviembre se lanzó la Guía de Práctica Impositiva, material orientativo sobre la aplicación de los requisitos y esquemas tributarios vigentes. El objetivo de esta nueva guía es acompañar la adopción de estándares de calidad y eficiencia, compartir mejores prácticas, establecer pautas recíprocas de ética y transparencia y transmitir principios de excelencia organizacional para construir una cultura orientada a la mejora continua. Como desafío para el año 2011 estamos desarrollando un plan de acción que contemple contactar nuevos proveedores PyMES el cual nos permita duplicar el alcance del proyecto.

► Guía Práctica Laboral



Sistemas de gestión responsable

El Sistema de Gestión Responsable consiste en una serie de estudios que llevamos a cabo para la compra de materias primas y que tienen en cuenta cuestiones relacionadas con la seguridad y demás regulaciones en esta materia.

Para asegurar sustentabilidad en los procesos, nuestros proveedores son auditados de acuerdo a las normas ISO y su desempeño en relación al cuidado del medio ambiente inspeccionado detalladamente. Por ejemplo, a los proveedores de Pulpa Fluff -uno de los principales insumos utilizados en la fabricación de los pañales, toallas y protectores- se les realiza un riguroso seguimiento en el que deben presentar el certificado correspondiente que asegura que los árboles utilizados en el proceso de producción forman parte de un plan de reforestación destinado exclusivamente a la explotación comercial.

Programa de Desarrollo de Proveedores

En Kimberly-Clark estamos atentos no sólo a las posibilidades de mejora propias de la compañía sino también a las

oportunidades que se les presentan a nuestros proveedores. Para ello contamos con el apoyo y asesoramiento de una consultora externa que tiene a su cargo la realización de exhaustivos controles para la detección de posibles mejoras en los procesos de nuestros proveedores.

Estas son las áreas en las que ayudamos a nuestros proveedores a mejorar sus procesos:

- ▶ Local, almacén y manipulación.
- ▶ Maquinaria, instalaciones y equipo.
- ▶ Equipos y herramientas.
- ▶ Procesos y métodos de fabricación.
- ▶ Aprovisionamiento.
- ▶ Procedimientos comerciales y suministros.
- ▶ Personal.
- ▶ Ingeniería y desarrollo de la calidad.
- ▶ Organización de la calidad.
- ▶ Calidad de los aprovisionamientos.
- ▶ Calidad en procesos.
- ▶ Cobertura y equipos para la inspección de ensayos.
- ▶ Control de material defectuoso.

Una relación de confianza mutua

En Kimberly-Clark, estamos convencidos que la promoción de buenas prácticas, estándares de calidad y el desarrollo de nuestros proveedores, impacta en los resultados del negocio beneficiando a ambas partes.

En 2004 la empresa Bilagun S.A., se sumó a nuestra red de abastecimiento brindando servicios de reempaque de nuestros productos en su depósito ubicado en San Martín, Provincia de Buenos Aires. La actividad principal de esta PyME, consiste en el reempaque de nuestros productos en un formato "combo" para la realización de nuestras acciones promocionales. Desde el comienzo de la relación, Bilagun S.A. se desempeñó con compromiso, buscando siempre adaptarse a nuestras necesidades y requerimientos teniendo en cuenta la evolución y crecimiento de nuestra operación, con una cualidad fundamental y distintiva: la "flexibilidad".

En los últimos años, este tipo de actividades ha sido clave

dentro de la estrategia comercial de K-C. La complejidad en términos de rearmado de combos de productos, teniendo en cuenta la evolución en el desarrollo y cantidad de acciones promocionales que realizamos anualmente, requería de un proveedor que contara con todos los recursos y estándares de calidad necesarios para acompañarnos en este crecimiento.

Frente a esta situación y tras un análisis exhaustivo junto con el departamento de Calidad, se le solicitó a Bilagun S.A. el cumplimiento de nuevas exigencias principalmente en términos de almacenamiento. Como consecuencia de esto, a principios de este año Bilagun S.A. comenzó a trabajar en la remodelación y refacción de su nuevo depósito con el asesoramiento de K-C y de una empresa de Calidad externa contratada por nosotros.

Periódicamente se realizan auditorías para continuar ayudando a este proveedor a cumplir con los requisitos y normativas exigidos por K-C para sus centros de reempaque.

Tabla de contenidos GRI

	1. Estrategia y análisis	Reportado	N° página/Respuesta directa
1.1	Declaración del máximo responsable.	Completo	4, 5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Completo	4-7, 11, 15, 17-19, 36

	2. Perfil de la organización	Reportado	N° página/Respuesta directa
2.1	Nombre de la organización.	Completo	13
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Completo	13-15
2.3	Estructura Operativa.	Completo	14, 15, 21
2.4	Localización de la sede principal.	Completo	Buenos Aires, Argentina
2.5	Países en los que opera.	Completo	13
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Completo	Kimberly-Clark Argentina es una Sociedad Anónima
2.7	Mercados Servidos.	Completo	14, 15
2.8	Dimensiones de la organización informante.	Completo	13
2.9	Cambios significativos del período.	Completo	No se registraron cambios
2.10	Premios y distinciones recibidos.	Completo	15

	3. Parámetros de la Memoria	Reportado	N° página/Respuesta directa
3.1	Período cubierto por la información.	Completo	2010
3.2	Fecha de la Memoria anterior más reciente.	Completo	2009
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	Completo	Anual
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la Memoria.	Completo	asuntos.corporativos.ar@kcc.com
3.5	Proceso de definición del contenido.	Completo	9-11
3.6	Cobertura de la Memoria.	Completo	9
3.7	Existencia de limitaciones de alcance.	Completo	No existen limitaciones de alcance
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	Completo	No existen tales aspectos

	3. Parámetros de la Memoria	Reportado	N° página/Respuesta directa
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	Completo	9, 15, 29-31
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información de memorias anteriores.	Completo	No se realizaron re expresiones de la información
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores.	Completo	No se produjeron
3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	Completo	68
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.	Completo	9

	4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés	Reportado	N° página/Respuesta directa
4.1	Estructura de gobierno.	Completo	21
4.2	Características de la presidencia del consejo.	Completo	21
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno independientes o no ejecutivos.	Completo	21
4.4	Mecanismos de comunicación de accionistas y empleados con el máximo órgano de gobierno.	Completo	21-22
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	Completo	22
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	Completo	22-23
4.7	Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno.	Completo	21, 22
4.8	Declaración, misión, valores y código de conducta y sobre sustentabilidad.	Completo	14,17, 22-24
4.9	Procedimientos para supervisar la gestión económica, social y ambiental de la organización.	Completo	21-22
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.	Completo	22
4.11	Adopción del principio de precaución.	Completo	24, 51
4.12	Adhesión a principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	Completo	35, 58-59
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece y grado de implicancia.	Completo	24
4.14	Relación de grupos de interés de la organización.	Completo	24, 25
4.15	Bases para la identificación y selección de los grupos de interés.	Completo	24

	4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés	Reportado	N° página/Respuesta directa
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	Completo	9-11, 25, 48-49, 62-65, 66
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés.	Completo	10-11

	Enfoque de gestión	Reportado	N° página/Respuesta directa
EC	Enfoque de gestión económica.	Completo	61-65. Nuestra estrategia comercial consiste en seguir trabajando y apostando al crecimiento local y a la fidelización de nuestros consumidores con más y mejores productos invirtiendo en el país y generando un impacto positivo a través de la creación de nuevos empleos, la promoción del desarrollo industrial y el fortalecimiento del mercado.
EN	Enfoque de gestión ambiental.	Completo	27-36. Realizar nuestras actividades con un cuidado sincero y adecuado del medio ambiente es una política fundamental de Kimberly-Clark. Como resultado, hemos desarrollado políticas ambientales sobre conservación de la energía, reducción de los residuos en el proceso de fabricación, uso de prácticas y materias primas sustentables, cumplimiento de las leyes ambientales y monitoreo e informe del cumplimiento ambiental.
LA	Enfoque de gestión sobre prácticas laborales.	Completo	39-51. En Kimberly-Clark valoramos el compromiso de nuestra gente y consideramos la gestión de recursos humanos como una pieza fundamental para lograr el desarrollo sustentable de la estrategia del negocio. Uno de los elementos clave para poder convertirnos en una de las compañías más saludables del mundo es construir un entorno de trabajo que promueva el bienestar y el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, así como iniciativas que les permitan mantener el equilibrio entre su vida personal y profesional.
HR	Enfoque de gestión sobre derechos humanos.	Completo	22-23. Reconocemos los derechos humanos en forma global. Prohibimos y no aceptamos a sabiendas hacer negocios con ninguna persona o compañía que participe en las siguientes prácticas: explotación infantil, incluido el trabajo infantil, castigos físicos, abuso femenino y cualquier otra forma de abuso humano, trabajo forzado u obligatorio, discriminación ilegítima en el empleo y la ocupación.
SO	Enfoque de gestión sobre Sociedad.	Completo	22-24. Hacer negocios con integridad y altos estándares éticos es la manera de K-C de hacer negocios, considerando el impacto en todos nuestros grupos de interés.
PR	Enfoque de gestión sobre Responsabilidad de Producto.	Completo	62. La calidad es uno de los tres valores fundamentales sobre los que se fundó Kimberly-Clark. Asumimos el compromiso de brindar productos seguros y que satisfagan a nuestros clientes.

Indicadores de Desempeño Económico

		Reportado	N° página/Respuesta directa
EC1	Principales magnitudes económicas.	Parcial	15
EC2	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	No reportado	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Completo	15. En 2010, se pagaron \$24,4 millones en concepto de contribuciones a la seguridad social que incluye los aportes establecidos en la legislación vigente.
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Completo	No se recibieron ayudas por parte del gobierno
EC5	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	No reportado	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	Completo	65-66
EC7	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	Completo	El 100% de los integrantes del directorio de K-C son ejecutivos argentinos. Los procesos de selección se realizan a través de una promoción interna de empleados propios, dando prioridad a candidatos locales. Sólo si no se encuentra el perfil requerido para cubrir el puesto, se analizan empleados de otras filiales de K-C.
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público.	Completo	15
EC9	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos.	No reportado	

Indicadores de Desempeño Social

	Prácticas laborales y trabajo decente	Reportado	N° página/Respuesta directa
LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región.	Completo	39
LA2	N° Total de empleados y rotación media, desglosados por edad, sexo y región.	Completo	39
LA3	Beneficios Sociales para empleados con jornada completa.	Completo	44-48
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Completo	39
LA5	Períodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizacionales.	Completo	Los períodos de preaviso contemplan el plazo de 30 días establecido en las leyes laborales argentinas.
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	Completo	51
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y N° de víctimas mortales.	No reportado	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	Parcial	49, 50
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No reportado	
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	No reportado	

Indicadores de Desempeño Social

	Prácticas laborales y trabajo decente	Reportado	N° página/Respuesta directa
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores.	Completo	40-44
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	Parcial	40, 41
LA 13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, por sexo, edad, pertenencia a minoría y otros indicadores de diversidad.	No reportado	
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	Completo	Los salarios de K-C se definen en función del cargo, independientemente del género del empleado/a. La relación entre el salario base de los hombres respecto al de mujeres es 1 a 1.
	Derechos Humanos	Reportado	N° página/Respuesta directa
HR1	Porcentaje y N° total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos.	Completo	No existen convenios firmados
HR2	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	Parcial	65, 66
HR3	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos.	No reportado	
HR4	N° Total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Completo	No se registraron incidentes
HR5	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	Completo	No se registraron tales actividades
HR6	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	Completo	No se registraron tales actividades
HR7	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	Completo	No se registraron tales actividades
HR8	Porcentaje del personal de seguridad formado en aspectos de derechos humanos.	No reportado	
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Completo	No se registraron tales actividades
	Sociedad	Reportado	N° página/Respuesta directa
S01	Naturaleza, alcance y efectividad para evaluar, gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	Completo	53-59
S02	Porcentaje y N° total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	Completo	Las seis áreas a cargo de los directores son analizadas por la Corporación en materia de riesgos contra la corrupción, lo que equivale al 100% de nuestras unidades operativas.
S03	Porcentaje empleados formados en anticorrupción.	Parcial	24
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Completo	No se registraron dichos incidentes
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de éstas y de actividades de lobbying.	Completo	Actividad no permitida por nuestro Código de Conducta

Indicadores de Desempeño Social

	Sociedad	Reportado	N° página/Respuesta directa
S06	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	Completo	No se realizaron dichos aportes
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	Completo	No se registraron dichas acciones
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Completo	No se recibieron multas por este concepto
	Responsabilidad de Producto	Reportado	N° página/Respuesta directa
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	Completo	62
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	Completo	No se reportaron dichos incidentes
PR3	Procedimiento para la información y el etiquetado de productos y servicios.	No reportado	
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Completo	No se registraron incumplimientos
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	No reportado	
PR6	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	Completo	62
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	Completo	No se reportaron dichos incidentes
PR8	Número total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Completo	No se reportaron dichos incidentes
PR9	Costo de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios.	Completo	No se recibieron multas

Indicadores de Desempeño Ambiental

		Reportado	N° página/Respuesta directa
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Completo	28-29
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	Completo	32
EN3	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	Completo	30
EN4	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	Completo	30
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No reportado	
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables.	Parcial	29-30

Indicadores de Desempeño Ambiental

		Reportado	N° página/Respuesta directa
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	Completo	29-30
EN8	Captación total de agua por fuentes.	No reportado	
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No reportado	
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Completo	31
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados en espacios protegidos.	No reportado	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad.	No reportado	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No reportado	
EN14	Estrategias y acciones para gestión de impacto sobre la biodiversidad.	No reportado	
EN15	Especies en extinción afectadas por las operaciones.	No reportado	
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Parcial	31
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	No reportado	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Completo	31
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No reportado	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No reportado	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Completo	30-31
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Completo	32-34
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Completo	Ninguno
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	Completo	33, 34
EN25	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	No reportado	
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	Completo	35
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categorías de producto.	No reportado	
EN28	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Completo	No se recibieron multas
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	No reportado	
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Parcial	35



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **KIMBERLY-CLARK ARGENTINA S.A.** ha presentado su memoria "Reporte de Sustentabilidad 2010" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación B.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

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

18 de marzo 2011, Amsterdam

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex", is written over a large, faint watermark of the GRI logo.

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



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

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidas las que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 2 de marzo 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Para la realización del Reporte de Sustentabilidad 2010,
Kimberly-Clark aplicó la Guía G3 de la iniciativa de
Reporte Global, alcanzando el Nivel B de la misma.

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

El intercambio con nuestros grupos de interés es esencial para
identificar oportunidades de mejora y agregar valor a nuestro
trabajo, y a nuestro informe anual de RSE.

Dirección de Asuntos Legales y Corporativos

Olga Cossettini 1031, Piso 3°.
C.A.B.A. (C1107CEA)
Buenos Aires, Argentina.

Asuntos.corporativos.ar@kcc.com
www.kimberly-clark.com.ar

Olga Cossettini 1031, piso 3°
CABA (C1107CEA)
Buenos Aires, Argentina
+54 (11) 4321-5700

Asuntos.corporativos.ar@kcc.com
www.kimberly-clark.com.ar

