

Mensagem do Presidente

Inovar e evoluir para *transformar*

Em 2010, novamente, a empresa superou metas nos pilares econômico, ambiental e social

Sólida na posição de líder do mercado de eletrodomésticos da América Latina, em 2010 a companhia apresentou bom desempenho tanto na vertente econômica - com um aumento de 16% no volume de vendas - quanto nos seus indicadores sociais e ambientais, publicados nesse relatório e que atendem aos princípios do Pacto Global, do qual somos signatários.

Importante destacar o investimento significativo em saúde ocupacional e segurança do trabalho, de R\$ 23 milhões, 41% a mais que no ano anterior. O volume de treinamentos, por sua vez, cresceu 32%. Atitudes como essas fizeram de nós a melhor empresa para se trabalhar do Brasil, segundo pesquisa da revista Você S.A./Exame, e também da Argentina, em ranking da revista Apertura.

Também vale ressaltar a atuação do Instituto Consulado da Mulher, ação social da Consul que cria oportunidades de geração de renda para mulheres. Mais de R\$ 3,3 milhões foram investidos em programas que geraram um faturamento para os grupos empreendedores assessorados de R\$ 4,2 milhões no ano.

Completando o tripé da sustentabilidade, no ano passado publicamos nosso primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa, um estudo indispensável para embasar futuras ações mais eficazes na gestão do carbono emitido pelas nossas operações.

Nessas e em muitas outras iniciativas, queremos trabalhar para fazer a diferença na vida das pessoas. Para isso, sabemos que precisamos criar soluções e produtos ainda mais inovadores, acessíveis e dotados de atributos sustentáveis. A cada ano, os produtos de nossas marcas consomem menos energia, utilizam quantidades menores de água e insumos e empregam mais materiais recicláveis em sua composição.

Estamos orgulhosos dos resultados já conquistados nessa trajetória. Sabemos, porém, que quando o assunto é sustentabilidade, ainda há muita oportunidade para inovar, evoluir e transformar.

José A. Drummond Jr.
Presidente da Whirlpool Latin America



“
Queremos trabalhar para fazer a
diferença na vida das pessoas, com
soluções e produtos inovadores,
acessíveis e sustentáveis.”





Na mesma *direção*

A Whirlpool Latin America conta com uma sólida estrutura de governança corporativa, cuja missão é assegurar a excelência na condução dos negócios

Visão

Em todos os lares...
Em todos os lugares,
com orgulho, paixão
e performance

Missão

Todos nós,
apaixonadamente,
criando consumidores
leais por toda a vida

Valores

Respeito
Integridade
Diversidade e inclusão
Trabalho em equipe
Espírito de vitória



Cada produto tem sua história



A Whirlpool Corporation completa 100 anos em 2011 >> Em 1919, em meio aos testes da batedeira planetária, uma consumidora exclamou: *"I don't care what you call it, it's the best kitchen aid I've ever had"*. >> Nascia, assim, a marca KitchenAid.



A Whirlpool Latin America faz parte da Whirlpool Corporation, a maior fabricante mundial de eletrodomésticos. O executivo José Drummond Jr. ocupa a presidência da empresa desde 2008. Desde 2007, a LAR International, responsável pela comercialização em países da América Latina e Caribe, exceto México, está sob a gestão do presidente da Whirlpool Latin America.

O órgão máximo da governança corporativa da Whirlpool Latin America é o seu Conselho de Administração, composto por três executivos com mandato de três anos, sendo um deles independente. Faz parte da lista de atribuições do conselho a aprovação do orçamento anual e das demonstrações financeiras, além de planos relacionados à responsabilidade social da Whirlpool Latin America.

A diretoria de Sustentabilidade, por sua vez, está sob a coordenação do vice-presidente Armando Valle Jr, com o objetivo de tratar o tema com a mesma importância dos demais assuntos abordados na companhia.

A Whirlpool Latin America avalia constantemente os controles internos de seus processos a fim de adequar-se às exigências da Lei Sarbanes-Oxley, à qual está submetida a Whirlpool Corporation. Essa lei determina que as empresas com ações listadas na Bolsa de Nova York - como a Whirlpool Corporation - devem assegurar a transparência e a credibilidade de sua administração por meio de regras internas e mecanismos de auditoria.



Valores e Governança Corporativa

Compromisso com a *ética*

As operações da Whirlpool Latin America e a forma de conduta de seus negócios e parcerias obedecem às determinações do **Código de Ética**, elaborado pela Whirlpool Corporation, que se aplica às subsidiárias da companhia ao redor do mundo. O documento orienta a conduta pessoal e comercial dos colaboradores, oferecendo diretrizes claras sobre a realização de negócios, a promoção e respeito da diversidade, a elaboração de materiais de divulgação, o relacionamento com clientes e fornecedores, o envolvimento com atividades políticas e o tratamento a ser dado a informações privilegiadas, entre outros temas.

| O Código de Ética da Whirlpool Corporation ajuda a enfatizar entre todos os colaboradores a importância do alinhamento aos valores da empresa



Para Fornecedores

A Whirlpool Corporation conta também com um Código de Conduta para Fornecedores, que foi revisado e relançado em 2008. A adesão ao código pelos parceiros é considerada uma condição para a efetivação de contratos de fornecimento. Ao concordarem com os termos do Código de Conduta, as empresas assumem a responsabilidade de desenvolver seus negócios e operações sem desvios éticos. (Leia mais sobre fornecedores em Nosso desempenho, página 20.)

Em 2010, a Whirlpool Latin America manteve, na região, a adesão de 100% dos fornecedores de material direto e, entre os indiretos, aumentou a adesão de 91% para 98%. Para 2011, a intenção da companhia é expandir a abrangência do código para fornecedores da China. Para assegurar o cumprimento das determinações do documento, a Whirlpool Latin America faz inspeções anunciadas e não anunciadas. No caso de descumprimento, dependendo da gravidade da infração, a Whirlpool se reserva o direito de interromper a parceria comercial. As denúncias relacionadas a esse tema são recebidas por meio da Hotline, uma linha de atendimento gratuita. (HR2)

Código de Conduta





A Escola de Líderes treinou cerca de
750 gestores
 em aproximadamente
22 mil horas de treinamento

Ao serem admitidos na empresa, todos os novos colaboradores recebem uma cópia do Código de Ética e participam de um treinamento sobre o tema durante as reuniões de integração, realizadas nas unidades. Em 2010, 4.423 pessoas foram treinadas nas unidades do Brasil, incluindo os novos colaboradores e a liderança da Companhia. Essas capacitações são realizadas tanto de forma presencial como online, por meio da *Whirlpool Virtual University*. Também nesse ano, a Whirlpool Corporation publicou, simultaneamente, em todo o mundo, as Políticas de Conformidade ao Código de Ética, documentos que complementam e detalham cada um dos itens do código.

A cartilha contendo o Código de Ética da Whirlpool Latin America possui ainda um capítulo que orienta o colaborador em como apoiar o cumprimento dos princípios éticos. Caso tome conhecimento de alguma violação desse código, o colaborador deve informar o ocorrido aos seus superiores ou por meio da Hotline, uma linha telefônica gratuita e com atendimento em português, inglês e espanhol. As denúncias encaminhadas pelos colaboradores a esse canal são anônimas e apuradas de forma sigilosa.

Em 2010, a Hotline recebeu um total de 35 denúncias que foram analisadas pelo Comitê de Ética – formado pelo presidente, por membros da diretoria e pelas gerências de segurança corporativa e de controles internos – e tratadas com medidas que vão desde advertência até desligamento.

A empresa dispõe de algumas formas para identificar desvios na prática de seus valores, como uma pesquisa anual, por meio da qual cada líder com pelo menos três subordinados é avaliado por sua equipe em suas habilidades de gestão.



Veja, na versão *online* deste relatório, o número e o percentual de colaboradores que participaram de TREINAMENTO SOBRE ÉTICA.

Em 2010, a Whirlpool Latin America manteve a adesão de 100% dos fornecedores de material direto e, entre os indiretos, a adesão cresceu de 91% para 98%

Por uma

evolução

permanente

A gestão da sustentabilidade tem como diretrizes seis temas estratégicos: a redução de resíduos, a igualdade social, o uso sustentável da água, a redução das emissões de carbono, a redução de substâncias nocivas e a busca pela eficiência energética

Todas as *áreas*
da Whirlpool
possuem
metas de
sustentabilidade

Em 2010,
96%
das metas
estipuladas
foram cumpridas

A empresa possui, desde 2004, uma visão de sustentabilidade que formaliza seu compromisso com o meio ambiente e a sociedade. As diretrizes dessa visão, aprimoradas ao longo dos anos, incluem princípios como o atendimento de excelência e o respeito irrestrito ao consumidor. A oferta de produtos e serviços de impacto ambiental reduzido, tanto na produção como na utilização, também é absolutamente relevante. A companhia busca, ainda, exercer uma influência positiva nas comunidades onde atua e, na condição de líder do mercado latino-americano de eletrodomésticos, também procura influenciar outras companhias a adotarem boas políticas e práticas.

Para que sua visão de sustentabilidade esteja sempre alinhada às necessidades da sociedade, a companhia adotou como referência externa o The Natural Step, e como metodologia de gestão e acompanhamento de metas o Global Reporting Initiative (GRI), que fornece as diretrizes para elaboração do relatório anual de sustentabilidade. Assumiu ainda os seguintes compromissos públicos: Pacto Global, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) voltada ao setor empresarial; Pacto Contra a Corrupção, do Instituto Ethos; pacto contra a prostituição infantil nas estradas, do Programa Na Mão Certa; e Clinton Global Initiative, por meio do Instituto Consulado da Mulher.

As quatro condições sistêmicas do The Natural Step formam uma base conceitual sólida para a construção da visão de sustentabilidade da Whirlpool Latin America, cuja atuação se dá por meio de seis temas estratégicos.

Cada produto tem sua história



A Whirlpool Corporation completa 100 anos em 2011 >> Em 1954, a Brasmotor optou por fabricar geladeiras de marca própria. >> Foi quando nasceu o nome Brastemp, resultado da fusão das palavras Brasil e Temperatura.



Para que sua visão de sustentabilidade esteja sempre alinhada às necessidades da

sociedade, a companhia adotou o *The Natural Step*



Visão de Sustentabilidade

Redução de resíduos

Empregar materiais recicláveis na fabricação dos produtos, recolher as embalagens pós-consumo, reduzir e dar a destinação adequada aos resíduos produzidos pelas suas operações. É por meio de iniciativas como essas que a Whirlpool Latin America contribui para um dos maiores desafios da atualidade: a redução da geração de resíduos. A empresa conta com programas como o Brastemp Viva!, que promove o recolhimento das embalagens pós-consumo, e também com processos de logística reversa. Por meio da Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros), a Whirlpool Latin America participa ativamente das discussões relacionadas à Política Nacional de Resíduos Sólidos.



Redução das emissões de carbono

Os impactos causados pelas mudanças climáticas representam um dos principais dilemas da humanidade. A Whirlpool Latin America é signatária da plataforma Empresas pelo Clima (EPC), movimento coordenado pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVCes). A companhia publica anualmente seu relatório de emissões de gases do efeito estufa (GEE), documento que segue as diretrizes do programa brasileiro GHG Protocol. A empresa também tem promovido a troca dos gases HFCs (R134a usado no circuito de refrigeração de refrigeradores) e HCFCs (R141b usado na expansão da espuma de poliuretano) pelos hidrocarbonetos (HCs), que além de não agredirem a camada de ozônio também possuem baixo potencial de aquecimento global, em virtude do menor volume de emissões de gases poluentes. Os HCs referem-se ao isobutano usado no circuito de refrigeração de refrigeradores e ao cicloisopentano, usado na expansão da espuma de poliuretano.



Eficiência energética

A Whirlpool Latin America prioriza o desenvolvimento de produtos energeticamente eficientes, tanto na utilização de gás pelos fogões, como na energia elétrica consumida por todos os produtos. A empresa apoia iniciativas públicas que



promovem a troca de equipamentos antigos por outros mais novos e econômicos, e tem como meta incluir 100% de seus produtos nas categorias

de maior eficiência energética do Programa Brasileiro de Etiquetagem, do Inmetro, e dos programas Procel (Programa Nacional de Conservação e Energia) e Conpet (Programa Nacional de Racionalização de Uso dos Derivados do Petróleo e Gás Natural). Além disso, a empresa também busca a redução contínua do consumo dos recursos energéticos em suas operações.

Redução de substâncias nocivas

O controle e redução das substâncias nocivas nos produtos e ao longo do processo produtivo são itens essenciais da política de sustentabilidade da Whirlpool Latin America. A Unidade de Joinville atende aos requisitos mais rigorosos da Diretiva Europeia RoHS 2002/95/EC, que estabelece padrões elevados de segurança em relação ao uso de substâncias nocivas nos produtos.

Igualdade social

O desenvolvimento pleno de uma sociedade passa pela oferta de condições de igualdade para a sua população. Por meio do Instituto Consulado da Mulher, uma ação social da marca Consul, a Whirlpool Latin America atende a mulheres em situação de vulnerabilidade social em mais de 50 cidades do Brasil. A empresa também valoriza a diversidade. Dentro de um ambiente empresarial tipicamente masculino, a empresa tem conquistado o equilíbrio nas questões de gênero e oferece ainda um ambiente inclusivo para pessoas com necessidades especiais.



Conheça, na versão *online* deste relatório:

- as QUATRO CONDIÇÕES SISTÊMICAS DO THE NATURAL STEP;
- e os DEZ PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL.

Uso sustentável da água

As operações da companhia obedecem a padrões ambientais rigorosos, que determinam a redução contínua do consumo de água, especialmente de fontes sujeitas a um maior impacto ambiental. Em paralelo às melhorias internas, o processo de inovação e desenvolvimento de produtos da Whirlpool Corporation se esforça para colocar no mercado produtos, como lavadoras de roupa e de louça, que reaproveitam água e, a cada geração, necessitam de uma quantidade menor desse recurso para o seu funcionamento.



Gestão da *sustentabilidade*

A gestão de sustentabilidade da Whirlpool Latin America formalizou uma agenda de metas para o biênio 2010-2011, atualizadas anualmente para elaboração e implementação do planejamento do ano vigente. A agenda está dividida de acordo com os seis temas estratégicos da companhia e as metas são definidas, de maneira colaborativa, entre a área de sustentabilidade e outras áreas da empresa. Desde 2008, o cumprimento das metas de sustentabilidade é considerado na avaliação e remuneração dos executivos da companhia.

A Central de Reciclagem em Joinville reciclou

440t de
resíduos
pós-consumo

e recolheu
822 Kg
de gases
CFC e HCFC



O caminho para *innovar*

A inovação é vista pela companhia como uma competência estratégica.
Projetos inovadores criados pela Whirpool Latin America são exportados para mais de 70 países

Produtos
inovadores
representaram
25%
da receita

68
novos pedidos de
patentes no Brasil
em 2010

Na Whirlpool, uma solução só pode ser considerada inovadora se apresentar atributos únicos, estimular os consumidores e ter a capacidade de gerar valor para os acionistas.

Inovar e oferecer aos consumidores produtos cada vez mais diferenciados e dotados de atributos sustentáveis é uma busca constante da Whirlpool. Além dos colaboradores das áreas de design, tecnologia, inovação e inteligência de mercado dedicados ao processo de inovação, a empresa conta com instâncias como o I-Board e o Comitê de Inovação, responsável pela análise e definição dos conceitos diferenciados aplicados aos novos produtos e negócios.

A Whirlpool participa ainda do programa da Finep (agência Financiadora de Estudos e Projetos, vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia) que visa promover a inovação e gerar, de forma direta e indireta, a criação de novos empregos. Fazem parte do projeto o desenvolvimento de parcerias com universidades e a criação de novas metodologias e soluções em tecnologias. A participação da Whirlpool Latin America se concretiza por meio de subvenção econômica e cooperação com universidades, além de incentivos fiscais à pesquisa e desenvolvimento por meio da lei 11.196/2005. A Whirlpool é a quarta maior depositante de patentes do Brasil, segundo dados do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi). (EC4)



**A Consul é
Top of Mind de
geladeiras há 18
anos. Também
há 18 anos a
Brastemp é
Top of Mind de
lavadoras**

Cada produto tem sua história



**A Whirlpool
Corporation completa
100 anos em 2011**

**>> Dominar a técnica
de produção do frio
incentivou Stutzer
e Holderegger
a construir uma
geladeira. >> Em
1947, o primeiro
modelo estava pronto
e, na porta, podia-se
ler o nome "Consul".**



| Todo o processo produtivo tem os resultados mensurados pelo Sistema de Gestão Ambiental da empresa, certificado pela Norma ISO 14001

Inovação

Resultados consistentes

Em 2010, a Whirlpool Latin America lançou cerca de 200 modelos de produtos no mercado, sendo novamente uma das maiores depositantes de pedidos de patentes do Brasil, com um total de 68 registros.

No exterior, a Whirlpool S.A. foi a campeã brasileira em pedidos de patentes em 2010, segundo a Organização Mundial de Propriedade Intelectua (Ompi).

Nos últimos cinco anos, a Whirlpool multiplicou por onze sua receita obtida por meio de soluções classificadas como inovadoras. Em 2010, 25% do faturamento da empresa foi proveniente de produtos inovadores, um aumento de dois pontos percentuais em relação a 2009. Entram nessa categoria tanto soluções adotadas nos próprios eletrodomésticos como formas diferenciadas de realizar negócios.

Pelo seu compromisso, estratégia e resultados obtidos com a inovação, a Whirlpool Latin America foi eleita a empresa mais inovadora do Brasil em 2010, pela revista *Época Negócios*.



Impacto dos produtos

Ao longo de todo o processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços, a Whirlpool Latin America procura novas oportunidades para reduzir ao máximo os impactos ambientais causados pelos seus eletrodomésticos.

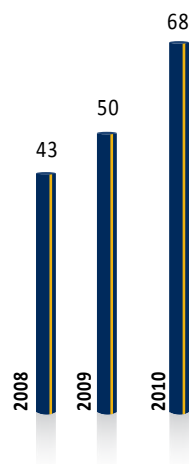
Os impactos, ainda que reduzidos, ocorrem ao longo do processo produtivo e durante a utilização pelo consumidor, sendo essa segunda fase a mais significativa, principalmente do ponto de vista das emissões de carbono, que chegam a representar até 80% da pegada carbônica do produto.

Em 2010, a Whirlpool Latin America deu os primeiros passos para a implementação da metodologia Design for Environment



NÚMERO DE PEDIDOS DE PATENTES DEPOSITADOS

Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)



(DFE) como ferramenta adicional ao processo de desenvolvimento de produtos. Essa ferramenta traça o perfil ambiental de cada solução por meio da análise de todo o ciclo de vida, tendo por base a minimização de emissão de CO₂, eliminação de substâncias nocivas, uso sustentável da água e conservação de recursos, gerando indicadores para o monitoramento e aprimoramento dos produtos.

Com a aplicação da metodologia, a empresa consegue descobrir os pontos fortes e fracos de cada uma das linhas de produto, compará-los com o mercado, com outras linhas e propor planos de ação mais pontuais. A ferramenta utilizada pela Whirlpool foi a DFE *Metrics* e o projeto-piloto foi realizado em parceria com especialistas da Universidade de São Paulo.

Entre os principais lançamentos do ano, destacam-se pelos atributos ambientais os refrigeradores Brastemp Clean, que utilizam

o **gás isobutano** (R600a). Essa alteração contribuiu para a redução no potencial de emissão de dióxido de carbono (CO₂) em aproximadamente 130 quilos de CO₂ equivalente por produto. Esses refrigeradores chegaram ao mercado proporcionando ainda uma redução no consumo de energia em torno de 6% em relação aos modelos anteriores. Já no modelo Consul Facilite, a aplicação do gás de expansão ciclo-isopentano para isolamento térmico contribuiu com a redução de outros 465 quilos de CO₂ equivalente por produto.

Todos os aparelhos de ar condicionado split da Brastemp possuem selo Classe A pelo Programa Brasileiro de Etiquetagem e os modelos da marca Consul possuem classificação A e B. Nos modelos tipo janela, mais de 90% do portfólio possuem classificação energética A.

A melhoria nos condicionadores de ar também tem foco na reutilização de materiais. Cerca de 70% dos materiais utilizados em condicionadores de ar de janela são recicláveis. A metodologia usada para avaliação do índice de reciclabilidade é padronizada pela Whirlpool Europa, baseada na metodologia do Instituto Fraunhofer (ver mais detalhes sobre o instituto em: www.fraunhofer.de).

No desenvolvimento de fogões, a companhia investe em novas tecnologias em busca da maior eficiência energética dos queimadores de gás. Além disso, em 2010, deu início a um diagnóstico de materiais empregados nos fogões com o objetivo de saber qual o percentual atual de atendimento à diretiva europeia RoHS. O estudo terá continuidade em 2011 para avaliar todos os impactos na adoção de novos materiais substitutivos. Também foi lançada em 2010 a etiqueta termocrômica, que muda de cor na medida em que o forno esquenta, o que permite ao consumidor identificar o momento exato em que a temperatura desejada foi alcançada. No caso do fogão Brastemp Gourmand, a inovação veio com o forno a vapor, que reduz o tempo de preparo dos alimentos, e consequentemente o consumo de gás.

Os gases isobutano e isopentano não danificam a camada de ozônio e têm impacto reduzido de efeito estufa

Em 2010, foi lançada uma nova linha de *condicionadores de ar* do tipo split, da marca Consul, que proporcionam uma *redução* no consumo de energia da ordem de **6,5%**

Conheça, na versão online deste relatório, as INICIATIVAS DE CARÁTER INCLUSIVO que fazem parte da agenda de inovação da Whirlpool Latin America.

The background image is a composite. On the left, a group of four people (three adults and one child) are gathered in a kitchen, looking at something off-camera. On the right, there is a close-up of a gas stove burner with a blue flame. The title text is overlaid on the center of the image.

Parcerias para a *sustentabilidade*

A atuação sustentável da Whirlpool Latin America passa pela construção de relações de qualidade com todos os stakeholders

A Pesquisa de
Clima teve

82,7% de
favorabilidade

97,6% dos
colaboradores
participaram da
Pesquisa

A Whirlpool procura compartilhar seus valores com seus stakeholders e estabelecer com esses públicos uma relação transparente e construtiva. Além disso, a companhia atua de forma a influenciar colaboradores, parceiros, clientes e outros públicos a também atuar dentro dos princípios da ética e da sustentabilidade.



Cada produto tem sua história



A Whirlpool Corporation completa 100 anos em 2011 >> A primeira lavadora de roupas automática do Brasil foi fabricada pela Brastemp, em novembro de 1959. >> Mesmo ano em que a marca Consul fez sua primeira exportação, com destino ao Paraguai.



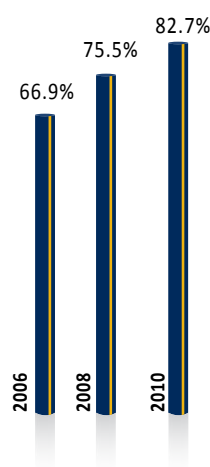
Colaboradores

A Whirlpool procura oferecer aos seus profissionais um ambiente de trabalho motivador, pautado pela diversidade e rico em oportunidades. Os colaboradores da Whirlpool Latin America, de todos os níveis, têm acesso a programas de treinamento, entre os quais se destacam a Escola de Líderes, que entrou em funcionamento em 2010, a Escola de Manufatura, o Plano de Carreira Horista, entre outras iniciativas de educação corporativa. (Leia mais em Nosso desempenho, página 30.) (LA 11)

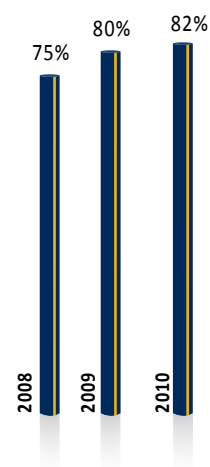
Número de colaboradores por região – Brasil (LA1)

Região	Unidade	número de colaboradores
Sul	Joinville	7.733
Sudeste	São Paulo	665
Sudeste	Centro Administrativo	552
Sudeste	Rio Claro	4.084
Sudeste	Compra Certa	84
Norte	Manaus	1.995
LAR International		393
Total		15.506

PESQUISA DE CLIMA (% de favorabilidade)



PESQUISA DE ENGAJAMENTO (% de favorabilidade)



A Whirlpool foi eleita a melhor empresa para se trabalhar no Brasil em 2010. A Pesquisa de Clima realizada pela companhia apontou um aumento da favorabilidade no ano



Nossos Relacionamentos

O monitoramento da satisfação dos profissionais é sistematizado por meio da **Pesquisa de Clima**, realizada a cada dois anos, que abrange a totalidade dos colaboradores da companhia na América Latina, inclusive os horistas, profissionais que correspondem a mais de 70% do total de colaboradores da empresa na região. Outro estudo aplicado em 2010 foi a Pesquisa de Engajamento, que anualmente avalia o nível de comprometimento dos colaboradores mensalistas efetivos da Whirlpool globalmente. Ambas apresentaram evolução na favorabilidade dos colaboradores, como pode ser visto nas tabelas da página anterior.

Em 2010, a Whirlpool Latin America também foi eleita a “Melhor Empresa para Você Trabalhar”, pela publicação Guia Você S/A Exame. A empresa figura nesse ranking há 14 anos consecutivos, desde a primeira edição do estudo.

Consumidores

A Whirlpool conta com uma Política Global de Segurança de Produtos, aplicável a todas as regiões e operações, que descreve as responsabilidades de cada unidade organizacional quanto ao cumprimento da política e dos requisitos prescritos nas Normas Corporativas de Segurança de Produtos. As diretrizes dessa política asseguram, por exemplo, que todos os produtos desenvolvidos, fabricados e comercializados atendam às normas de segurança de produtos aplicáveis nos mercados em que a empresa atua, além da realização de auditorias e testes de simulação de falhas antes da introdução dos produtos no mercado. A companhia também monitora continuamente o desempenho e a segurança dos produtos no campo e informa apropriadamente os consumidores sobre sua correta utilização. (PR1)

Taxa de rotatividade (LA2)

Ano	Brasil	Lar International					
		Argentina	Chile	Colômbia	Peru	Miami	Guatemala
2008	2,64	não disponível					
2009	2,31	4,7	não disponível				
2010	1,9*	1,6	1,08	5,5	7,14	0,78	1,1

*Média das taxas de rotatividade mensais do ano de 2010, com base no número de desligados e na média de colaboradores entre o mês de ocorrência dos desligamentos e o mês anterior.



Busca pela satisfação (PR5)

A satisfação do consumidor é prioridade para a Whirlpool e, por isso, a empresa investe no **aprimoramento constante** dos seus serviços de atendimento. Para tanto, conta com a Diretoria de Serviços, Qualidade e Peças, que engloba as principais áreas de interface com o consumidor. Essa diretoria gerencia todas as atividades da área de Serviços, que reúne um time de mais de 4.500 profissionais (diretos e indiretos), incluindo técnicos da rede de serviços, atendentes, engenheiros de qualidade e de campo, entre outros. A empresa também conta com outros 600 profissionais dedicados aos consumidores do purificador de água Brastemp e ao site de vendas Compra Certa.

A Whirlpool entende que a qualidade desse relacionamento e a satisfação do consumidor são vitais para a sustentabilidade da empresa e a credibilidade das marcas. Por isso a empresa mantém vários e diferentes canais, tais como telefone, Serviços Autorizados, e-mail, entre outros.

A companhia também atua na Internet para identificar demandas dos consumidores e como melhor atendê-las. Além de ter criado, em 2009, uma conta no serviço de microblog Twitter, a fim de se aproximar do público que o utiliza, a Whirlpool realiza monitoramento diário em outros blogs e sites, buscando orientar seus clientes e outros interessados nos seus produtos e serviços. Para ficar mais perto de seus consumidores, as marcas Brastemp, Consul e KitchenAid têm forte presença nas redes sociais e na internet, utilizando esse canal como uma importante forma de comunicação de mão dupla.

| A Whirlpool busca continuamente o aprimoramento de atributos como a eficiência energética, a redução dos impactos ambientais e o aumento da acessibilidade na utilização dos seus produtos



As marcas *Brastemp* e *Consul* têm juntas, em eletrodomésticos nas casas dos consumidores brasileiros, cerca de *três vezes* o tamanho da frota de automóveis do *país*.

i Conheça, na versão *online* deste relatório:

- o resultado em 2010 da PESQUISA DE SATISFAÇÃO;
- o relato sobre um EPISÓDIO DE INSATISFAÇÃO;
- e as mudanças promovidas em 2010 para AUMENTAR A PROXIMIDADE DA WHIRLPOOL COM OS CONSUMIDORES.

| São cerca de três mil fornecedores, sendo 500 de materiais diretos e 2.500 de materiais e serviços indiretos

Nossos Relacionamentos

Fornecedores

A Whirlpool procura manter um relacionamento de qualidade com seus **fornecedores**. Para isso, conta com ferramentas como o Sistema de Gestão Integrada para Fornecedores (SGIF), criado em 2004, que permite sistematizar e avaliar a evolução dos fornecedores ao longo de toda sua parceria com a Whirlpool.

Originalmente, o sistema englobava apenas os fornecedores diretos, mas, em 2010, a empresa deu início a um projeto-piloto de inclusão dos indiretos. O piloto contemplou três principais parceiros de materiais e serviços (alimentação, resíduos e logística) e o resultado dessa experiência deu origem à construção do SGIFI (Sistema de Gestão Integrada para Fornecedores Indiretos), com processos e indicadores próprios. O SGIFI será lançado em 2011 e serão contemplados os grupos mais importantes e representativos dessas categorias.

Os parceiros da Whirlpool Latin America também são auditados anualmente por meio das Auditorias de Avaliação de Qualificação de Fornecedores. Em 2010, foram realizadas 67 auditorias. O objetivo do processo é analisar requisitos tecnológicos, de sistema de gestão de qualidade, de saúde e segurança, de meio ambiente, de gestão de substâncias nocivas e de responsabilidade social dos fornecedores.

A auditoria verifica requisitos mandatórios e, se alguma irregularidade for constatada, a empresa se reserva o direito de romper o relacionamento comercial. Em 2010, 87% das empresas auditadas no Brasil obtiveram as classificações Excelente ou Especial, os mais elevados para esse modelo de auditoria. (HR6, HR7 e HR 9)



Conheça, na versão *online* deste relatório, as PRÁTICAS DE RELACIONAMENTO DA WHIRLPOOL COM SEUS FORNECEDORES.



A Consul investiu
mais de R\$ **20** milhões

no Consulado da Mulher desde 2005.

Em 2010, o faturamento dos grupos
assessorados foi **26%** maior que o

investimento feito no ano



Sociedade - Instituto *Consulado da Mulher*

O Instituto Consulado da Mulher é a principal ação de responsabilidade social da Consul, marca da Whirlpool Latin America. Criado em 2002, o Consulado foi idealizado com a missão de estreitar o relacionamento com as comunidades do entorno e de promover melhorias na qualidade de vida da população. Tendo as mulheres e suas famílias como seu principal foco, o Consulado da Mulher atua diretamente nas cidades onde a Whirlpool mantém operações: Joinville, Manaus, São Paulo e Rio Claro; e, indiretamente, em outras 51 cidades do Brasil (veja o mapa à esquerda). (SO1)



A Consul realizou, em 2010, um investimento de R\$ 3,3 milhões no Instituto, que retornou em faturamento total para os empreendimentos no valor estimado de R\$ 4,2 milhões, beneficiando 1.399 pessoas de maneira direta e outras 3.883 de forma indireta. Desde 2005, a marca já investiu mais de R\$ 20 milhões no Consulado.

Embasada em sólidos princípios metodológicos, uma reestruturação estratégica foi proposta e a geração de renda, embora já figurasse como uma das principais atividades do Consulado, tornou-se o foco prioritário do Instituto. Em 2009, a metodologia para **geração de renda** desenvolvida pelo Instituto foi certificada pela Fundação Banco do Brasil e Unesco, como tecnologia social eficaz, replicável e que entrega os resultados aos quais se propõe.



A promoção da geração de renda é a principal atividade do Consulado da Mulher, que beneficiou mais de cinco mil pessoas em 2010



Nossos Relacionamentos

Para monitorar a evolução do trabalho foram definidos 31 indicadores, que englobam questões como inovação, organização e condições de trabalho, autogestão, estrutura, emancipação, relações de gênero e gestão ambiental. Os resultados desse levantamento deixam claro para o Consulado, e principalmente para o empreendimento, os pontos frágeis e fortes e as oportunidades de melhoria, que auxiliarão no planejamento estratégico do empreendimento.

As questões que se mostraram mais complexas nesse primeiro ano de monitoramento foram: condições de trabalho e gestão ambiental, frentes que serão trabalhadas como prioridade em 2011. Entre as atividades previstas, está a criação de um certificado de segurança para os empreendimentos. Ainda que simplificada, a certificação será desenvolvida com base nos critérios utilizados pela Whirlpool em suas operações e terá a contribuição de profissionais especializados nessas áreas. O mesmo raciocínio é aplicado às questões ambientais: o Consulado faz valer para os empreendimentos assessorados, a partir de uma linguagem de fácil assimilação, as diretrizes ambientais válidas para a companhia. Um dos principais destaques neste tema é a aplicação do princípio dos 3R's (Reutilização, Reciclagem, Redução de Resíduos).

Cada ciclo de assessoria tem a durabilidade média de dois anos, tempo necessário para a identificação dos pontos de melhoria, planejamento e implantação de ações e assimilação do conhecimento. Este prazo pode ser prorrogado, conforme o grau de desenvolvimento obtido pelo empreendimento assessorado.



Conheça, na versão *online* deste relatório:

- as CIDADES ATENDIDAS pelo Instituto Consulado da Mulher;
- e o MODELO DE GOVERNANÇA da entidade.



Rede de proteção social

Resultados e metas

Em 2010, o Consulado da Mulher assessorou diretamente e criou oportunidades de geração de renda para 1.399 pessoas, um crescimento de 54% em comparação ao ano anterior, ultrapassando a meta que havia sido estipulada para o ano (1.138). Já o número de beneficiados indiretos evoluiu de 2.858, em 2009, para 3.883, em 2010, um aumento de 35%. (Veja tabela da página ao lado.)

Para 2011, o objetivo do Consulado da Mulher é assessorar e promover a geração de renda para 1.800 pessoas (total que inclui parte das 1.399 já atendidas e prevê a inclusão de novos participantes), um aumento 28% na sua capacidade de assessoria em relação ao ano de 2010. Além das metas numéricas, o Consulado pretende expandir sua atuação por meio do emprego de outras fontes de recurso e captação de investimentos sociais, reduzindo a dependência da Whirlpool como sua única fonte financiadora. Para isso, em 2010, começou a ser definida uma estratégia para captação de recursos externos que será liderada pelos trainees em 2011.

Histórias das pessoas que foram beneficiadas com as ações do Consulado podem ser conhecidas no site: www.consuladodamulher.org.br

Usinas do trabalho

Além das atividades realizadas nas cidades em que a Whirlpool tem plantas fabris, o Consulado da Mulher chega a outros 12 estados e 51 cidades do Brasil por meio do programa Usinas do Trabalho. Essa frente assessora empreendimentos populares formados por, no mínimo, 80% de mulheres em situação de vulnerabilidade social que desenvolvem atividades empreendedoras com objetivo de geração de renda.

Assim como nos projetos assessorados localmente, o Consulado oferece sua metodologia e indicadores para instituições ou organizações não governamentais que apoiam essas iniciativas. Com isso, o programa Usinas do Trabalho contribui para o fortalecimento da rede de proteção social em todo o país. Por meio desse programa também são fornecidos eletrodomésticos da marca Consul para favorecer o desenvolvimento do negócio e a ampliação da capacidade produtiva. O programa Usinas do Trabalho começou o ano de 2010 com 29 empreendimentos sendo assessorados, e ao final do ano esse número subiu para 65 empreendimentos.

Revendas

Uma iniciativa de engajamento promovida pela empresa com esse público é o Brastemp Viva!, que promove o recolhimento das embalagens de produtos vendidos pelo sistema porta a porta em regiões do estado de São Paulo. A metodologia é multiplicada por parceiros varejistas, compartilhando as instruções para que a ação também possa ser desenvolvida por eles. Para isso, a Whirlpool e varejistas promovem a conscientização ambiental dos consumidores no ponto-de-venda, oferecem suporte no cadastramento de novos recicladores e na capacitação de motoristas e funcionários das revendas parceiras. O processo já foi compartilhado com Walmart Sul, Cybelar, Lojas Colombo e Lojas Salfer. (Leia mais sobre o Brastemp Viva! na página 34.) (EN27) (SO5)

Governo

Entre os principais assuntos que a Whirlpool trata com o governo estão as discussões sobre os programas voltados à economia de energia, como o Programa Brasileiro de Etiquetagem, do Inmetro, e os programas Procel e Conpet. Além disso, por meio da Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros) promove diálogos relevantes relacionados à implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e outras políticas públicas. (Leia mais sobre as políticas públicas na página 33.) (EN6) (EN26)

Acionistas

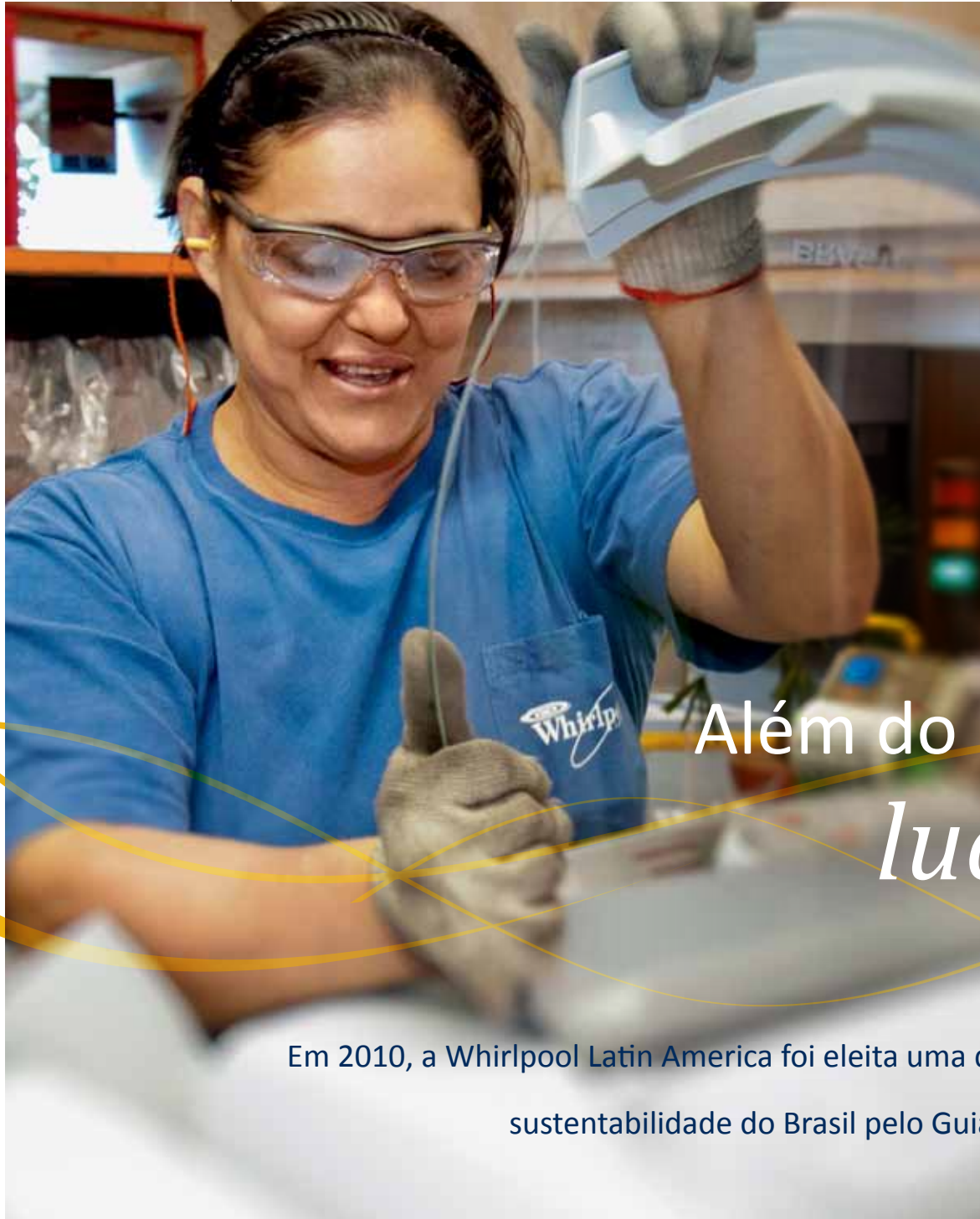
A Whirlpool Latin America realiza a prestação de contas com a máxima transparência aos investidores que detêm ações da Whirlpool S.A., listada na BM&FBovespa (consulte Organização da empresa no capítulo Perfil).

Pessoas gerando renda (SO1)

	2007	2008	2009	Beneficiados indiretos em 2009	2010	Beneficiados indiretos em 2010	Meta 2011
Total Presencial	174	563	557	1.824	526	1.206	600
Usinas de Trabalho	112	328	351	1.034	873	2.677	1.200
Total	286	891	908	2.858	1.399	3.883	1.800



Conheça, na versão *online* deste relatório, o PRÊMIO WHIRLPOOL INOVA.



Além do *lucro*

Em 2010, a Whirlpool Latin America foi eleita uma das 20 empresas-modelo em sustentabilidade do Brasil pelo Guia Exame de Sustentabilidade

O número de
multiplicadores é

31

eles *levam* o
tema a todas
as áreas da
empresa

Ao longo do ano, Whirlpool Latin America investiu R\$ 5,7 milhões em programas de melhoria ambiental, aplicados em frentes como gestão dos resíduos, contratação de consultorias especializadas e em treinamentos.

Em virtude de evoluções como essas, demonstradas ao longo deste relatório, a Whirlpool foi eleita uma das 20 empresas-modelo em sustentabilidade do país pelo Guia Exame de Sustentabilidade 2010, da Editora Abril. A publicação tem metodologia elaborada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces), da Fundação Getúlio Vargas.

Também merecem destaques os resultados conquistados pela LAR International, que, em 2010, concretizou o projeto de alinhamento entre as políticas socioambientais dos diversos países.

A LAR International conta ainda com metas para a redução de consumo de **água e energia** e de geração de resíduos. Os países mantiveram ainda o estímulo ao voluntariado entre o público interno e o apoio a entidades locais, como a Minuto de Dios, na Colômbia, com ações de desenvolvimento infantil; a Habitat for Humanity International, na Argentina, Chile e Guatemala; e a Habitat para a Humanidade Brasil. Outras entidades assistidas foram a Hogar de Niños, na Argentina, que trabalha com crianças desabrigadas, e a Corazones con Amor, no Peru, que atende famílias carentes.

| Com a tecnologia nanocerâmica, o pré-tratamento de chapas é feito a frio, o que reduz o consumo de energia em aproximadamente 10% e de água em 40%

Cada produto tem sua história



A Whirlpool Corporation completa 100 anos em 2011 >>

Em 1997, a empresa substituiu 700 refrigeradores em Fernando de Noronha por modelos mais econômicos >>

Os produtos antigos e as embalagens dos novos foram reciclados.



Valor econômico distribuído (EC1)

	2008	2009	2010
Fornecedores	49%	52%	46%
Colaboradores	9%	10%	12%
Acionistas	10%	7%	9%
Governo	26%	24%	27%
Reinvestimento	6%	7%	6%

Obs: Riqueza gerada e distribuída exclusivamente pelas operações de eletrodomésticos na América Latina, escopo deste relatório.

Nosso Desempenho

Desempenho *econômico*

A América Latina é hoje a segunda maior região de vendas da Whirlpool em todo o mundo, representando 20% dos negócios globais da companhia, atrás apenas da região da América do Norte, composta por Canadá, México e Estados Unidos. A exemplo de 2009, o ano de 2010 foi positivo para os negócios, com aumento de 16% do volume de vendas em relação ao ano anterior.

Como reflexo desse desempenho, a Whirlpool contribuiu novamente para a geração de empregos nos países onde atua. Aumentou o quadro de funcionários em 10,5%, o que significa a contratação de cerca de 1.500 novos profissionais.

O país é hoje o quarto maior mercado de eletrodomésticos no mundo, tendo à frente somente Estados Unidos, China e Japão. Os bons resultados da companhia no ano estão diretamente relacionados ao fato de que a empresa vem conseguindo acompanhar o excelente ritmo de desenvolvimento econômico do Brasil. Em 2010, em todo o mercado, as dez principais categorias de produtos de linha branca somaram, aproximadamente, 20 milhões de produtos. As marcas Brastemp e Consul têm juntas, em eletrodomésticos nas casas dos consumidores brasileiros, cerca de três vezes o tamanho da frota de automóveis do país.

Outro país que merece destaque em relação aos resultados é a Whirlpool Argentina, que registrou entre os anos de 2008 e 2010 um aumento de 100% da produção local. Em 2010, 34% dos produtos das marcas Whirlpool vendidos na Argentina foram produzidos localmente por cinco parceiros industriais.



O volume de vendas aumentou **16%** em 2010, e **1.500** novos empregos foram gerados

Investimos
R\$ **23,4**
milhões
em Saúde e
Segurança

Esse valor é
41%
maior do
que o realizado
em 2009

Saúde e *segurança*

Em busca da eficiência cada vez maior da segurança das operações, a Whirlpool destina todos os anos recursos para atividades como campanhas de conscientização, **treinamentos**, melhoria das proteções das máquinas, adequação das instalações e compra de equipamentos de proteção.

Em 2010, a taxa de frequência de acidentes com afastamento foi 31% menor que a meta projetada, superando a meta de 25% estipulada para o ano. Essa taxa corresponde ao número de acidentados com afastamento para cada 200 mil homens-hora de exposição ao risco. Para 2011, a meta é uma nova redução, de 25%.

A taxa de gravidade dos acidentes com afastamento também caiu, de 8,71 em 2009, para 5,25 em 2010, uma queda de 39%. Apesar do percentual de redução significativo, a meta estipulada para o ano, de

| **310.984**
foi o total
de horas de
treinamento
em 2010. No
Brasil, esse
número foi
32% maior do
que o de 2009



45%, não foi atingida, mas ações corretivas foram implementadas e os números caíram de maneira significativa no segundo semestre. A meta de redução para 2011 está estipulada em 20%.

Nas questões de saúde e segurança, a Whirlpool também segue as diretrizes do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional da certificação OHSAS 18001 (*Occupational Health & Safety Assessment Series*) e ISO 14.000 que é adotada por todas as fábricas da Whirlpool Latin America e permite a companhia comparar seu resultado com o de outras empresas ao redor do mundo.

Nosso Desempenho

Apesar do baixo nível de terceirização nas fábricas, a Whirlpool conta também com um Programa de Saúde, Segurança e Meio Ambiente para empresas prestadoras de serviços. O fornecedor passa por um processo de pré-qualificação onde é avaliado o cumprimento das exigências da Whirlpool e, posteriormente, recebe treinamento e tem suas operações monitoradas. Em 2010, não foi registrado nenhum acidente relevante envolvendo os prestadores de serviços.

As ações de prevenção da Whirlpool Latin America são gerenciadas pelo Programa de Prevenção de Riscos de Saúde, Segurança e Meio Ambiente. Um destaque dessa frente de trabalho em 2010 foi a revisão das questões de ergonomia. Em 2010, o foco foi a fábrica de Rio Claro que, em parceria com a Universidade de São Carlos, desenvolveu um programa de ajuste ergonômico. Além de contar com especialistas dedicados ao programa, 50 colaboradores estão sendo treinados como ergonomistas, o que dará a eles a capacidade de propor melhorias e identificar, no dia a dia, a necessidade de medidas corretivas nos postos de trabalho.



Em 2010, a Whirlpool deu continuidade ao processo de revisão e melhoria da metodologia do Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional, que promove o acompanhamento da saúde mental dos colaboradores por meio de consultas médicas e psicológicas. Essas avaliações são aplicadas periodicamente a todos os colaboradores. O programa é composto por dez protocolos, parte deles já foi revisada em 2010 e o processo será concluído em 2011.

Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos* (LA7)


	2008	2009	2010
Taxa de lesões (TL), acidentes com e sem afastamento	1,59	1,27	1,24
Taxa de doenças ocupacionais (TDO)	0,33	0,26	0
Taxa de dias perdidos (TDP)	17,17	8,71	5,25
Taxa de absenteísmo (TA) (%)	2,5	2,55	3,03
Número absoluto de óbitos	0	1	0

*Dados baseados na OSHA – Occupational Safety and Health Administration (200.000 homens-hora de exposição ao risco).

Metas e resultados

Indicador ⁽¹⁾	2010	2011
Taxa de Frequência dos Acidentes com Afastamento	-Meta: reduzir em 27% em relação a 2009 -Resultado: redução de 41%.	Meta: redução de 25% em relação a 2010.
Taxa de Gravidade dos Acidentes com Afastamento	-Meta: reduzir em 45% em relação a 2009. -Resultado: aumento de 10%.	Meta: redução de 20% em relação a 2010.

(1) de acordo com Occupational Safety and Health Administration (OSHA)

-  Conheça, na versão *online* deste relatório:
- o POSICIONAMENTO DA WHIRLPOOL SOBRE A OSHAS 18001;
 - e a extensão dos PROGRAMAS CORPORATIVOS SOBRE DOENÇAS GRAVES.

43%

dos postos na
produção são
ocupados
por mulheres

Há apenas
dois anos, o
percentual
era de

28%

Número de pessoas com necessidades especiais (LA13)^(*,** e ***)

2007	490
2008	815
2009	850
2010	903

**Os dados da Embraco, que fabrica compressores e que fica fora do escopo deste relatório, estão incluídos nos números enviados ao Ministério Público, uma vez que a empresa faz parte da entidade jurídica Whirlpool S.A., com o mesmo CNPJ. A TAC da Whirlpool S.A. inclui também os colaboradores da Embraco.*

***Os números referentes a Manaus não são contabilizados no percentual de colaboradores deficientes da Whirlpool S.A., pois se trata de outra entidade jurídica. ***Os números de pessoas com necessidades especiais contemplam apenas as unidades da Whirlpool do Brasil.*

Colaboradores, por gênero - 2010* (LA13)

	Masculino	Feminino
Diretoria	81%	19%
Gerência	75%	25%
Administrativo	62%	38%
Produção	57%	43%
Trainees	44%	56%

**Os percentuais referem-se apenas às unidades do Brasil.*

Diversidade e *inclusão*

A diversidade faz parte dos valores corporativos da Whirlpool Corporation e a empresa assumiu como um dos seus grandes desafios a promoção de um quadro de colaboradores rico na diversidade de perfis e opiniões. Entre as diversas práticas da área de Recursos Humanos está a utilização de critérios de diversidade como item de desempate na escolha entre candidatos com habilidades equivalentes.

Nas questões de gênero, a Whirlpool ampliou a participação das mulheres em praticamente todos os níveis nas unidades no Brasil. Na diretoria, as mulheres representavam 15% do quadro em 2009 e no ano de 2010 já somam 19%. As novas edições do programa de trainees também conseguiram alterar a disparidade e, ao final de 2010, as mulheres eram a maioria do total de trainees da empresa, com 56%, um aumento significativo em relação aos 20% de 2009. Na área de produção, ambiente tipicamente masculino, ano a ano o quadro fica mais equilibrado, com as mulheres à frente de 43% dos postos de trabalho. Há apenas dois anos esse percentual era de 28%. A política de remuneração é idêntica para homens e mulheres.

Em relação a pessoas com necessidades especiais, no Brasil a Whirlpool elevou de 850 para 871 o número de contratados, o que representa 4,75% do quadro total (*, ** e ***). O recrutamento de pessoas com necessidades especiais segue um escopo diferenciado e mais demorado, por isso não evoluiu na mesma proporção que as contratações tradicionais.

Os dados da Embraco, que fabrica compressores e que fica fora do escopo deste relatório, estão incluídos nos números enviados ao Ministério Público, uma vez que a empresa faz parte da entidade jurídica Whirlpool S.A., com o mesmo CNPJ. A TAC da Whirlpool S.A. inclui também os colaboradores da Embraco. **Os números referentes a Manaus não são contabilizados no percentual de colaboradores deficientes da Whirlpool S.A., pois se trata de outra entidade jurídica. *Os números de pessoas com necessidades especiais contemplam apenas as unidades da Whirlpool do Brasil.*

| A Whirlpool participa do Programa Na Mão Certa, da Childhood Brasil, que engaja empresas em ações contrárias à exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias do País



Nosso Desempenho

Desenvolvimento *profissional*

A Whirlpool fechou o ano de 2010 com 15.506 colaboradores, um aumento de 10,5% em relação ao ano de 2009. Em 2010, houve um crescimento significativo na quantidade de horas dedicadas aos treinamentos e capacitações. Já na LAR International, o volume de treinamentos passou de 834 horas para 7.400.

O grande destaque da educação corporativa em 2010 foi o lançamento da Escola de Líderes, voltada ao desenvolvimento das lideranças e construída com

base nas prioridades estratégicas da companhia. O programa contemplou aproximadamente 750 pessoas em toda a Whirlpool Latin America, em mais de 22 mil horas de treinamento.

Na Escola de Manufatura, para os trabalhadores horistas, foi criado, na fábrica de Rio Claro, o programa Super 100, que promove a capacitação em gestão e em competências técnicas. Já os mensalistas têm acesso aos treinamentos de e-learning desenvolvidos globalmente, por meio da Whirlpool Foundation, que abordam temas estratégicos e são direcionados à liderança. (LA11)

Todos os profissionais são avaliados e recebem feedbacks periódicos. A avaliação da performance é feita sistematicamente pelo Programa de Monitoramento de Performance (PMP) e a avaliação de potencial pela ferramenta Talent Pool. A avaliação dos colaboradores está a cargo de um comitê e não apenas do superior direto dos profissionais. (LA12)

Os horistas contam com a ferramenta Avaliação de Desempenho Horista (ADH). Criado em 2009, o programa apresenta os caminhos para o desenvolvimento desses colaboradores, por meio de critérios claros de movimentação, promoção, aumento por mérito e mudança de área, possibilitando o crescimento no setor em que atuam ou em outras áreas da companhia. Em reconhecimento aos bons resultados dessa prática, a

Whirlpool conquistou, em 2010, o 1º lugar no Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho – Etapa Estadual, na categoria Gestão de Pessoas.

As oportunidades da empresa contemplam ainda os recém-formados. Em 2010, o programa de trainee da Whirlpool Latin America teve 13.571 inscritos, 28% a mais que no ano anterior. Na edição atual, participam 23 pessoas e foram implementadas melhorias como o Summer Job nos Estados Unidos ou na Europa para o trainee que mais se destacar ao longo do programa.

Além disso, o grupo de trainees de 2010 também trabalhou ao lado do Consulado da Mulher na elaboração de um plano de negócios para implementação de uma lavanderia solidária que será construída, em 2011, na cidade do Guarujá (SP). O Consulado da Mulher e a Whirlpool atuaram ainda em parceria com outras entidades sociais e governamentais e organizaram ações de voluntariado, para a construção de moradias dignas para 32 famílias, também no Guarujá.

Já o programa de estágio recebeu 5.300 inscrições e a empresa terminou 2010 com 212 estagiários em seu quadro. Esses jovens profissionais também participam de programas de desenvolvimento e a intenção da Whirlpool Latin America é fazer com que eles sejam futuros analistas ou trainees.



Veja, na versão online deste relatório, a CARGA HORÁRIO DE TREINAMENTOS DE COLABORADORES em 2010.

Energia

A cada geração de produtos que lança no mercado, dentro de um ciclo de aproximadamente dez anos, a Whirlpool disponibiliza produtos que chegam a economizar até 50% de energia em relação à geração anterior, incluindo tanto o gás nos fogões quanto a eletricidade nos demais produtos. A busca pela eficiência energética nos produtos é uma política sólida da empresa que contribui de maneira significativa para a sustentabilidade e proporciona aos consumidores de todas as camadas sociais produtos mais econômicos.

A Whirlpool participa do programa de troca de refrigeradores patrocinado pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). Nesse caso, as distribuidoras de energia elétrica propõem a troca dos eletrodomésticos a consumidores de baixa renda e a Whirlpool se encarrega de comercializar refrigeradores novos para as distribuidoras e de recolher os antigos, que são, posteriormente, desmontados para reciclagem. (SO5)

Em 2010, as fábricas de Joinville, Rio Claro e Manaus apresentaram uma redução no consumo de energia em relação às metas estabelecidas de kWh por produto manufaturado na ordem de 4%, 10% e 24% respectivamente, superando as metas de estipuladas para o ano.

Outra meta da companhia é a de incluir, no médio prazo, 100% dos produtos de seu portfólio nas categorias de maior eficiência energética dos selos do Procel e Conpet (leia mais sobre esses programas na versão online do Relatório). Ao final de 2010, segundo critérios do Programa Brasileiro de Etiquetagem, do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro), 79% do portfólio da empresa estava incluído na categoria Classe A, os que possuem as menores taxas de consumo de energia. (EN6) (EN26)



Veja, na versão *online* deste relatório, o CONSUMO DIRETO E INDIRETO DE ENERGIA, POR UNIDADE DA WHIRLPOOL.

A Unidade
Manaus reduziu
o consumo de
energia em

24%

Em Rio Claro
e Joinville, a
redução foi de

10% e 4%



Materiais

A fábrica da Whirlpool em Joinville segue a Diretiva Europeia RoHS 2002/95/EC, que estabelece os mais rigorosos padrões de segurança em relação a **substâncias nocivas**. A certificação, conferida pelo Bureau Veritas Certification (BVC), exige que 100% dos fornecedores de componentes também passem pelo mesmo crivo.

Em paralelo à busca pela ausência total de substâncias nocivas, a Whirlpool investe na redução constante do volume e do impacto das matérias-primas utilizadas na produção dos seus produtos e embalagens. As máquinas de lavar roupa, por exemplo, possuem um índice de reciclabilidade de 80%, em virtude do uso do polipropileno.

| A companhia investe continuamente na redução de materiais e na eliminação de substâncias nocivas em seus produtos



Veja, na versão *online* deste relatório:

- os benefícios do uso da NANOCERÂMICA e do TERPENOL pela Whirlpool;
- o CONSUMO DE MATERIAIS E O PERCENTUAL DE MATERIAL RECICLADO, POR UNIDADE da Whirlpool Latin America.

| A Empresa publicou seu 1º inventário de emissões de GEE em 2010, ano-base 2009

Nosso Desempenho

Mudanças *climáticas*

As mudanças climáticas são consideradas um tema prioritário na agenda de sustentabilidade da Whirlpool Latin America. Por isso, desde 2008, a empresa faz parte da plataforma das Empresas pelo Clima (EPC), lançada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getulio Vargas (GVCes). A iniciativa prevê a definição de um marco regulatório para as questões da economia baseada em baixo carbono. Também faz parte do escopo da EPC oferecer às empresas participantes orientações para o desenvolvimento de um sistema de gestão das emissões de gases do efeito estufa (GEE).

A Whirlpool Latin America publica seu **inventário de emissões** seguindo as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol. Em 2010, o volume de emissões absolutas da empresa totalizou 92.707 toneladas de CO₂ equivalentes. Em 2009, o volume registrado foi 66.125 CO₂eq. A companhia atribuiu esse aumento tanto ao crescimento dos negócios quanto à melhoria do processo de inventário que, em 2010, passou a incluir além das unidades de Joinville, Manaus, Rio Claro e São Paulo (USP),

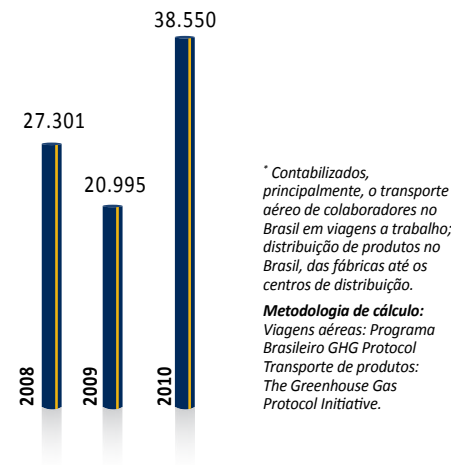
Emissões diretas de gases de efeito estufa (em t CO₂eq.) (EN16)

	2008	2009	2010
Escopo 1*	18.141	38.057	41.985
Escopo 2*	7.375	4.002	8.942
Escopo 1 e 2	25.516	42.059	50.927

*Metodologia de cálculo: Escopo 1 e Escopo 2: Programa Brasileiro GHG Protocol

EMISSIONS INDIRECTAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (EN17)

(em t CO₂eq. *)



as atividades do Centro Administrativo em São Paulo e do Centro de Distribuição de Jaboatão dos Guararapes, no Recife. O inventário da Whirlpool Latin America contempla as emissões dentro dos escopos 1 (provenientes de emissões de fontes fixas), 2 (compra de energia) e 3 (não obrigatórias, geradas indiretamente em consequência das atividades da empresa).

O inventário de 2010 revela que o maior volume de emissões é decorrente do processo de distribuição de produtos, com 39% de participação. Embora ainda esteja desenhando seu plano formal de redução, a empresa já está implementando melhorias no processo logístico que contribuem para a redução de emissões. Um das iniciativas é a ferramenta Roteirizador Dinâmico, que otimiza a ocupação dos espaços dos produtos nas carretas, diminui o número de viagens e, consequentemente, as emissões. Para 2011, além de buscar novas melhorias no inventário, a Whirlpool dará início ao processo de contabilização de pegada de carbono dos seus produtos.

- i** Conheça, na versão *online* deste relatório:
- tabela completa com os RESULTADOS DO INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GEE;
 - os resultados dos IMPACTOS AMBIENTAIS REFERENTES A TRANSPORTES;
 - e a participação da Whirlpool na iniciativa NA MÃO CERTA.

229

produtos foram
certificados
com o Procel

87

produtos foram
certificados
com o Conpet

Políticas *públicas*

A atuação da Whirlpool Latin America em relação ao desenvolvimento e aperfeiçoamento das políticas públicas se dá, principalmente, por meio das associações de classe, como a Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros) e a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee). A coordenação desse trabalho é feita internamente pela área de Relações Institucionais. Entre as iniciativas da Eletros na área de políticas públicas, destacam-se a participação nas discussões e na implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos, e nos programas de etiquetagem de eficiência energética. (SO5)

| O percentual de recolhimento de embalagens do Programa Brastemp VIVA, em 2010, chegou a 59,73%, superando a meta proposta de 59%



Conheça, na versão *online* deste relatório:

- a POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS;
- o PROGRAMA BRASILEIRO DE ETIQUETAGEM;
- o PROGRAMA BRASILEIRO DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA;
- e o PROGRAMA NACIONAL DE RACIONALIZAÇÃO DO USO DOS DERIVADOS DO PETRÓLEO E DO GÁS NATURAL.

A cada dez anos, a Whirlpool desenvolve produtos que economizam de **40% a 50%** de energia

Recursos hídricos e *efluentes*

A exemplo do consumo de energia, a Whirlpool tem como meta a redução da utilização de água tanto no processo produtivo como no consumo dos produtos. Em 2010, houve aumento do uso de água por produto produzido em Joinville e Rio Claro, em virtude de problemas pontuais como vazamentos. Em contrapartida, a unidade de Manaus

obteve redução.

64 mil m³
de água foram
reutilizados em
2010 em Rio Claro

Isso representa
30%
do consumo
total da
Unidade

A unidade desenvolve um projeto de sistema ainda mais avançado para a reutilização de 100% da água no Laboratório de Desenvolvimento e Aprovação de Produtos do Centro de Tecnologia de Lavanderia, em Rio Claro, com previsão de implementação em 2012. (EN10)

Já em Manaus, a empresa promoveu diversas mudanças na infraestrutura de sua fábrica para receber a nova linha de produção de lava-louças, que entrou em operação no começo de 2011. As novas

tecnologias tornam possível a reutilização e a redução significativa de consumo de água de 75m³ para 5m³ por mês. A companhia é a única indústria instalada no Brasil a fabricar lava-louças com a utilização de 75% de componentes nacionais. Em relação ao consumo de energia, as lava-louças utilizam 1,2kw/h, enquanto a lavagem manual com água quente gasta 2,4kw/h.

Os efluentes não reutilizados são descartados na rede pública de esgoto ou em corpos de água, neste último caso mediante aprovação dos órgãos ambientais competentes, que recebe as informações necessárias para avaliar os impactos dos descartes e, até o momento, não solicitou qualquer estudo adicional. As unidades de Joinville e Manaus contam com Estações de Tratamento de Efluentes (ETE) e na operação de Rio Claro o descarte é feito na rede municipal. A empresa não registrou nenhum acidente ambiental ou derramamentos significativos em 2010. (EN 22) (EN 23) (EN 24)



Veja, na versão *online* deste relatório, o CONSUMO DE ÁGUA e a GERAÇÃO DE EFLUENTES DIVIDIDOS POR UNIDADE da Whirlpool Latin America.

Resíduos *sólidos*

A Whirlpool Latin America procura reduzir e dar a destinação correta aos resíduos industriais gerados pelas suas operações. No entanto, em 2010, apesar dos esforços da companhia, a meta de redução de geração de resíduos enviados para aterros por produto produzido não foi cumprida pelas operações de Joinville e Rio Claro, em razão do aumento recorde de produção. Em Manaus, a redução foi de 16%. No total, foram geradas 32.977 toneladas de resíduos em 2010.

Brastemp Viva

A redução dos impactos causados pelos resíduos conta também com a iniciativa Brastemp Viva!, que promove o recolhimento das embalagens que acompanham os produtos da companhia vendidos pelo sistema porta a porta em regiões do estado de São Paulo (na Grande São Paulo e Baixada Santista) e em Recife, onde funcionou de maneira experimental em 2010.

O objetivo é reduzir o volume de resíduos descartados e não reciclados – como isopor (EPS), papelão e plástico –, encaminhando-os para empresas ou entidades de reciclagem. Em 2010, a Whirlpool conseguiu um retorno das embalagens do sistema de venda direta de 59%. No total, 75,3* toneladas foram recolhidas (10,9 toneladas de papelão, 51,9 de EPS e 12,4 toneladas de plástico), um crescimento de 31% em comparação a 2009. (EN27)

* Valores estimados com base em dados históricos das embalagens dos produtos.

Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição (em toneladas) (EN 22) (EN 24)

	2007	2008	2009	2010
Resíduos para aterro classe I	270	199	304	236
Resíduos para aterro classe II	1.724	1.421	1.135	1.465
Resíduos para coprocessamento classe I	859	955	710	520
Reciclagem de resíduos classe I	497	617	571	1.134
Reciclagem de resíduos classe II	0	160	188	191
Reciclagem de sucatas	20.372	23.614	26.648	29.319
Resíduos para incineração classe I	22	6	13	26
Resíduos para incineração classe II	0	0	41	86



Veja, na versão *online* deste relatório, a GERAÇÃO DE RESÍDUOS POR UNIDADE da Whirlpool Latin America.

Prêmios e Reconhecimentos

Whirlpool Latin America

- **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços aos Clientes – 7ª vez consecutiva – Revista Consumidor Moderno** – Categoria Eletrodomésticos, com as marcas Brastemp e Consul.
- **Empresa mais inovadora do Brasil – Revista Época Negócios** em parceria com a consultoria A.T. Kearney.
- **Melhor Empresa Para Você Trabalhar – Revista Você S/A e Exame.**
- **Uma das 20 empresas-modelo em sustentabilidade – Guia Exame de Sustentabilidade 2010.**
- **Uma das 100 Empresas Mais Sustentáveis Segundo a Mídia – Revista Imprensa** – 1º lugar na categoria Eletroeletrônicos e 29º na classificação geral.
- **“As Melhores da Dinheiro”, – Revista IstoÉ Dinheiro** – 1º lugar melhor empresa do ano no setor de eletrodomésticos.
- **Prêmio Intangíveis Brasil (PIB) 2010 – Revista Consumidor Moderno e Editora Grupo Padrão**, 1º lugar no ativo Inovação.
- **“O melhor programa de Lean Seis Sigma da América Latina” – IQPC** (International Quality and Productivity Center). Melhor programa lean seis sigma com o programa de Excelência Operacional.
- **“As Mais Admiradas de 2010” – Revista Carta Capital** – pela 13ª vez consecutiva, a empresa mais admirada do setor de bens de consumo duráveis e semiduráveis, na categoria eletrodomésticos.
- Em sua primeira participação, a **Whirlpool Argentina foi classificada entre as melhores empresas para se trabalhar**. O reconhecimento foi dado pela **revista argentina Apertura**.

- A marca Whirlpool foi apontada, pela **revista Selecciones da Argentina, como a mais confiável na categoria geladeiras**.
- **Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho** – Etapa Estadual, 1º lugar na categoria Gestão de Pessoas, pelo programa Avaliação de Desempenho Horista (ADH).
- A unidade Manaus recebeu o **prêmio Cunhatã**, durante a reunião do **Conselho de Administração da Suframa (Superintendência da Zona Franca de Manaus)**. A Whirlpool Latin America foi eleita como a **melhor na categoria desempenho em absorção de mão-de-obra, sub-categoria melhor índice de permanência de mão-de-obra**.
- A Whirlpool Latin America foi eleita, pela **revista Gestão RH, uma das 50 melhores empresas em práticas de gestão de pessoas**.
- Foi classificada em 33ª lugar no ranking **“As 100 Empresas Mais Ligadas do Brasil”, da revista Info Exame**. O prêmio é concedido às empresas que mais investem em tecnologia no país.

Brastemp

- Eleita, com mais de 50% dos votos, a **marca de confiança dos consumidores brasileiros, segundo a revista Seleções da Reader’s Digest**, na categoria eletrodomésticos.
- **Top of Mind – Folha de S. Paulo** – categorias lavanderia (pela 18ª vez consecutiva) e cocção. Na categoria Top Classe A (a mais lembrada entre os consumidores de alto poder aquisitivo), ganhou nas categorias máquinas de lavar roupas e geladeiras.
- **A Marca dos Cariocas – Jornal O Globo** – categoria Eletrodomésticos.

Consul

- **Prêmio Top of Mind – Folha de S. Paulo** Campeã pela 18ª vez consecutiva na categoria refrigeração, além de conquistar o segundo lugar nas categorias Lavanderia e Cocção.
- **Prêmio de Design Museu da Casa Brasileira 2010**, categoria eletroeletrônicos com o Purificador de Água Consul. A marca também recebeu menção honrosa com o projeto conceito Freedom, linha de produtos apresentados no BGourmet de 2010.

Whirlpool Corporation

- **Reconhecida pelo Fast Company Editorial como uma das empresas mais inovadoras do mundo**. A companhia ocupou a quinta colocação da edição 2010 Fast Company’s, na categoria produtos de consumo.
- **Eleita uma das 25 Empresas mais Respeitadas dos Estados Unidos, de acordo com a revista Forbes e o Reputation Institute**. É o terceiro ano consecutivo que a Whirlpool é nomeada para a lista das empresas mais respeitadas.
- **Foi mais uma vez reconhecida como uma das 500 principais empresas dos EUA no segundo Green Rankings anual da Newsweek**, que relaciona as maiores empresas mais verdes dos EUA e do mundo. A Whirlpool ficou em 116º lugar.

Índice GRI

INDICADORES DE DESEMPENHO			
	Página(s)/resposta	TNS	Pacto Global
Estratégia e análise			
1.1. Declaração do presidente.	3		
1.2. Principais impactos, riscos e oportunidades.	3, 8, 9, 10, 11		
Perfil organizacional			
2.1. Nome da organização.	Capa		
2.2. Marcas, produtos e/ou serviços.	Contracapa		
2.3. Estrutura operacional.	Contracapa		
2.4. Localização da sede da organização.	Contracapa		
2.5. Atuação geográfica.	Contracapa		
2.6. Natureza jurídica.	Contracapa		
2.7. Mercados atendidos.	Contracapa		
2.8. Porte da organização.	Contracapa		
2.9. Mudanças no ano.	Não houve mudanças significativas na estrutura da empresa em 2010.		
2.10. Prêmios e certificações.	Contracapa e 35		
Parâmetros para o relatório			
Perfil do relatório			
3.1. Período coberto pelo relatório.	Capa		
3.2. Relatório anterior.	2009		
3.3. Periodicidade.	Anual.		
3.4. Dados para contato.	4ª aba		
Escopo e limite do relatório			
3.5. Definição do conteúdo.	1ª aba		
3.6. Limite do relatório.	Contracapa e 39		
3.7. Escopo do relatório.	Contracapa e 39		
3.8. Base para a elaboração do relatório.	Contracapa e 39		
3.9. Técnicas de medição e bases de cálculos.	Notas explicativas dos indicadores.		
3.10. Consequências de reformulações de informações.	Não há.		
3.11. Mudanças significativas.	Não há.		
Verificação			
3.13. Verificação externa.	3ª aba		
Governança, compromissos e engajamento			
Governança			
4.1. Estrutura de governança da organização.	5		1 a 10
4.2. Presidência do grupo mais alto de governança.	5		1 a 10
4.3. Número de membros independentes ou não executivos do mais alto órgão de governança.	5		
4.4. Mecanismos para acionistas fazerem recomendações ao Conselho de Administração.	A Whirlpool S.A., que inclui a operação da Embraco, realiza assembleia anual com acionistas e oferece, em seu website, um canal telefônico e um endereço de e-mail para o recebimento de recomendações		
4.5. Relação entre remuneração e desempenho da organização.	11		1 a 10
4.6. Processos para evitar conflitos de interesse.	6		1 a 10



INDICADORES DE DESEMPENHO			
	Página(s)/resposta	TNS	Pacto Global
4.7. Qualificações dos membros da diretoria.	5		1 a 10
4.8. Declarações de Missão e Valores, códigos de conduta e princípios internos.	5,6 e 7		1 a 10
4.9. Processos de gestão do desempenho econômico, ambiental e social.	5		1 a 10
4.10. Processos para a autoavaliação do desempenho.	5		1 a 10
Compromissos com iniciativas externas			
4.11. Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.	Resposta online, 9 a 11		
4.12. Cartas, princípios e outras iniciativas externas que a organização subscreve ou endossa.	9, 10		
4.13. Participação em associações.	23,33		
Engajamento dos stakeholders			
4.14. Relação dos grupos de partes interessadas (stakeholders) engajados pela organização.	16 a 23		
4.15. Base para a identificação e seleção de partes interessadas (stakeholders) com os quais engajar.	16 a 23		
4.16. Abordagens para o engajamento das partes interessadas (stakeholders).	16 a 23		
4.17. Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos stakeholders e que medidas a organização tem adotado para tratá-los.	16 a 23		
4.17. Preocupações levantadas por meio do engajamento das partes interessadas (stakeholders).	18, 1ª aba		
DESEMPENHO ECONÔMICO			
Abordagem sobre a forma de gestão.	25,26. Resposta online		
EC1. Valor econômico direto gerado e distribuído.	25,26	1, 2, 3 e 4	
EC2. Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devidos a mudanças climáticas.	32	1	7
EC4. Ajuda financeira significativa recebida do governo.	13		
DESEMPENHO AMBIENTAL			
Abordagem sobre a forma de gestão	31,32,34. Resposta online		7, 8, 9
EN1. Materiais usados por peso ou volume.	Resposta online.	3	8
EN2. Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.	Resposta online.	3	8,9
EN3. Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	Resposta online.	1	8
EN4. Consumo de energia indireta.	Resposta online.	1	8
EN6. Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia.	15		
	1	8,9	
EN8. Total de água retirada por fonte.	Resposta online.	3	8
EN9. Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água.	Resposta online.	3	8
EN10. Uso de água reciclada e reutilizada.	34		
EN16. Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa.	32	2	8
EN17. Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeitos estufa.	32	2	8
EN18. Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas.	Resposta online.	2	7, 8, 9
EN20. NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso.	Resposta online.		
EN21. Descarte de água.	Resposta online.	3	8
EN22. Peso total de resíduos.	34	3	8
EN23. Derramamentos significativos.	34	3	8

Índice GRI

INDICADORES DE DESEMPENHO			
	Página(s)/resposta	TNS	Pacto Global
EN24. Resíduos perigosos transportados.	34	3	8
EN26. Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços.	14,15 e 33. Resposta online.	1, 2, 3	7, 8, 9
EN27. Reaproveitamento de produtos e embalagens.	25,34		
EN29. Impactos ambientais referentes a transporte de produtos e de trabalhadores.	Resposta online.	1, 2, 3	7, 8, 9
GERAL			
EN30. Total de investimentos e gastos em proteção ambiental.	Resposta online.	1, 2, 3	7, 8, 9
DESEMPENHO SOCIAL – PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE			
Abordagem sobre a forma de gestão	17,18,27-30. Resposta online.		1, 3, 6
LA1. Total de trabalhadores, por tipo de emprego e unidade.	17, Resposta online.		
LA2. Taxa de rotatividade.	18, Resposta online.	4	6
LA3. Benefícios oferecidos, discriminados pelas principais operações.	Independentemente do tipo e duração do contrato, todos os colaboradores possuem acesso ao programa de benefícios e treinamentos voltados para educação, saúde e segurança. Os benefícios incluem plano de saúde, plano odontológico, previdência privada, alimentação, seguro de vida, transporte e brinde de Natal.	4	
LA4. Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva.	No Brasil, 100% dos colaboradores são abrangidos por acordos e convenções coletivas de trabalho, firmados com os sindicatos laborais da respectiva região. Na LAR International, nos casos em que a legislação do país exige, a Whirlpool firma acordos coletivos com seus colaboradores.	4	1,3
LA7. Taxa de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absenteísmo.	27 e 28	4	1
LA8. Programas de educação, prevenção e controle de risco em relação a doenças graves.	Resposta online.	4	1
LA10. Média de horas por treinamento por ano.	Resposta online.	4	
LA11. Programas para gestão de competências, aprendizagem contínua e continuidade da empregabilidade.	17 e 30. Resposta online.	4	
LA12. Percentual de empregados que recebem análises de desempenho.	30, Resposta online.	4	
LA13. Monitoramento dos indicadores de diversidade.	29, Resposta online.		
DESEMPENHO SOCIAL – DIREITOS HUMANOS			
Abordagem sobre a forma de gestão.	6 e 20. Resposta online.		1, 2, 3, 4, 5, 6
HR2. Empresas contratadas submetidas a avaliações referentes a direitos humanos.	6	4	1, 2, 3, 4, 5, 6
HR6. Medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.	20	4	1, 2, 5
HR7. Medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado.	20	4	1, 2, 4
HR9. Casos de violação de direitos indígenas.	20		1,2
DESEMPENHO SOCIAL – SOCIEDADE			
Abordagem sobre a forma de gestão.	21-23,33. Resposta online.		10
SO1. Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades.	21 a 23	4	
SO3. Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção.	Resposta online.	4	10
SO5. Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.	23,31 e 33		
DESEMPENHO SOCIAL – RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO			
Abordagem sobre a forma de gestão.	18,19. Resposta online.		1,8
PR1. Política para preservar a saúde e segurança do consumidor durante o uso do produto.	18	4	1,8
PR5. Práticas relacionadas à satisfação do cliente.	19, Resposta online.		