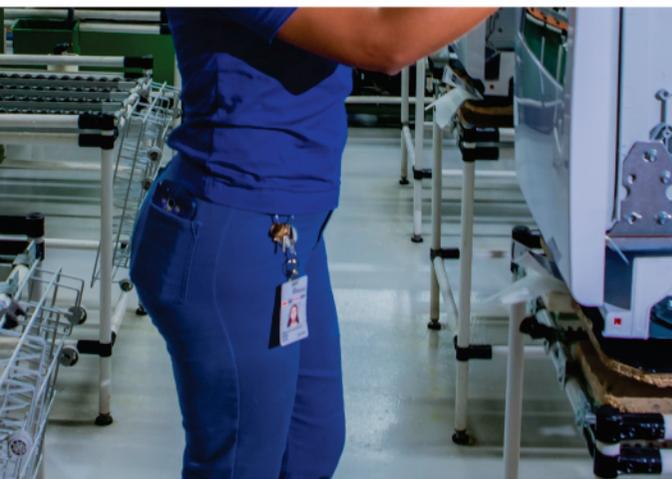
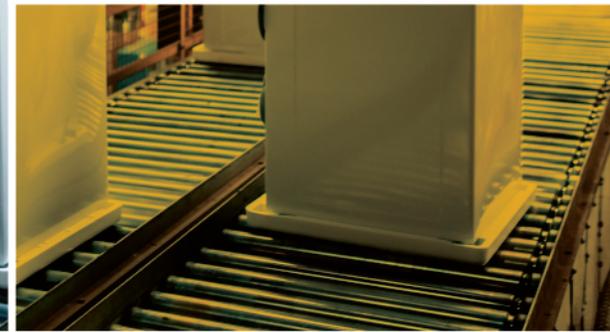


Informe de Sostenibilidad 2015 | 2016

Latinoamérica





Índice



Índice.....	01
Misión, visión y valores.....	02
Destacados.....	03
Estimado lector.....	04
Mensaje de los líderes.....	06
Perfil.....	08
Liderazgo en productos.....	24
Excelencia operativa.....	37
Excelencia en personas.....	48
Índice GRI.....	63
Créditos.....	80

Misión, visión y valores

GRI G4-56

MISIÓN

Crear demanda y generar confianza todos los días.

VISIÓN

Las mejores marcas y productos para el consumidor en todos los hogares en todo el mundo.

VALORES

Respeto.

Integridad.

Diversidad e inclusión.

Trabajo en equipo.

Espíritu de victoria.



Destacues

- Lanzamiento de cerca de 400 nuevos productos en 2015 y 2016, un promedio de más de cuatro lanzamientos por semana.
- Ingresos Netos de ventas de R\$ 9.219 millones en 2016, aproximadamente el 1,79% menos que en 2015, cuando totalizó R\$ 9.387 millones.
- Inversiones de R\$ 18,1 millones en gestión ambiental durante 2015 y 2016.
- Apoyo del Instituto Consulado de la Mujer a más de 200 emprendimientos populares entre 2015 y 2016, que generaron una facturación conjunta de R\$ 13,6 millones en el período.
- Cumplimiento de la meta de cero envíos de residuos industriales y no industriales a rellenos sanitarios en diciembre de 2015.
- Reducción del 36% en la intensidad energética, es decir, en la energía consumida con relación a la facturación obtenida, entre 2014 y 2016.

- Inauguración de una fábrica en La Tablada, Argentina, en 2016 lista para producir cocinas y lavadoras.
- Reducción del 20% del consumo de agua entre 2014 y 2016.
- Mejora continua en los indicadores de salud y seguridad con reducción del 42% en las tasas de lesiones y del 46% en la tasa de días perdidos en comparación con los resultados de 2012, además de registrar cero accidentes fatales y cero enfermedades ocupacionales por séptimo año consecutivo.
- En 2015, inauguración de la fábrica en Colombia en *joint-venture* con Haceb, con operaciones certificadas ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001 para producción de lavadoras, que son exportadas a 17 países. En 2016, se produjeron 369 mil lavadoras, de las cuales 60 mil fueron exportadas. La planta cuenta con iluminación natural y lámparas de LED que proporcionan 80% de eficiencia energética y también tiene iniciativas de reutilización de agua y gestión de residuos.





Estimado lector:

GRI G4-3 | G4-18 | G4-19 | G4-23 | G4-28 | G4-31

—

éste es el Informe de Sostenibilidad 2015/2016 de Whirlpool Latinoamérica, un documento que presenta de forma objetiva a la Compañía, su estrategia, gestión, compromisos y desempeño en el período que va del 1º de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2016 con relación a las unidades de Brasil y Argentina, donde la Compañía cuenta con operaciones propias.

Por séptima vez consecutiva, el informe sigue las directrices de la *Global Reporting Initiative* (GRI) en su versión G4, una práctica de reporte de sostenibilidad que es un estándar utilizado por miles de empresas en todo el mundo. El objetivo es que esta publicación presente a los diferentes públicos de interés de Whirlpool información sobre los aspectos de la operación más importantes para la sostenibilidad del Negocio, la mitigación de riesgos y la generación de valor.

Para definir cuáles son estos aspectos, se revisó la matriz de materialidad de 2014, realizando también un estudio para identificar los temas más relevantes actualmente y las mejores prácticas del sector. Además, se realizó un proceso de entrevistas con los ejecutivos de la Compañía para entender los temas estratégicos para su desarrollo sostenible a corto y mediano plazo. Como resultado de ello, se definieron ocho temas relevantes, que serán tratados a lo largo del informe:

TEMAS RELEVANTES

 <p>CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS</p>	 <p>GESTIÓN AMBIENTAL (ENERGÍA, AGUA Y RESIDUOS)</p>
 <p>PRODUCTOS MÁS SOSTENIBLES (INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CICLO DE VIDA)</p>	 <p>CADENA DE PROVEEDORES RESPONSABLE</p>
 <p>SALUD Y SEGURIDAD DE LOS COLABORADORES</p>	 <p>GESTIÓN DE MATERIALES</p>
 <p>COMPLIANCE</p>	 <p>IMPACTOS POSITIVOS EN LA COMUNIDAD</p>

Para cada tema relevante, se detallan indicadores GRI, que pueden ser identificados a lo largo del Informe por la sigla "GRI-G4". El detalle completo de los indicadores puede encontrarse en el Índice GRI en la página 63.

También destacamos en el Informe los temas que tienen relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), una agenda estipulada por la Organización de las Naciones Unidas de la cual Whirlpool es signataria.

Las informaciones de la versión en portugués pasaron por una auditoría independiente para garantizar su veracidad y credibilidad.

¡Disfrute la lectura!



En caso de dudas, comentarios o de necesitar información adicional sobre alguno de los temas aquí tratados, hable con nosotros:

sustentabilidade@whirlpool.com



Mensaje de los Líderes

GRI G4-1

Nos enorgullece presentar los resultados de este informe, aún más en un escenario tan desafiante como los últimos años para la industria. A pesar de ello, nunca nos desviamos de nuestro compromiso con la sostenibilidad, innovación y compromiso con nuestros consumidores.

Invertimos R\$ 18,1 millones en gestión ambiental y continuamos transformando positivamente la vida de mujeres en situación de vulnerabilidad por medio del Consulado de la Mujer, que estos dos últimos años apoyó más de 200 emprendimientos populares que generaron una facturación conjunta de R\$ 13,6 millones.

También me gustaría destacar con gran orgullo que desde 2015 alcanzamos la meta de dejar en cero en todas nuestras fábricas el envío de residuos industriales y no industriales a rellenos sanitarios. Brasil fue la primera subsidiaria de Whirlpool Corporation en lograr esta meta, prevista para alcanzar en los demás países en que actuamos antes del año 2022.

Estamos atentos y hacemos un seguimiento de los indicadores de consumo de agua en nuestras operaciones y, actualmente, el 14,26% del agua utilizada en las fábricas se obtiene de forma sostenible a partir de proyectos de captación de agua de lluvia y reúso del tratamiento de efluentes. Conseguimos reducir el 36% la intensidad energética, es decir, la energía consumida con relación a la facturación obtenida, entre 2014 y 2016. Obtuvimos una reducción del 20% en el consumo de agua en el mismo período. La salud y el bienestar de nuestros colaboradores también están siempre en nuestro foco y nos enorgullece anunciar que por séptimo año consecutivo no hubo ningún accidente de trabajo fatal, ni casos de enfermedades ocupacionales.

Fuimos reconocidos por sexta vez como una de las empresas más sostenibles de Brasil por la Guía Exame de Sostenibilidad, el más respetado estudio sobre desarrollo sostenible en Brasil. Nuestro foco en talentos también es consistentemente reconocido por el mercado y por 20º año consecutivo estamos presentes en la Guía Você S/A de



las Mejores Empresas para Trabajar y por 5º año en Great Place to Work. Estos logros también demuestran el trabajo de clima que desarrollamos con nuestros colaboradores. La Encuesta de *Engagement* 2016, dirigida a los asalariados y ejecutivos de todas las regiones de Whirlpool, y nuestra Encuesta de Clima, dirigida al público pago por hora, obtuvieron uno de los mejores resultados de nuestra historia, ¡lo que refuerza el orgullo de pertenecer al equipo de Whirlpool!

Buscamos nuevos aliados para asegurar las mejores entregas al mercado, contribuimos al fomento de la innovación en el país por medio de alianzas con universidades y otras organizaciones, intercambiando conocimientos y trayendo experiencias de fuera de la organización. Realizamos innumerables lanzamientos e inauguramos una fábrica en La Tablada, Argentina.

Whirlpool refuerza el compromiso con el Pacto Global de la ONU mediante la participación en el Comité Brasileño del Pacto Global (CBPG) y utiliza las directrices del Pacto para priorizar las iniciativas de sostenibilidad y responsabilidad social de la Compañía, cuyos resultados de los años 2015 y 2016 se presentan en este informe siguiendo las directrices de la *Global Reporting Initiative* (GRI).

João Carlos Brega

CEO de Whirlpool S.A.

01 PERFIL



PANORAMA

GRI G4-4 | G4-6 | G4-7 | G4-8 | G4-9

Whirlpool Latinoamérica es una de las líderes del mercado de electrodomésticos en la región. Por medio de marcas reconocidas como Whirlpool, Consul, Brastemp y KitchenAid, la Compañía le ofrece al mercado una cartera completa de productos en el segmento de línea blanca, que cuenta con: refrigeradores, freezers, cocinas, lavadoras y secadoras de ropa, lavavajillas, microondas, equipos de aire acondicionado y purificadores de agua, además de comercializar hornos eléctricos, climatizadores, depuradores de aire, accesorios para cocina y equipos portátiles como batidoras y licuadoras.

ESTRUCTURA DE WHIRLPOOL LATINOAMÉRICA



-  Sede administrativa
-  Fábrica
-  Oficina
-  Centro de Tecnología
-  Centro de Distribución



Whirlpool Latinoamérica cuenta con cuatro fábricas de operación propia instaladas en América del Sur

FÁBRICAS

JOINVILLE | **Santa Catarina**



RIO CLARO | **São Paulo**



MANAUS | **Amazonas**



LA TABLADA | **Argentina**



PRODUCTOS FABRICADOS

-  Aire acondicionado
-  B. blend
-  Cocina, horno y cooktop
-  Lavavajilla
-  Lavadora de ropas
-  Microondas
-  Purificador de agua
-  Refrigerador y freezer
-  Secadora de ropas

CAMBIOS EN LATINOAMÉRICA

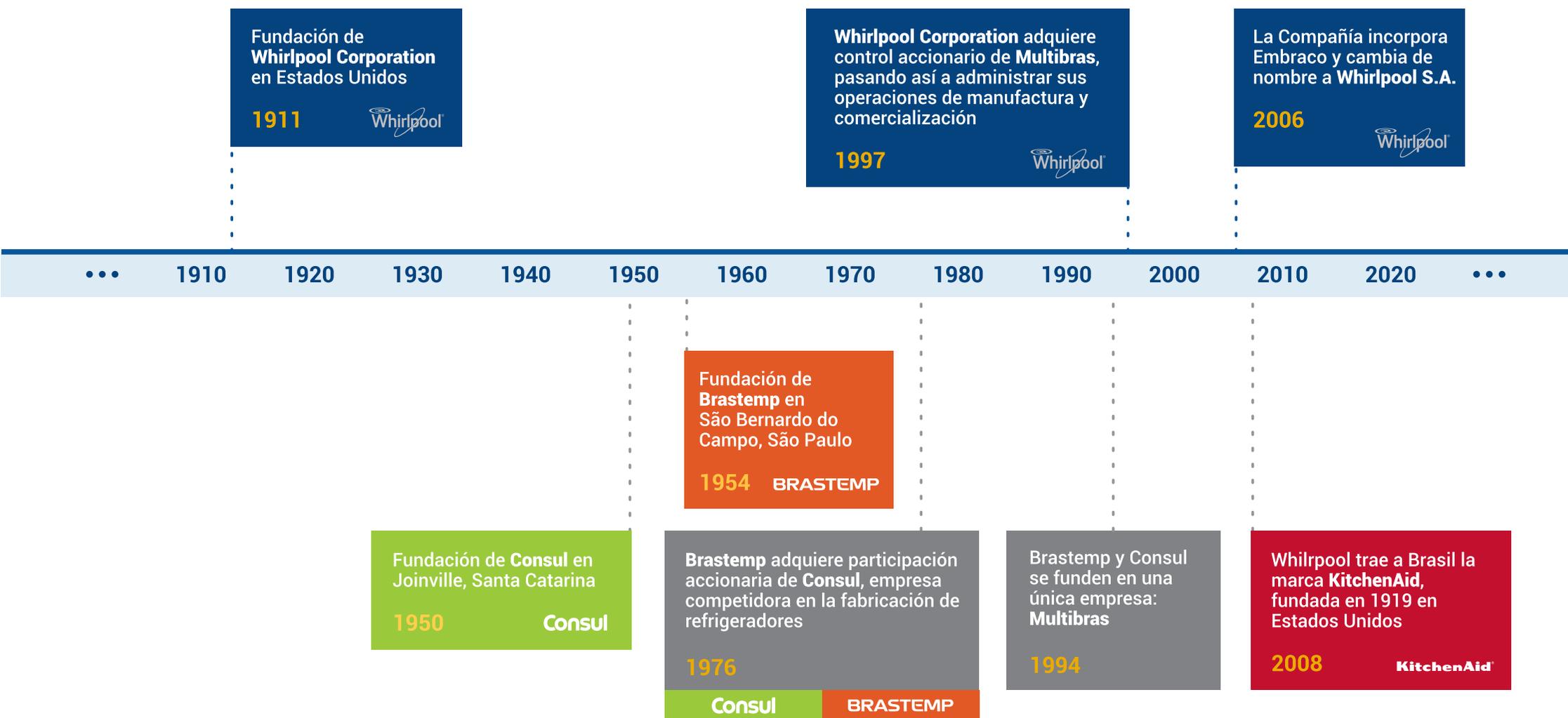
GRI G4-13

En 2015, Whirlpool inauguró una nueva fábrica en Medellín, Colombia, en *joint-venture* con Haceb. Al año siguiente, la Compañía inauguró una fábrica propia en La Tablada, Argentina, lista para producir cocinas y lavadoras.

En Brasil, se cerró el Centro de Distribución de Jaboaão dos Guararapes.

HISTORIA

Whirlpool Latinoamérica es el negocio de electrodomésticos de Whirlpool S.A., una subsidiaria de Whirlpool Corporation, empresa centenaria presente en prácticamente todos los países del mundo. En Brasil, su actuación tuvo inicio en 1997, cuando la Compañía estadounidense adquirió el control accionario de las empresas brasileñas Brastemp y Consul.





ESCENARIO MACROECONÓMICO Y SECTORIAL

El año 2016 fue marcado por inestabilidad política acompañada por recesión económica y alta volatilidad en el mercado de cambio. En 2016, Brasil perdió el grado de inversión dado por las tres mayores agencias de riesgo mundiales como consecuencia del deterioro de las cuentas públicas, bajo crecimiento económico y político dificultando las reformas estructurales y fiscales. Como reflejo de este escenario, la cotización del real alcanzó un máximo de 4,16 a comienzo del año.

Sin embargo, en el último trimestre se contuvo el aumento de la inflación (del 10,7% en 2015 al 6,3% en 2016) y, consecuentemente, fue posible iniciar la reducción de la tasa básica de intereses -tasa

SELIC- (del 14,25% al 13,75% y con expectativa de que la reducción continúe en 2017). En el transcurso del año, el real se apreció el 13% influenciado por noticias de estabilización de la economía interna, así como números positivos de precio de *commodities*. Sin embargo, la retracción del PIB en 2016 fue de -3,6%, con la industria presentando una caída del -3,8%.

La expectativa económica para 2017 es de una tímida reanudación del crecimiento del PIB del 0,5%. No obstante, también se espera un aumento de la tasa de desempleo (que puede llegar al 13% en 2017) y perjudicar el consumo. El Banco Central de Brasil seguirá reduciendo la tasa SELIC para estimular la economía (expectativa de que llegue al 9,5% a fin de año), ya que la inflación debe mantenerse controlada y estabilizarse cerca del techo de la meta (4,5% anual). La incertidumbre en el escenario político va a continuar en 2017 a medida que se ejecuten las investigaciones de corrupción ("Lava-Jato"), lo que puede dificultar la ejecución del ajuste fiscal para equilibrar las cuentas públicas.



DESEMPEÑO ECONÓMICO

GRI G4-9

El año 2016, los ingresos netos de ventas de Whirlpool S.A. consolidados totalizaron R\$ 9.219 millones, representando una reducción del 1,79% con relación al año anterior, cuando sumó R\$ 9.387 millones. El resultado del ejercicio después de la participación en sociedades controladas y coligadas y antes de los impuestos ascendió a R\$ 433 millones (R\$ 514 millones en 2015), equivalente al 4,70% de los ingresos netos de ventas y servicios (5,48% en 2015).

La ganancia neta del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2016 totalizó R\$ 312 millones (R\$ 287 millones en 2015), equivalente a R\$ 0,21 por acción (R\$ 0,19 en 2015).

Como compañía abierta, Whirlpool S.A. comunica con transparencia al mercado y a sus accionistas los resultados trimestrales y la información sobre su gestión de riesgos, posibles pasivos, estrategia, políticas y cualquier otro factor que pueda influenciar el valor de mercado de la Compañía y la toma de decisiones del inversionista. Obtenga más información sobre estos whirlpool.com.br/investidor

DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AGREGADO

GRI G4-EC1

	2014	2015	2016
Proveedores	53%	60%	59%
Colaboradores	9%	10%	10%
Accionistas	8%	18%	21%
Gobierno	25%	10%	7%
Reinversión	5%	2%	3%

GOBIERNO CORPORATIVO

ESTRUCTURA SOCIETARIA

Whirlpool Corporation

Empresa estadounidense que es la controladora del Grupo y la mayor fabricante de electrodomésticos del mundo. Tiene acciones que cotizan en la Bolsa de Nueva York y está sujeta a las exigencias de la Ley Sarbanes-Oxley (SOX), que determina mecanismos de controles internos y auditorías para asegurar la transparencia y la credibilidad de su administración.

Whirlpool S.A.

Controladora de Whirlpool Latinoamérica. La compañía cotiza en BM&Fbovespa desde 1994 (con los códigos WHRL3 y WHRL4) y está sujeta a la reglamentación y normas de transparencia de la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM).

Capital social: 1.502.786.006 acciones (31,5% de preferentes y 68,5% de ordinarias).
Valor de mercado al cierre de 2016: R\$ 4,8 mil millones.

BRASIL

Sede en São Paulo

BRASTEMP **Consul** **KitchenAid®**

Whirlpool Latin America

LAR INT

Sede en Miami

acros **Consul** **AMANA®**
Whirlpool **Eslabón de lujo** **KitchenAid®**

ADMINISTRACIÓN

GRI G4-34

La estructura de administración de Whirlpool cuenta con gestores experimentados en cada aspecto del negocio.

Estructura de la administración de Whirlpool Latinoamérica	
João Carlos Costa Brega	CEO Whirlpool S.A.
Andrea Neves Clemente Hand	Directora Sr. de Recursos Humanos
Armando Ennes do Valle Junior	Vicepresidente de Sostenibilidad, Comunicación, Manufactura Manaus, Relaciones Institucionales, Ventas y Comercial Sur de Lar International (Argentina, Chile, Perú, Uruguay, Paraguay, Bolivia y Ecuador)
Arthur Henrique de Aguiar Cancado Azevedo	Vicepresidente de Impuestos, Tesorería, Servicios Compartidos, Tecnología de la Información y Finanzas
Bernardo Gallina	Vicepresidente Jurídico
Paulo Domingos Mileo Miri	Vicepresidente de Marketing, Calidad, Suministros, Logística, Ventas y Comercial

Consejo de Administración	
João Carlos Costa Brega	Presidente
Armando Ennes do Valle Junior	Vicepresidente
Antonio Mendes	Miembro del Consejo
Nadia Ricas Xavier	Secretaria



GESTIÓN DE RIESGOS

Whirlpool entiende que la gestión de riesgos es fundamental para apoyar su crecimiento, planificación estratégica y flexibilidad financiera. Por eso, cuenta con una estrategia que evalúa periódicamente la exposición de los negocios a posibles factores de riesgo y define instrumentos para mitigarlos.

Para conocer esta gestión en detalle, acceda al Formulario de Referencia 2016, apartado 5, en <https://goo.gl/HFsyrV>.

Los principales factores de riesgo que pueden afectar el resultado operativo y financiero de Whirlpool son:



Riesgo de Tasa de Cambio

Parte importante de la generación de ingresos y gastos de la Compañía viene de la exportación e importación de productos y materia prima, que se realizan en otras monedas que no son el real.



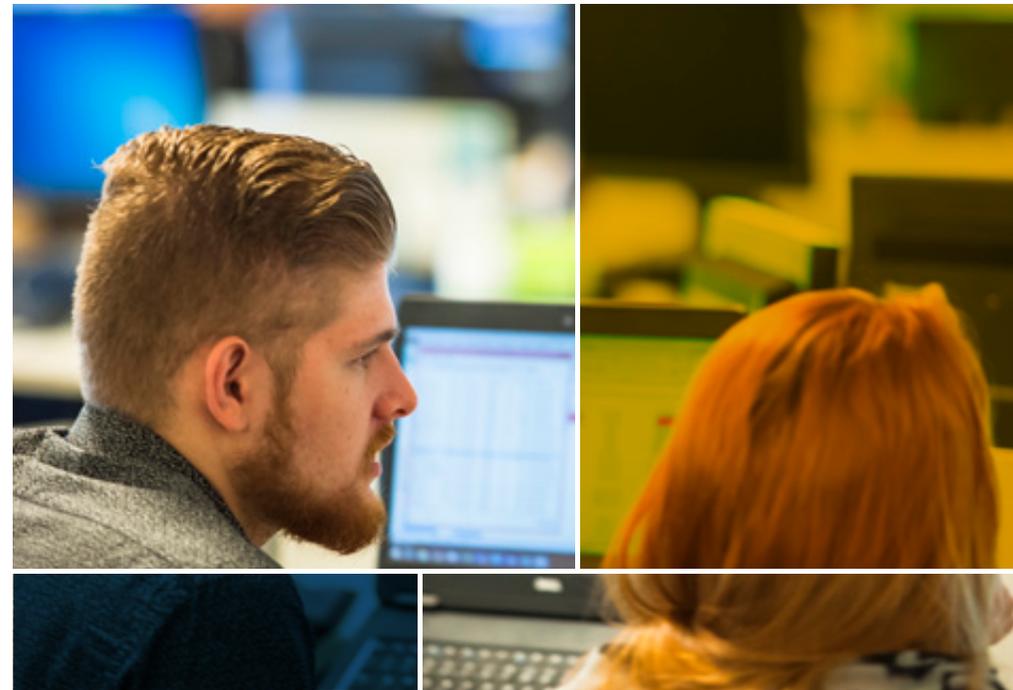
Riesgo de Tasa de Intereses

Variaciones desfavorables en la tasa pueden afectar negativamente los ingresos y gastos financieros porque la Compañía cuenta con financiaciones.



Riesgo de Precios de Commodities

Variaciones de precio, principalmente del cobre y del aluminio, pueden afectar el resultado operativo y financiero.



A fin de medir, monitorear y mitigar los riesgos financieros adversos resultantes de estas exposiciones, Whirlpool utiliza instrumentos financieros derivados para administrar y proteger el flujo de caja y los activos y pasivos de la Compañía.

Además de los riesgos financieros, tangibles, medibles y formalizados en la gestión de los riesgos de la Compañía, Whirlpool también observa, identifica y administra potenciales factores de riesgo vinculados a la disponibilidad de recursos esenciales para su operación (humanos y ambientales), al cumplimiento de las legislaciones a las que está sujeta y a los cambios y evoluciones sociales y ambientales en los contextos y mercados en que está inserida.

ÉTICA Y COMPLIANCE

GRI G4-S03

PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



OBJETIVOS GLOBALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La operación de Whirlpool se basa en sus relaciones y en *Compliance* con las reglamentaciones a las que el Negocio está sujeto.

La Dirección Jurídica es el órgano responsable de liderar la gestión de ética y *Compliance*, cuya rutina es seguida por dos Comités de Ética vinculados a Whirlpool S.A.: uno que administra casos registrados en Brasil y otro dedicado a los demás mercados de la región.

Además, la Compañía mantiene un sistema de controles internos diseñado para proporcionar el nivel de seguridad adecuado y suficiente para que los libros, registros y activos de la Compañía sean mantenidos y contabilizados. Los registros contables, políticas y controles internos también son periódicamente revisados por un equipo

de Auditoría Interna con base en los requisitos de la Ley Sarbanes-Oxley (SOX).

Esta estructura y cultura le permite a la Compañía mantener un alto estándar ético en sus actividades siempre basándose en sus Valores, independientemente de los escenarios e influencias externos.



La Compañía realiza **capacitaciones periódicas** para actualizar y hacer participar a sus colaboradores en el tema, fortaleciendo así la cultura de ética y *compliance*.

Entre 2015 y 2016, **todos los líderes fueron capacitados** presencialmente sobre:

- Políticas de *Compliance*
- Código de Ética
- Responsabilidad jurídica
- Exposición a riesgos
- Anticorrupción y antitrust
- Confidencialidad
- Antilavado de dinero
- ...entre otros temas.

Sólo durante el último año, **3.432 colaboradores fueron capacitados** sobre las políticas de *Compliance* y valores de la Compañía.

CÓDIGO DE ÉTICA

GRI G4-S04

Para guiar la conducta correcta de los colaboradores, la Compañía elaboró un Código de Ética que resume sus 15 Políticas Globales de *Compliance* y con el que todos los colaboradores tienen un compromiso obligatorio.

El documento define el estándar de comportamiento personal y comercial que se debe seguir en todos los países donde Whirlpool actúa, determinando qué es aceptable al realizar negocios, los principios para la elaboración de materiales de divulgación y manuales de productos para sus relaciones con clientes y proveedores y en la participación en actividades políticas, entre otros temas.

Al ingresar a la Compañía, el colaborador recibe una versión impresa del código, también disponible en versión digital en el portal interno de la Compañía, que debe ser leída y firmada para demostrar su compromiso con los parámetros en el definidos.

Los ejecutivos, por su parte, deben asegurar su total conocimiento del Código de Ética y de las políticas de *Compliance*, así como su conocimiento de conductas que podrían violar dichos dispositivos.

DIÁLOGO ABIERTO

El Código de Ética divulga la *hotline* de la Compañía, destinada a recibir denuncias de prácticas que contraríen las Políticas de *Compliance* y con sigilo garantizado y disponible en los siguientes canales:



www.whirlpoolethicshotline.com

En 2016, cerca de 400 colaboradores del Centro Administrativo en São Paulo pasaron por la Semana del *Speak Up!*, en la que recibieron orientaciones sobre cómo funciona la *hotline*. La Compañía planea que la acción llegue a otras unidades durante 2017.

SEGUIMIENTO

Dentro de los 60 días, el Comité de Ética -integrado por representantes de *Compliance*, Auditoría, RR.HH. y Seguridad Corporativa- investiga los hechos y elabora un informe final con **decisiones de medidas disciplinarias y de mejoras.**

ESTRATEGIA PARA SOSTENIBILIDAD

GRI G4-EN31

La sostenibilidad forma parte de la estrategia corporativa de Whirlpool desde el inicio de su historia. Como Compañía centenaria en la que el pensamiento a largo plazo es esencial para sustentar y generar valor continuo, el tema permea la gestión del negocio con madurez y es parte fundamental para alcanzar buenos resultados.

Por eso, las acciones de sostenibilidad se concentran en el ahorro de recursos naturales (agua, energía, materias primas), en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y de la generación de residuos y en la creación de productos más eficientes.

Whirlpool Latinoamérica tiene un Comité de Sostenibilidad, que está compuesto por vicepresidentes y directores, además de la Dirección de Sostenibilidad. Se reúne trimestralmente y tiene como responsabilidades las definiciones estratégicas, la elección de prioridades y la forma de gestión.



GUÍA EXAME DE SOSTENIBILIDAD

Desde 2010, Whirlpool Latinoamérica es reconocida como una de las empresas modelo en Sostenibilidad en el país.

Además, la Compañía cuenta con Multiplicadores de Sostenibilidad, colaboradores de diferentes áreas que actúan en todas las unidades con la misión de asegurar la capilaridad del tema y liderar buenas prácticas. Los Multiplicadores son parte esencial de la estrategia para asegurar el cumplimiento de las metas anuales de Sostenibilidad.

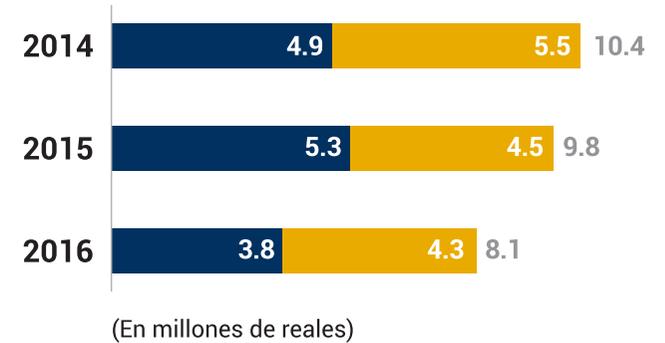


A fin de guiar la conducción de este tema, la Compañía estableció seis Pilares Estratégicos de Sostenibilidad.

Pilares estratégicos para la sostenibilidad

	USO SOSTENIBLE DEL AGUA
	GESTIÓN DE MATERIALES
	DESARROLLO SOCIAL
	MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS
	EFICIENCIA ENERGÉTICA
	CAMBIOS CLIMÁTICOS

LA GESTIÓN DE DICHOS PILARES INVOLUCRÓ INVERSIONES CONSISTENTES DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS



- Disposición de residuos, tratamiento de emisiones y costos de remediación: incluyen los ítems operación y mantenimiento, disposición y transporte
- Costos de prevención y gestión ambiental: inversiones, consultorías, tasas legales y gastos de pagos a equipos involucrando Gestión Ambiental

Y ES REFORZADA Y GUIADA POR COMPROMISOS DE WHIRLPOOL CON INICIATIVAS NACIONALES Y GLOBALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

GRI G4-15



El Pacto Global es una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de movilizar a la comunidad empresarial internacional para adoptar en sus prácticas de negocios valores fundamentales e internacionalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y lucha contra a la corrupción reflejados en 10 principios. Para mayor información cómo estos principios se relacionan con los indicadores reportados en este Informe consulte el capítulo Índice GRI, en la página 63.



Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron aprobados en 2015 por los 193 estados miembros de las Naciones Unidas y componen la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Los Objetivos estimularán la acción para los próximos años en áreas de vital importancia para la humanidad y para el planeta, como la erradicación de la pobreza extrema, de las desigualdades y la protección del medio ambiente. Las redes locales del Pacto Global traducen los ODS para las empresas para que ellas usen dichas metas para promover mejores prácticas corporativas y oportunidades de crecimiento sostenible. Para mayor información cómo los Objetivos se relacionan con los indicadores reportados en este Informe en el capítulo Índice GRI, en la página 63.



Programa que establece desde 2006 un pacto empresarial contra la explotación sexual de niños y adolescentes en las carreteras brasileñas propuesto por Childhood Brasil (organización brasileña que forma parte de la *World Childhood Foundation*) y el Instituto Ethos, que cuenta con 1.600 empresas signatarias hasta 2016.



Iniciativa mantenida por el GVces (Centro de Estudios de Sostenibilidad) de la Fundación Getúlio Vargas que estimula la cultura corporativa para la elaboración y publicación de inventarios de emisiones de gases de efecto invernadero. Desde 2008, Whirlpool publica anualmente su inventario por medio del Registro Público de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero utilizando la metodología del *GHG Protocol International*. Conozca los inventarios en: www.registropublicodeemissoes.com.br



PARTICIPACIÓN DE WHIRLPOOL EN ASOCIACIONES PARA EL DESARROLLO SECTORIAL Y DE POLÍTICAS PÚBLICAS

GRI G4-16

La relación de Whirlpool con los gobiernos de los lugares donde actúa ocurre con base en el cumplimiento de la Ley, en las orientaciones de su Código de Ética y en el Modelo de Liderazgo de Whirlpool -documento que establece el papel de la Compañía como una de las líderes del segmento en el desarrollo de políticas públicas y soluciones para el sector.

En este sentido, la Compañía cuenta con representantes en la Asociación Nacional de Fabricantes de Productos Electroelectrónicos (Elecros), liderando y fomentando el debate entre las empresas del sector de electrónicos y llevando al Gobierno y a otros *stakeholders* propuestas de políticas públicas para el mejor desarrollo del sector.

La Compañía también se relaciona con otras instituciones y organismos:

- Asociación Brasileña de Reciclaje de Electrónicos y Electrodomésticos (ABREE)
- Asociación Brasileña de la Industria Eléctrica y Electrónica (ABINEE)
- Grupo de Trabajo HCFCs del Ministerio de Medio Ambiente
- INMETRO - Programa Brasileño de Etiquetado (PBE)
- Inova Talentos
- Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP)
- Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES)
- Fundación de Amparo a la Investigación (FAPEs)
- Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPQ)
- Servicio Nacional de la Industria (SENAI)

En Argentina, la Compañía también tiene participación en los siguientes organismos:

- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE)
- Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE)
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)

02 LIDERAZGO EN PRODUCTOS



NUEVOS PRODUCTOS

GRI G4-EN27

Para llevar adelante su visión de entregar los mejores productos al consumidor, Whirlpool administra su cartera priorizando la continua creación de artículos que encanten y sorprendan con *design* diferenciado, practicidad y durabilidad.

Apoiada en los pilares Innovación, Sostenibilidad, Calidad y Seguridad, la Compañía desarrollo y lanzó al mercado diversos productos y soluciones, como:



Cocina Vitreous

Brastemp desarrolló la nueva línea Vitreous para responder a una nueva tendencia detectada en el comportamiento de las familias brasileñas, que pasaron a tener su centro de convivencia en la cocina. La línea trae un nuevo concepto de cocina completa con refrigerador, anafes, hornos eléctricos, microondas, campanas y lavavajillas con terminación en vidrio blanco y *design* sofisticado para hacer el ambiente aún más elegante y acogedor.



CALIDAD RECONOCIDA



ÉPOCA NEGÓCIOS 360°

Desde 2013, Whirlpool es considerada por la revista una de las mejores empresas de Brasil.



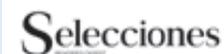
EXAME MEJORES Y MAYORES

La Compañía está en la lista en la categoría Electroelectrónicos desde 2010.



LAS MEJORES DE DINHEIRO

Desde 2007, forma parte de la lista de la revista Istoé Dinheiro, que reconoce a las mejores empresas de Brasil.



READER'S DIGEST

Whirlpool Argentina recibió por sexta vez el premio como marca más confiable de refrigeradores.



Frigobar Retro

Brastemp siguió innovando en el *design* de su icónica línea de Frigobares Retro con el lanzamiento de cuatro nuevos colores que traen un aire moderno al estilo vintage del producto: el sólido amarillo y las metálicas *Marsala Wine*, *Midnight Blue* y *Ice White*.



Heladeras con anaqueles flexibles

La nueva heladera Consul combina soluciones creativas para que el consumidor use el espacio interno de forma más eficiente con los anaqueles de altura flexible, que tienen ocho alturas diferentes y son plegables y removibles para que el consumidor pueda ajustarlos según la necesidad. El modelo es Clase A en eficiencia energética y fue desarrollado con un control electrónico externo de temperatura que evita abrir la puerta para acceder al control y ayuda a ahorrar energía.



**INNOVACIÓN
SOSTENIBLE**





Sistema Dosificación Fácil

La nueva lavadora Consul trae el exclusivo sistema Dosificación Fácil, que permite ahorrar hasta el 70% de jabón en polvo usado en cada lavado, además de ayudar en el reaprovechamiento del agua en otras actividades de la casa.



**INNOVACIÓN
SOSTENIBLE**



Lavadora Intelligent

Producida en la nueva fábrica de Whirlpool en Colombia, la línea de lavadoras tiene el exclusivo sistema IntelliDrive, que proporciona mejor desempeño en el lavado y optimización del uso mediante un panel intuitivo. La función InteliCarga permite economizar a lo largo de un año hasta 24.000 litros de agua y 14 kg de jabón.



**INNOVACIÓN
SOSTENIBLE**



Extractor de jugo

Cuenta con un sistema en dos etapas que corta y después retira el máximo de jugo de las frutas, asegurando un jugo 100% natural y con mayor aprovechamiento de los nutrientes, permitiéndoles a los consumidores mantener prácticas alimentarias cada vez más sanas.



Licuada Diamond

Invirtiendo en el segmento de saludable, con foco en la calidad de vida y en la salud de los consumidores, KitchenAid lanzó la nueva licuadora Diamond, que cuenta con un sistema mezclador potente que garantiza una mayor preservación de los nutrientes de los alimentos. Además, el producto permite hacer jugos con frutas y vegetales más duros y tiene una función exclusiva para preparar caldos, salsas y sopas, ayudando así a mantener una alimentación equilibrada.



Fábrica B.blend

La Compañía inauguró su primera fábrica dedicada a producir cápsulas para B.blend, la única plataforma de bebidas en cápsulas *all-in-one* del mundo. La fábrica funciona dentro de una planta de Ambev, aliada de Whirlpool en la producción, en Sete Lagoas (Minas Gerais).

INNOVACIÓN

INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



OBJETIVOS GLOBALES
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

La cultura de la innovación está diseminada en el trabajo cotidiano de los colaboradores y presente sistemáticamente en todas las áreas de la Compañía con herramientas estructuradas para innovar tanto en los procesos de las fábricas como en el *design* de productos.

La Compañía cree que el principal factor para el éxito de la innovación es el foco en el consumidor desde el inicio del desarrollo hasta la entrega final del producto. El contacto de más de 50 años de las marcas Brastemp y Consul con los brasileños ayudó a conocer sus hábitos, deseos y necesidades de manera detallada, permitiendo crear soluciones pensadas a medida para este público. Por eso en la actualidad el 23% de los ingresos de Whirlpool Latinoamérica proviene de productos innovadores. Para sustentar este cuidado constante, la Compañía invierte del 3% al 4% de su facturación en I+D.

Debido al foco continuo en la innovación, Whirlpool S.A. -controladora de Whirlpool Latinoamérica y de Embraco- es la empresa privada con mayor número de patentes depositadas en Brasil: fueron 95 nuevos pedidos de patentes en 2015 y 2016.

LA INNOVACIÓN EN WHIRLPOOL LATINOAMÉRICA



- Inversiones del **3% al 4% de la facturación** en I+D
- **30 centros de investigación** en Brasil
- **1.000 colaboradores** en I+D
- **400 lanzamientos** en 2015 y 2016
- **23% de los ingresos** proveniente de productos innovadores
- **95 patentes** en 2015 y 2016*



En 2015, la Compañía fue elegida como **una de las 10 empresas más innovadoras de Brasil por *Forbes***

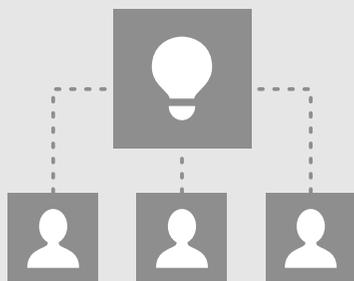


Para entregar productos cada vez más innovadores, las inversiones de Whirlpool superan sus propios límites organizacionales.

**Dato referente a Whirlpool S.A.*

Durante los últimos años, la Compañía viene estrechando sus lazos con institutos de investigación, universidades y organismos de fomento brasileños apoyada por iniciativas gubernamentales como la **Ley de Innovación Tecnológica, la Ley del Bien y el Programa Innova Talentos**.

Estas alianzas traen un retorno no sólo para Whirlpool, sino para el propio mercado e investigadores brasileños, fomentando así el sistema de innovación del país.



INNOVACIÓN COLABORATIVA

En el transcurso de 2015 y 2016, Whirlpool también innovó en su proceso de creación al invitar a los consumidores a participar en el propio desarrollo de nuevos productos. Se destacaron dos iniciativas:



1 LAB EXPERIENCE B.BLEND

En 2015, la primera plataforma de bebidas en cápsulas *all-in-one* del mundo ganó cinco nuevas marcas de cápsulas: Puro Gosto, de jugos naturales; Levez, de néctares; Sunchai, de té; Brown Town, de chocolates; y Fruá, de frappés. Dos de ellas fueron creadas en el proyecto Lab Experience, en el que 20 consumidores fueron invitados a contribuir con ideas para crear nuevas bebidas. Además de la participación de los clientes, el desarrollo contó con colaboradores de B.blend y una consultora especializada en innovación.



2 CERVECERA CONSUL EDICIÓN LIMITADA

El equipo de innovación de Whirlpool promovió el primer Desafío Cervecería Consul, que contó con la participación de estudiantes de diversas universidades brasileñas en búsqueda de un nuevo *design* para la primera cerveza de Brasil. El modelo vencedor fue creado por Stefane Caroline Papeliascov, estudiante de *design* de la facultad Belas Artes.

DELIVERING PRODUCT LEADERSHIP

En 2016, Whirlpool Corporation promovió un cambio en su estructura global de desarrollo de productos, denominada *Delivering Product Leadership* (DPL).

Antes de la reestructuración, el desarrollo de productos se distribuía entre las diversas subsidiarias de la Compañía por el mundo, creando cada una soluciones orientadas a sus mercados locales. Después de la reorganización, la estructura pasó a ser global y dividida en 10 plataformas distribuidas por el planeta, siendo cada una responsable del desarrollo de categorías específicas de productos.

El objetivo del cambio es maximizar la actuación y la sinergia de los colaboradores en diversos lugares del mundo, impulsando así la eficiencia y la innovación. Con la nueva estructura, Joinville se convirtió en el centro mundial para el desarrollo de refrigeradores de una puerta y freezers.



SOSTENIBILIDAD

Uno de los principales esfuerzos de innovación de Whirlpool está orientado a reducir los impactos ambientales, no sólo de sus plantas y operaciones, sino de los propios productos, en su fase de uso por parte de los clientes o en el momento del descarte. Por eso, busca crear soluciones que avancen, entre otros temas, en el uso racional de agua, energía e insumos y en la minimización de residuos.

Desde 2010, la Compañía aplica una herramienta desarrollada en alianza con la Universidad de São Paulo (USP) llamada *Design for Environment* (DfE). Su objetivo es evaluar y mejorar su performance ambiental aún en la fase de desarrollo, lo que ha permitido el lanzamiento de productos cada vez más sostenibles, como puede verse en las páginas 26 y 27.

CONSUMO DE ENERGÍA DE LOS PRODUCTOS

GRI G4-EC8 | G4-EN7

ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



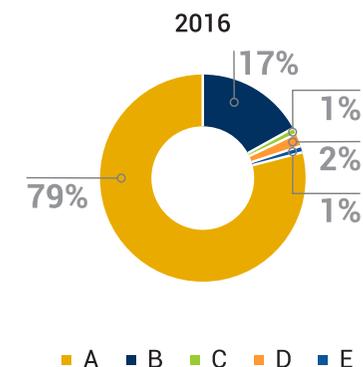
OBJETIVOS GLOBALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Más del 90% de las emisiones de CO₂ en el ciclo de vida de los productos ocurre durante su fase de uso debido al consumo de energía eléctrica en la casa de los consumidores. Por eso, Whirlpool invierte continuamente en productos que tengan menor consumo de energía.

Hace más de 30 años, la Compañía participó en la implementación del Programa Brasileño de Etiquetado (PBE), administrado por el INMETRO. Actualmente, sigue actuando por medio de Eletros para la previsibilidad en la evolución de los niveles de eficiencia energética exigidos por el Programa, así como la mejora de la reglamentación y políticas públicas del sector.

En 2016, la cartera de Whirlpool contenía 459 productos registrados en el INMETRO con consumo de energía clasificado de acuerdo con las clases de eficiencia energética presentadas a continuación: A más eficiente y E, menos eficiente.

Total de productos por clase de eficiencia energética



Para saber más sobre las clases de eficiencia energética y el Programa Brasileño de Etiquetado, visite:

<http://www2.inmetro.gov.br/pbe/cartilha.php>



Whirlpool participa en un programa social de distribuidoras de energía eléctrica brasileñas que promueve el reemplazo de electrodomésticos antiguos en comunidades de baja renta por otros nuevos y más eficientes. En 2015 y 2016, la Compañía cambió 76.014 refrigeradores, de los cuales 21.260* fueron suministrados a cambio del retiro de los refrigeradores antiguos, que posteriormente fueron reciclados. Con el cambio, Whirlpool estima que se evitó la emisión de aproximadamente 42.000 toneladas de CO₂ en los dos años.

**Dato calculado con base en estimativas del año 2014.*





**PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES**



**OBJETIVOS GLOBALES
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

FIN DE VIDA DEL PRODUCTO

Whirlpool también está atenta a los impactos ambientales de sus productos después de la fase de uso, cuando son descartados por los consumidores.

Por eso, lideró la creación de la Asociación Brasileña de Reciclaje de Electroelectrónicos y Electrodomésticos (ABREE) en 2011, que actúa a nivel nacional para establecer una operación efectiva para logística reversa de todo el sector.

De conformidad con la Política Nacional de Residuos Sólidos, que instituye la responsabilidad compartida del residuo entre cliente, revendedor y fabricante, la Asociación busca establecer un sistema para recolectar, desarmar y dar un destino ambientalmente correcto a cada uno de sus componentes.

CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

GRI G4-PR1 | G4-PR3

La búsqueda de la calidad y seguridad de los productos es uno de los aspectos centrales de los negocios de Whirlpool y uno de los principales atributos responsables de la conquista de la confianza de los consumidores a lo largo de tantos años.

Para garantizarlos, Whirlpool cuenta con una Política Global de Seguridad de Productos, que se aplica al 100% de los productos, accesorios y servicios en todas las regiones, negocios y operaciones. Sus directrices aseguran, por ejemplo, que los artículos desarrollados, fabricados y comercializados cumplan con las normas de seguridad de los mercados en que actúa, así como con normas de seguridad internas de la Compañía. En la mayoría de los casos, los estándares internos de la Compañía van más allá de la reglamentación y son más exigentes que lo que la legislación exige.

La adhesión a la política es evaluada por auditorías realizadas antes del lanzamiento de los productos en el mercado, durante la fase de desarrollo y en pruebas de simulación de fallas. Las pruebas incluyen sus emisiones electromagnéticas, la evaluación de mal uso previsible, pruebas de falla forzada y evaluación de sustancias nocivas. Las auditorías siguen la metodología interna *Design For Safety*, que propone la búsqueda activa de riesgos en el producto, su evaluación y corrección en todas las fases del proyecto.





En el manual que acompaña el producto consta información referente a la seguridad del usuario, describe su uso adecuado y advierte sobre los riesgos potenciales. Además, incorpora requisitos exigidos por las normas locales aplicables y advertencias señaladas por medio de análisis de riesgo.

La Compañía también monitorea continuamente el desempeño y la seguridad de los productos después de su lanzamiento, lo que puede llevar a actualizaciones en la información sobre su correcta utilización suministrada en los manuales.

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

GRI G4-PR5

Con el objeto de atender al consumidor con excelencia, Whirlpool invierte constantemente en la capacitación de todo el equipo de operadores, técnicos e ingenieros, y en la constante mejora de sus herramientas y procesos.

Entre 2015 y 2016, hubo una caída del 7% en el volumen total de reclamos, mientras que las recibidas por medio del Procon tuvieron una reducción del 26%. Whirlpool sigue regularmente el índice de reclamos como un indicador de la satisfacción de los clientes, señalando una mejora en este aspecto en los últimos dos años.

Además, en 2016 la Compañía inició un proyecto de relación con el Procon implantando un canal de línea directa que generó más cercanía y eficiencia en las tratativas de reclamos de consumidores.

También se implementaron nuevas estrategias ante los estudios jurídicos, trayendo más agilidad para la solución de las solicitudes de consumidores.

Adicionalmente, Whirlpool realizó en este período la encuesta NPS (Net Promoter Score), que mide la satisfacción del consumidor con la atención y la marca. Estos datos se utilizan sólo internamente y ayudan a la Compañía a obtener una visión real de los servicios prestados y, consecuentemente, a promover la conquista de un nivel de solidez y excelencia en el mercado.



APROBACIÓN DE LOS CLIENTES

En 2016, Whirlpool recibió tres premios como reconocimiento de sus relaciones con los clientes:

- **PREMIO CIC - CONGRESO INTERNACIONAL DE GESTIÓN DE CLIENTES 2016** (Revista Cliente S/A) en las categorías Mejor Proyecto de Integración: Servicio de Atención a Reventa y Mejor Proyecto Estratégico: *Design for Consumer Care* en los Proyectos de Nuevos Productos.
- **PREMIO CONAREC 2016** en la categoría Electrodomésticos.
- **RANKING EXAME/IBRC** Referencia en Atención al Consumidor.

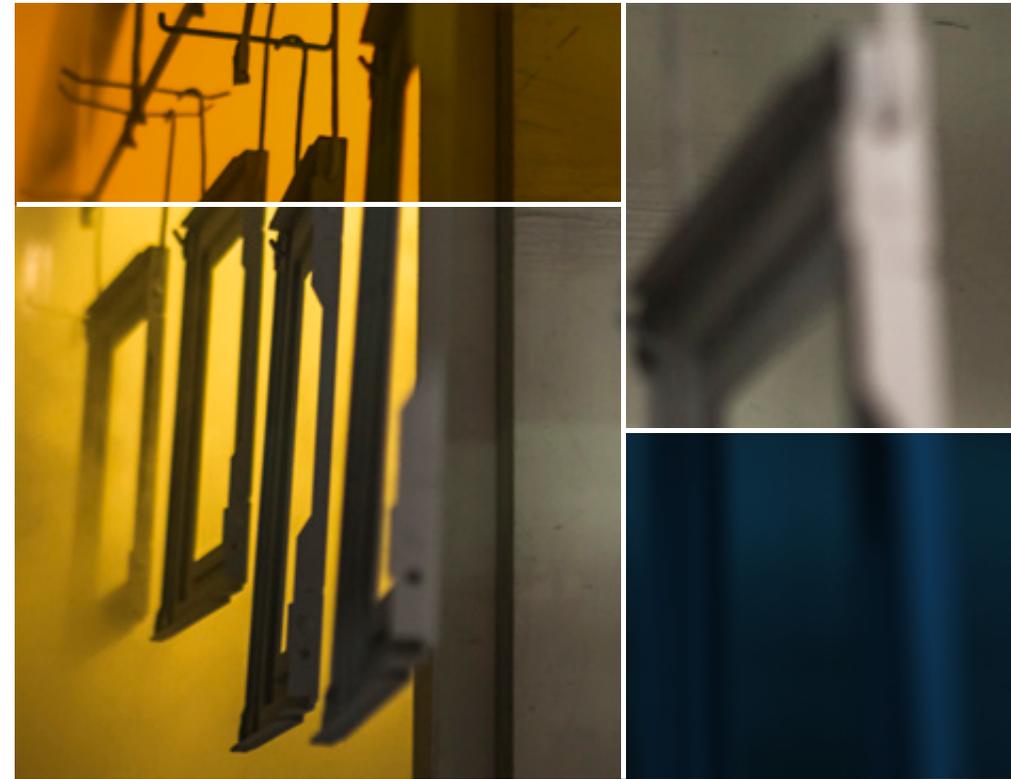
03 EXCELENCIA OPERATIVA



A lo largo de 2015 y 2016, Whirlpool también optimizó sus procesos productivos y operativos buscando reducir los costos y los impactos ambientales de su actuación.

En las fábricas, continuó mejorando su operación buscando producir cada vez más usando lo mínimo posible de combustible, energía y agua, y generando menos residuos. Cada uno de dichos recursos es administrado como un indicador de productividad de la Compañía, lo que permite su riguroso control.

Del punto de vista de gestión, Whirlpool inició el Programa Procesos Sostenibles, que busca traer madurez a los procesos realizados dentro de la Compañía. Para eso, trabaja con la gestión de la rutina y aplica mejoras continuas por medio de herramientas de calidad, optimizando el día a día de los colaboradores.



Industria 4.0

Whirlpool Corporation tiene un frente global para el desarrollo de Manufactura 4.0, que engloba tecnologías innovadoras para automatización e intercambio de datos durante la producción. El objetivo es crear "fábricas inteligentes" con sistemas que se comunican y cooperan entre sí, ganando así eficiencia y reduciendo el impacto ambiental del proceso productivo. Además, el proyecto está en fase piloto y debe comenzar su implantación en las subsidiarias en los próximos años.

ENERGÍA

GRI G4-EN3 | G4-EN5 | G4-EN6

La mejora continua en los procesos productivos ha generado ganancias recurrentes en el ahorro de energía de la Compañía. Entre las principales iniciativas para reducir el consumo están la instalación de iluminación eficiente en las unidades con reemplazo de lámparas fluorescentes por LED, el cambio de motores antiguos por nuevos de alto rendimiento y otras mejoras a los equipos.

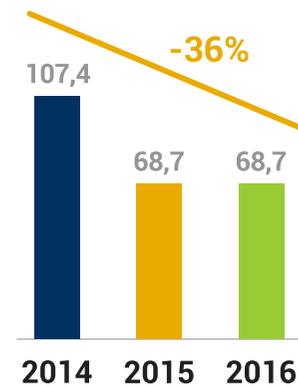
Además, Whirlpool amplió el nivel de sectorización con que sigue el consumo de energía, localizando así dónde hay mayores oportunidades para reducirlo y trazando metas cada vez más ambiciosas.

De esta forma, en los últimos dos años la Compañía alcanzó una expresiva reducción de la intensidad energética, indicador que mide cuánta energía se consume por cada millón de reales vendidos: el 36% menos desde 2014.

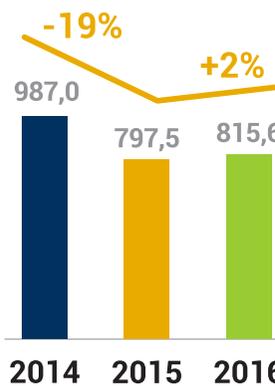


Intensidad Energética (GJ/millones de R\$)

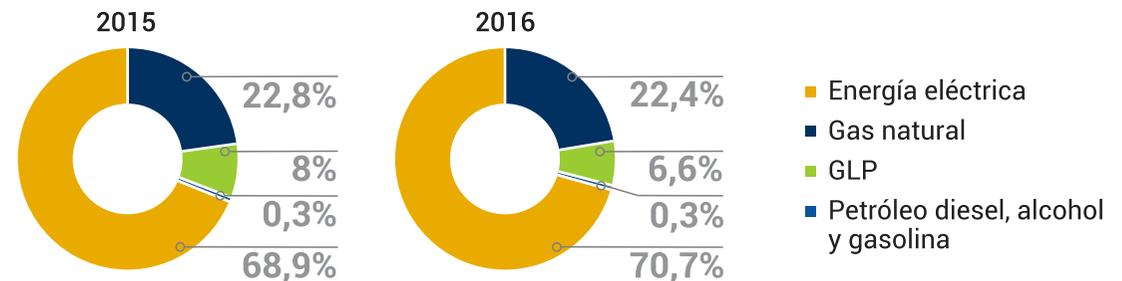
Energía consumida por facturación bruta en R\$ en el período



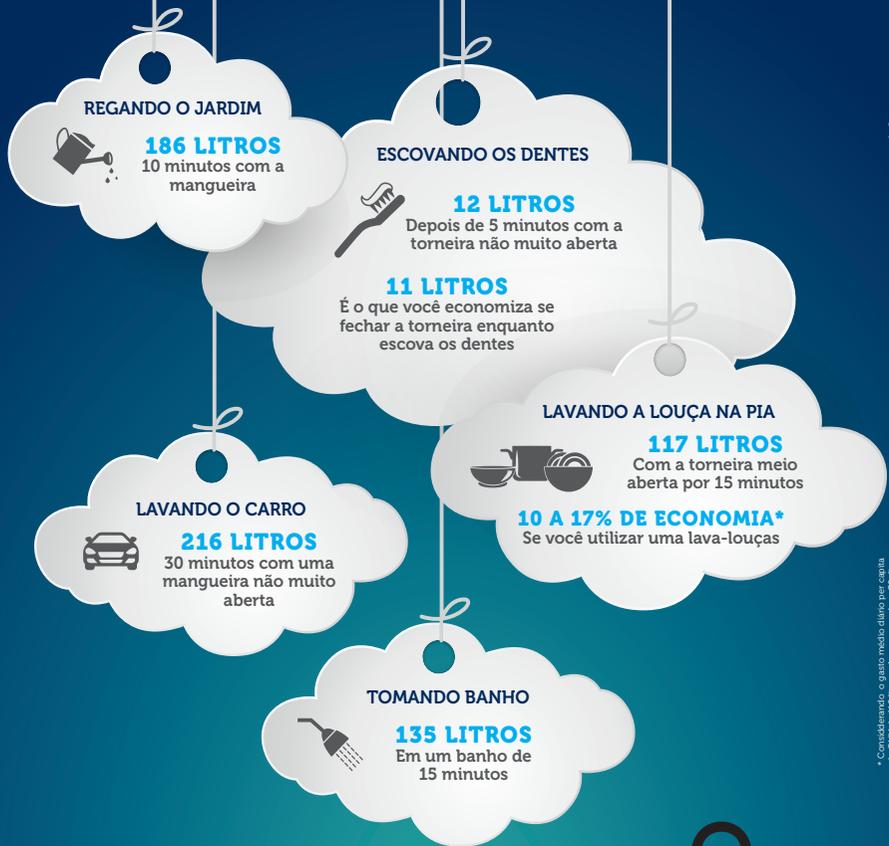
Consumo de Energía (en miles de GJ)*



Consumo por tipo de energía (GJ)*



VOCÊ SABE QUANTO SE GASTA DE ÁGUA PARA FAZER COISAS DO DIA A DIA?



AGORA QUE VOCÊ SABE, **#SEMEXE!**



saied.com

* Considerando o gasto médio diário por capita da ONU de 110 litros x 4 pessoas no lar x 30 dias.

AGUA

GRI G4-22 | G4-EN8 | G4-EN10

AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



OBJETIVOS GLOBALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El uso racional del agua es uno de los principales focos de la gestión de Whirlpool para la sostenibilidad. Para reducir su consumo, la Compañía actúa tanto del punto de vista de la eficiencia del uso en sus operaciones (en las fábricas y oficinas) como el de la concientización y participación de sus públicos para reducir el consumo propio.

Cartel de la campaña de comunicación interna para concienciación de los colaboradores, durante la crisis hídrica de 2015.

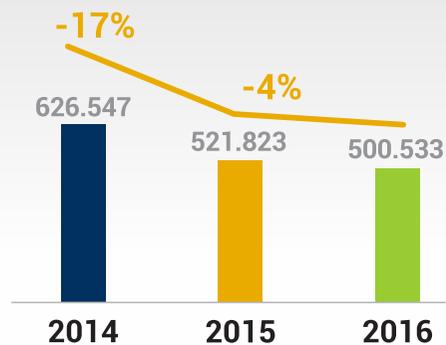
En 2015 y 2016, algunas iniciativas que ayudaron a reducir el consumo de agua fueron los proyectos de captación de agua de lluvia, canillas con reductor de flujo, reúso de efluentes y cambios en procesos industriales.

Las iniciativas resultaron en una reducción del 17% en el consumo de agua entre 2014 y 2015, y del 4% entre 2015 y 2016.

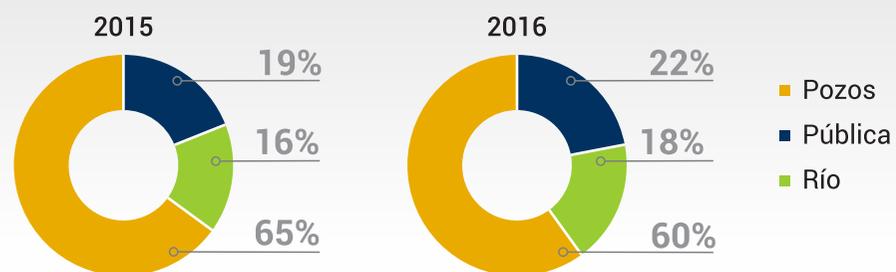


Agua de reúso de la lluvia en la Unidad de Manaus, un proceso que identifica si los vehículos que transportan los productos no tienen pérdidas.

Consumo de agua (m³)

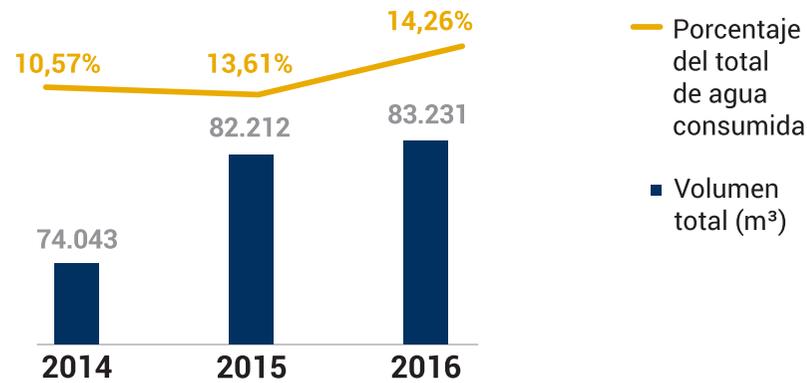


Consumo de agua por fuente (m³)



Además, el agua proveniente de reúso entre 2015 y 2016 totalizó 165.443 m³. Este volumen que dejó de ser retirado de fuentes de abastecimiento, equivale al consumo diario de 1 millón de habitantes según estimativa de consumo promedio del Diagnóstico de los Servicios de Agua y Alcantarillado 2014.

Agua reciclada y reutilizada



En este Informe de Sostenibilidad, Whirlpool modificó los parámetros usados para medir este indicador, dejando de tomar en cuenta el agua que recircula dentro de equipos y máquinas en la fábrica de Rio Claro. Esto explica la diferencia entre la información suministrada en este informe y en los anteriores.



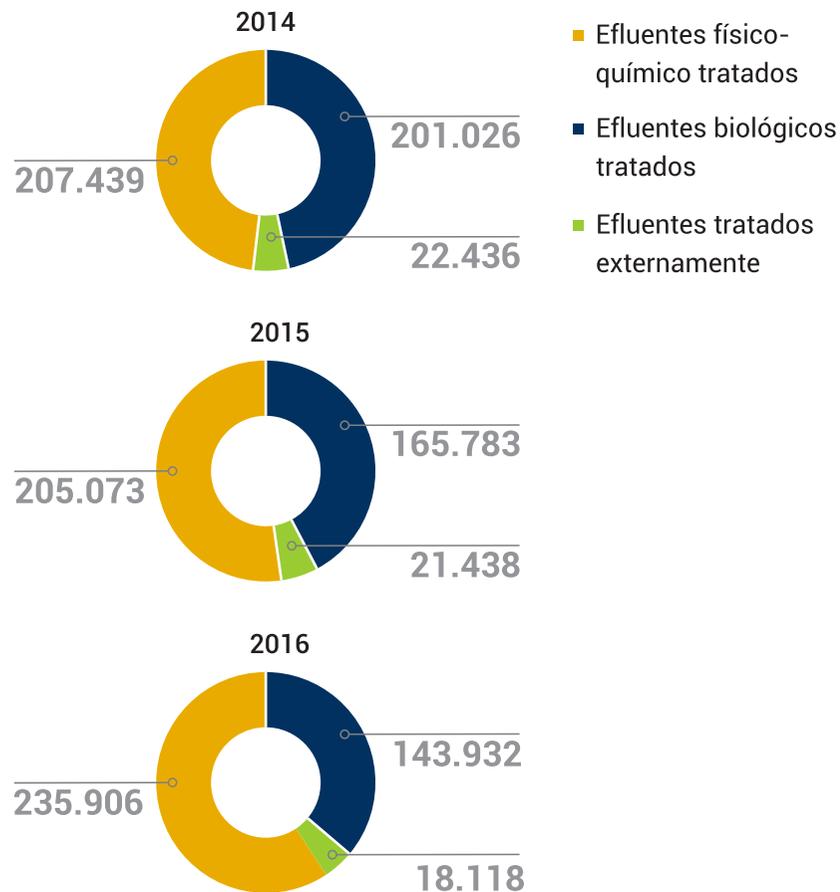
Prueba de lavadoras en la Unidad de Rio Claro con agua de reúso.

DESCARTE DE AGUA

GRI G4-EN22

Whirlpool promueve el tratamiento de los efluentes de sus operaciones antes de descartarlos a las redes de alcantarillado o cuerpos hídricos, garantizando el cumplimiento de la legislación ambiental y previniendo la contaminación.

Efluentes generados y tipo de tratamiento y destino (m³)



Sistema de tratamiento de efluentes en la Unidad de Joinville.



Pallets de madeira de la Unidad de Manaus reutilizadas en los muebles de la oficina.

RESIDUOS

GRI G4-22 | G4-EN23

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



OBJETIVOS GLOBALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Desde 2014, Whirlpool alcanzó un importante nivel en su gestión de residuos y eliminó el envío de residuos industriales a rellenos sanitarios. Alineada con la Política Nacional de Residuos Sólidos y estimulada por el resultado, en 2015 la Compañía alcanzó una nueva meta: cero envíos de residuos no industriales a rellenos sanitarios.

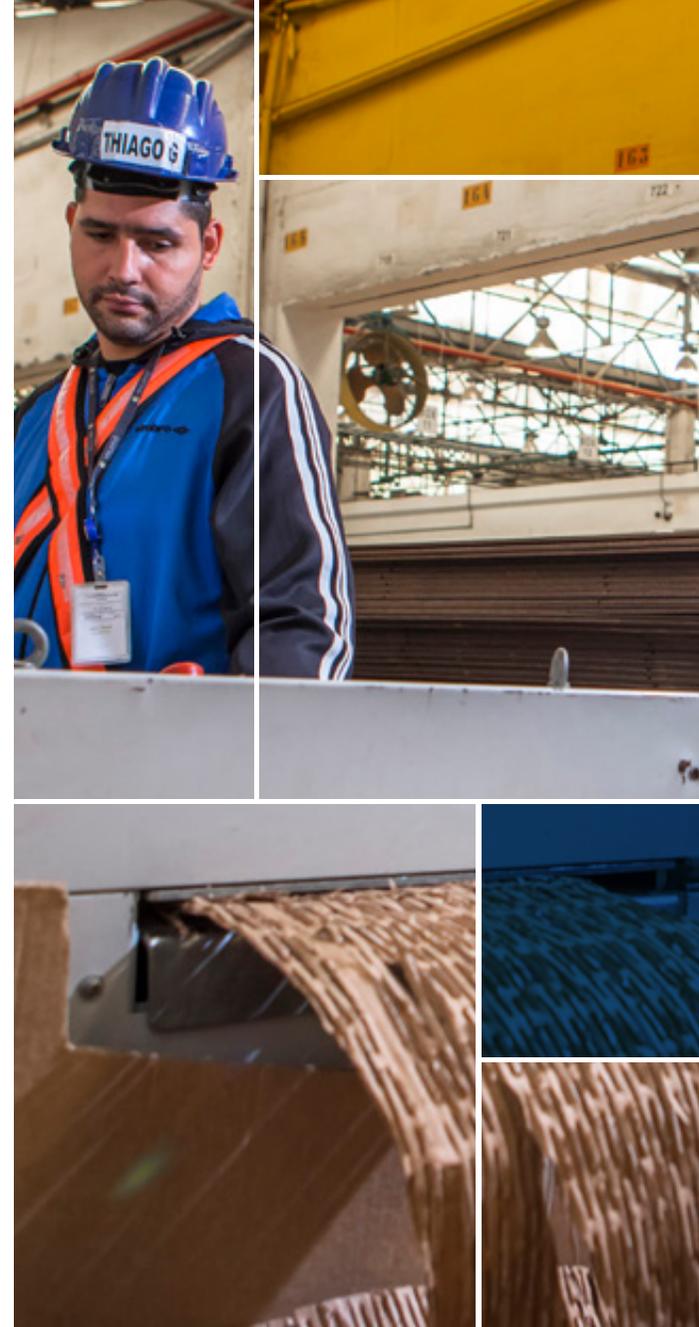
El objetivo se alcanzó mediante acciones de desarrollo de nuevas alternativas de destino, buenas prácticas de recolección selectiva, monitoreo de la separación en las centrales de residuos y campañas de concientización en las unidades. Este logro convirtió a las operaciones de Whirlpool en Brasil en referencia para todo el mundo, ya que la perspectiva es que las demás regiones también dejen en cero su envío de residuos a rellenos sanitarios antes de 2022.

La tabla a continuación muestra el volumen de residuos generados y su destino entre 2014 y 2016.

Destino	Tipo de residuo	Volumen destinado (ton)		
		2014	2015	2016
Residuos para relleno sanitario	Peligrosos - Clase I	12	1	0*
	No peligrosos - Clase II	698	404	0*
Residuos para coprocesamiento	Peligrosos - Clase I	547	299	213
	No peligrosos - Clase II	308	350	416
Reciclaje de residuos	Peligrosos - Clase I	768	893	804
	No peligrosos - Clase II	32.007	23.114	28.065
Incineración	Peligrosos - Clase I	21	27	112
	No peligrosos - Clase II	284	247	277
Total	Peligrosos - Clase I	1.348	1.220	1.130
	No peligrosos - Clase II	33.298	24.115	28.812

* En 2016, las operaciones en las fábricas y oficinas de Joinville, Manaus, Rio Claro y São Paulo tuvieron cero residuos enviados a rellenos sanitarios. En la nueva unidad de Argentina, se destinaron 1 tonelada de residuos peligrosos y 54 toneladas de no peligrosos, y la fábrica está trabajando para alcanzar el objetivo global antes de 2022. En Joinville, una reforma en la planta ocasionó el cambio de tejados, que generó 146 toneladas de tejas de amianto, que fueron enviadas a un relleno sanitario. Por tratarse de un procedimiento extraordinario, ya que el amianto es un pasivo sin alternativa de reciclaje disponible, el volumen se mantuvo fuera de la tabla.

A partir de este Informe de Sostenibilidad, Whirlpool pasó a incluir los residuos descartados como chatarra junto a los enviados para reciclaje, lo que explica la diferencia entre el indicador suministrado en este informe y en los anteriores.



Reutilización de los embalajes de cartón en la Unidad de São Paulo, convirtiéndolos en una malla que se utiliza para el transporte de piezas.

GESTIÓN DE MATERIALES

Whirlpool está dentro de los estándares de *Compliance* con todas las reglamentaciones sobre gestión de materiales en los mercados en que actúa y busca la mejora constante con base en las mejores prácticas internacionales sobre el tema.

El requisito *Conflict Minerals*, una exigencia regulatoria norteamericana, por ejemplo, restringe el uso de minerales extraídos de zonas de conflicto del Congo, África, donde se vulneran a los derechos humanos, y es seguido por las operaciones de la Compañía en Latinoamérica también.

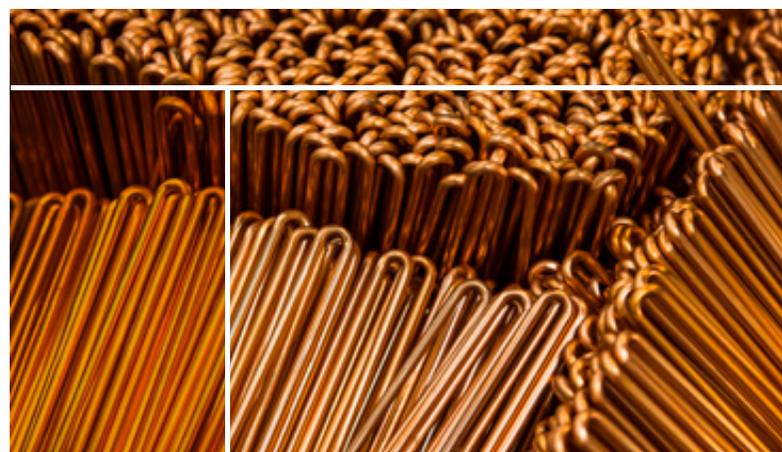
La Compañía busca continuamente reducir el uso de sustancias restringidas en sus operaciones. Para ello, evalúa las materias primas utilizadas en la fabricación de los productos y busca alternativas de menor impacto socio-ambiental.

Durante la fase de desarrollo, los ingenieros de la Compañía deben seguir la *Restricted Material List* (Lista de Materiales Restringidos en inglés), que enumera las sustancias que no pueden usarse en un nuevo producto. La lista se extiende, inclusive, a los proveedores de la Compañía.

Gases que afectan de la capa de ozono

Los gases CFC y HCFC son un grupo de compuestos químicos utilizados hace décadas en espumas de aislamiento térmico de refrigeradores y circuitos de refrigeración. A partir de los años 1980, sin embargo, se hizo conocido el hecho de que provocan daños a la capa de ozono. Por este motivo, en 1987 el Protocolo de Montreal estableció medidas para reducir y eliminar su uso en todo el mundo. En Brasil, un comité administrado por el Ministerio de Medio Ambiente y por el IBAMA fija valores y metas nacionales para su reducción.

Whirlpool utiliza en gran escala sustancias alternativas a las que son destructoras de la capa de ozono y viene reemplazando el uso de dichos gases en sus productos. De esta forma, desde la década de 1990, la Compañía eliminó los CFC y actualmente está en *compliance* con todas las reglamentaciones sobre el tema.



CADENA RESPONSABLE DE PROVEEDORES

GRI G4-12 | G4-EN32 | G4-LA14 | G4-HR10 | G4-S09

La relación de Whirlpool con sus proveedores se basa en la confianza y en el objetivo de desarrollo mutuo alineados con los mismos principios para la garantía de calidad y sostenibilidad en toda la cadena del producto.

En Brasil, Whirlpool tiene cerca de 660 proveedores directos (cuyos materiales se utilizan directamente en la manufactura de productos) y en torno de 2.750 proveedores de materiales y servicios indirectos.

De forma que se garantice la adherencia a los mismos compromisos y principios para la sostenibilidad por parte de los involucrados en la cadena, los proveedores de la Compañía deben seguir el Código de Conducta de Whirlpool Corporation. Desde 2015, su conocimiento y cumplimiento son una premisa obligatoria exigida para la contratación de nuevos aliados y, anualmente, para mantenimiento de los contratos.

Entre los compromisos exigidos por el Código, están el respeto a los derechos humanos, a las relaciones laborales, a la salud y la seguridad, al medio ambiente y a la ética mediante el combate a la corrupción. Sepa más sobre el Código en:

<https://suppliers.whirlpool.com/pub/Suppliercodeofconduct.html>

Para asegurar que el Código de Conducta sea seguido en todos estos aspectos, Whirlpool realiza auditorías en las nuevas empresas que estén entrando a su cadena de proveedores, además de auditar también a las antiguas siguiendo un Manual de Auditoría de Proveedores interno de la Compañía.

Estas auditorías incluyen inspecciones a las instalaciones y a los documentos de los proveedores en búsqueda de áreas de su operación que no estén de conformidad con el Código de Conducta. Si se encuentra algún problema, Whirlpool puede exigir desde un plan de acción para remediar la situación hasta la rescisión del contrato.

En 2016, se realizaron 31 auditorías de proveedores, incluyendo nuevos y antiguos.



EXCELENCIA
EN PERSONAS

04



GESTIÓN DE LOS COLABORADORES

GRI G4-10



Whirlpool orienta su estrategia de gestión de personas hacia el desarrollo profesional de los colaboradores, el reconocimiento de su performance y la valorización de la diversidad, lo que crea un ambiente propicio para hacer participar y retener talentos.

TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

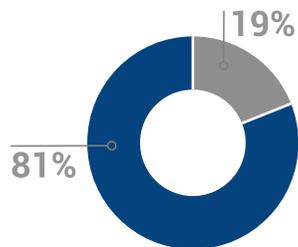


OBJETIVOS GLOBALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

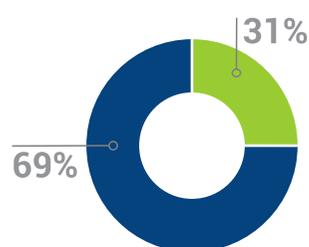
Perfil de los colaboradores

DIRECCIÓN Total: 16

Género

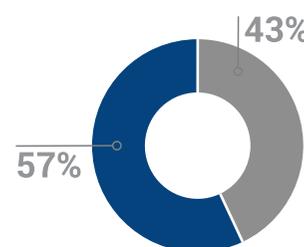


Grupo etario

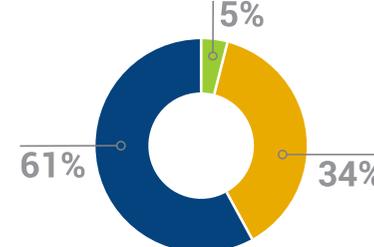


ADMINISTRACIÓN Total: 2.225

Género



Grupo etario



Género

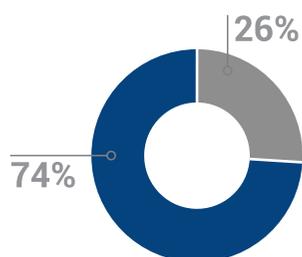
- Mujeres
- Hombres

Grupo etario

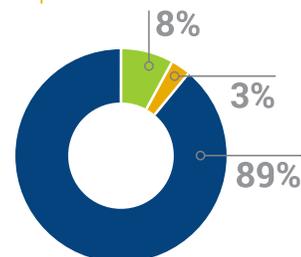
- < 30
- 30 - 50
- más de 50

GERENCIA Total: 144

Género

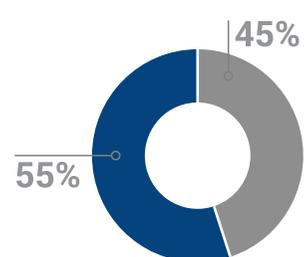


Grupo etario

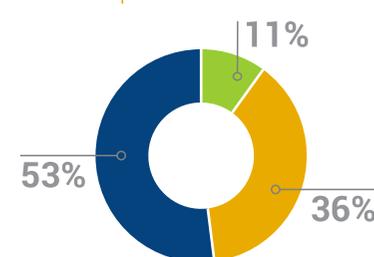


PRODUCCIÓN Total: 9.277

Género



Grupo etario



Total
 + 29 trainees
 + 93 pasantes
 + 91 aprendices
 + 440 en LAR International
 = **12.315**
Colaboradores al cierre de 2016

DESARROLLO DE CARRERA

Con el objetivo de incentivar una cultura de desarrollo, desafío y superación continua, Whirlpool cuenta con un Modelo de Liderazgo que define las actitudes esperadas para la formación de gestores actuales y futuros. A partir de este modelo, la Compañía realiza feedbacks constantes y promociones por potencial y entrega.

En 2015, se lanzó Career Compass, una herramienta global que ayuda al colaborador a dirigir su carrera mapeando los caminos que puede recorrer para alcanzar sus objetivos alineados con su potencial y las prioridades de la Compañía. Desde entonces, se realizaron talleres para capacitar a los líderes e incentivar el uso de la herramienta.

CAPACITACIÓN

Whirlpool ofrece programas de entrenamiento y capacitación para colaboradores de todos los niveles operativos con el objetivo de estimular el desarrollo profesional y, así, contar con el capital humano necesario para seguir innovando y mejorando su eficiencia. A continuación, se presentan algunos de dichos programas:

- **Líder del Futuro:** Desarrollado en Brasil en alianza con Embraco, el programa ofrece una semana de inducción para líderes y talentos de la Compañía para prepararlos para los próximos cargos que deben asumir en sus carreras. Los resultados positivos del programa fueron presentados a RR.HH. Global de Whirlpool Corporation, que lo adoptó como programa para desarrollo de talentos aplicado a líderes de todas las regiones del mundo.

- **Universidad Whirlpool:** Lanzada en 2013, ofrece cuatro frentes de actuación (Academia Whirlpool, Academia de Negocios, Academia Funcional y Academia de Liderazgo), que tienen el objetivo de preparar a los colaboradores, desde el nivel operativo hasta el ejecutivo, para obtener resultados excelentes en sus funciones actuales y en su potencial futuro.

- **Programa de Beca de Estudios:** A fin de fomentar el desarrollo de los colaboradores en competencias claves, el programa ofrece becas de cursos de inglés y de educación formal, como graduación, posgrado, especialización, maestría y MBA.



VOCÊ S/A - LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR

Whirlpool estuvo presente en todas las ediciones del *ranking*



GREAT PLACE TO WORK

Desde 2012, en la lista de la revista Época

- **Escuela Online de Manufactura:** Lanzada en 2016, automatiza y mejora los procesos de la antigua Escuela de Manufactura, que incluye los programas de entrenamiento y capacitación ofrecidos al público operativo de la Compañía. Con la Escuela Online, los colaboradores tienen más autonomía para inscribirse en cursos presenciales y *on-line*, accediendo a la herramienta por la computadora, *tablet* o *smartphone*, lo que permite mayor capilaridad y velocidad en las capacitaciones.



MEJORAS EN EL AMBIENTE DE TRABAJO

Para proporcionarles un ambiente de trabajo vencedor a los colaboradores, la estructura de la unidad São Paulo (USP) pasó por una serie de mejoras durante 2016.

Entre ellas, una revitalización completa del ambiente con 2.700 m² de nuevas oficinas y aproximadamente 550 puestos de trabajo, distribuidos en espacios con el concepto freedesk: sin escritorios fijos.

Para estructurar las oficinas, se consideraron aspectos de ergonomía en los puestos de trabajo, accesibilidad en todos los ambientes y sostenibilidad con la instalación de luces de LED y soluciones de iluminación natural, reducción del consumo de agua y otros.

El edificio cuenta, además, con nuevas y modernas salas de reunión con equipos de audio, video y telas táctiles para la programación.

Después de la finalización de los cambios, en 2017 Whirlpool contará con dos Centros Administrativos en São Paulo: CA Berrini y CA USP.



SALUD Y SEGURIDAD DE LOS COLABORADORES

GRI G4-LA3 | G4-LA5 | G4-LA6

La promoción de la salud y seguridad de los colaboradores es prioridad absoluta de la operación de Whirlpool, fundamental para la composición de un plantel de colaboradores capacitados y comprometidos, además de ser el elemento central para la gestión de los riesgos en el Negocio.

Por eso, la Compañía adopta estándares de ingeniería y control rigurosos referencias mundiales en la industria y sigue mensualmente los indicadores de salud y seguridad con la participación de la presidencia y la vicepresidencia.

En toda su operación, la Compañía desarrolla programas de capacitación y promueve la adhesión a las mejores prácticas de salud y seguridad ocupacional al adoptar una cultura preventiva aplicada diseminada y puesta en práctica por todos los colaboradores. Los sistemas de gestión están alineados con los estándares y son certificados por los sistemas de normas ISO 9001 (Gestión de la Calidad), ISO 14001 (Gestión Ambiental) y OHSAS 18001 (Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional).

Whirlpool cuenta con comités formales de seguridad y salud que conducen el gobierno del tema en la operación y representan al 100% de los colaboradores.

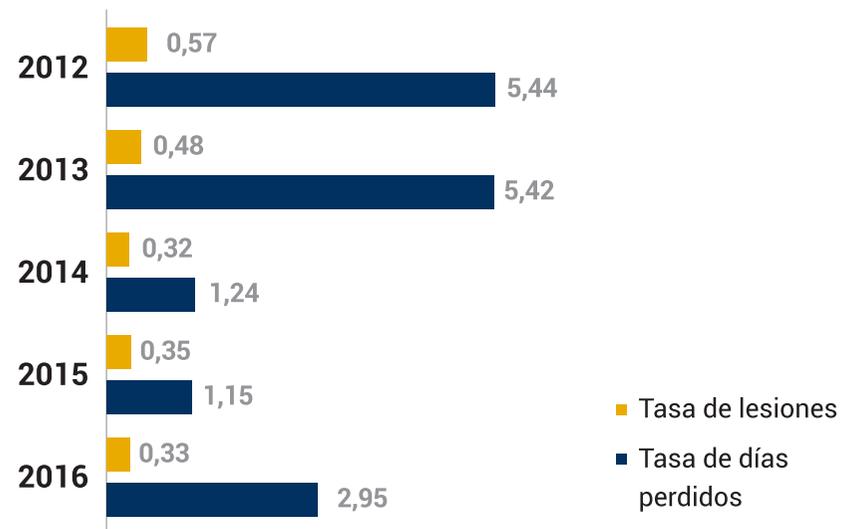


Como resultado de estos esfuerzos, el número de accidentes de trabajo sigue cayendo de forma consistente. En cinco años, la Compañía alcanzó una reducción del 42% en las tasas de lesiones, cerrando 2016 con la tasa de 0,33. La tasa de días perdidos también presentó una reducción del 46% en cinco años: llegó a 2,95.

En 2016, por séptimo año consecutivo no se registraron accidentes fatales ni enfermedades ocupacionales.

La tasa de ausentismo, por su parte, llegó al 4,25% en 2015 y al 3% en 2016 considerando solamente las unidades con manufacturas.

Indicadores de Salud y Seguridad



En 2015, 719 colaboradores se tomaron licencia paternidad o maternidad. En 2016, fueron 633. Todos regresaron al trabajo después del período. La tasa de retención por un año o más después de la licencia fue del 56% en 2015 y del 76% en 2016.



En 2015 y 2016, Whirlpool realizó diversas acciones en pro de la salud y seguridad de los colaboradores, entre las que figuran:

SEMANA INTERNA DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES, MEDIO AMBIENTE Y CALIDAD (SIPAMAQ): se realizan actividades que despiertan en los colaboradores el interés por la seguridad de sus operaciones.

CORRO POR ELAS: carrera de calle que reúne anualmente a colaboradores, amigos y familiares en un domingo de mañana, estimulando así la mejora de la calidad de vida por medio de actividades físicas.

MAYO AMARILLO, OCTUBRE ROSA, NOVIEMBRE AZUL Y DICIEMBRE ROJO: realiza acciones de concientización y atención a los colaboradores, ayudando a combatir en cada uno de esos meses accidentes de tránsito, cáncer de mama, cáncer de próstata y sida, respectivamente.





IMPACTO EN LAS COMUNIDADES DEL ENTORNO

Whirlpool busca establecer una relación frecuente y cercana con las comunidades de las regiones donde están establecidas sus unidades para asegurar que su presencia sea generadora de valor para la población y el ambiente. Por eso, actúa por medio de campañas de concientización de la población y del trabajo voluntario de sus colaboradores en proyectos sociales.

CAMPAÑAS SOCIALES

Los comités de *Engagement* de Whirlpool tienen como uno de sus objetivos involucrar a los colaboradores de diversas áreas de la Compañía en acciones de responsabilidad social. En 2015 y 2016, sumadas las iniciativas de todas las unidades, fue posible recaudar:

- Más de 3.000 juguetes, que se donaron a instituciones infantiles en fechas cercanas a la Navidad y al Día del Niño.
- 86 kg de alimento balanceado, que se entregaron a un refugio de animales.
- Más de tres toneladas de alimentos, que beneficiaron a familias de baja renta.



Además de estas acciones, Whirlpool realizó las siguientes campañas que buscaron promover la salud de las comunidades:

- **COMBATE AL *Aedes Aegypti*:** en medio de las epidemias de dengue, zika y chikungunya, la Compañía realizó una intensa campaña de prevención y combate al mosquito en las regiones donde tiene unidades.

Además de la concientización, la Compañía tuvo un papel activo en evaluar los ambientes de la vecindad y prevenir riesgos. El principal foco fue las embarazadas de las unidades y los colaboradores con esposas embarazadas, que recibieron repelente para protegerse y cuyas casas fueron visitadas por colaboradores voluntarios y capacitados que buscaron focos del mosquito.

- **VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE:** En 2016, se aplicaron más 7.000 dosis de la vacuna contra la Influenza A, transmitida por el virus H1N1, durante la Campaña de Vacunación en Whirlpool.





VOLUNTARIADO

GRI G4-EC7

El proyecto Voluntariado Whirlpool tiene como objetivo implementar acciones corporativas promotoras de desarrollo socio-ambiental en las que sus colaboradores puedan ser voluntarios. En Brasil, el proyecto es liderado por los *trainees* de la Compañía, que se dedican a él por dos años además de las actividades regulares de sus áreas.

En 2015 y 2016, se realizaron las siguientes acciones:



DÍA DE DONAR AGUA

En 2015, el desastre de la ruptura del dique de Mariana contaminó el río Doce y afectó la vida de miles de personas que necesitaban al río para su abastecimiento de agua. Como respuesta, Whirlpool organizó la campaña #díadedonaragua, en la que se invitó a los colaboradores a traer sus donaciones a la Empresa, que se encargó de enviar la carga recaudada a la región del desastre. En total se recaudaron 7.000 litros de agua. La campaña formó parte de la iniciativa #díadedonar, que se realizó en varios países con el objetivo de unir a las personas para realizar acciones transformadoras en la sociedad.



SANGRE BUENA

Todos los años, la Compañía realiza una campaña de donación de sangre en sus unidades de Brasil. Fueron 359 donantes en 2015 y 489 en 2016, que beneficiaron a un total de 3.356 vidas.



FIN DE LA POBREZA



OBJETIVOS GLOBALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En las otras regiones de Latinoamérica en que actúa, Whirlpool también promueve acciones de voluntariado con sus colaboradores, como en los ejemplos de Argentina y de Ecuador.



HÁBITAT PARA LA HUMANIDAD, ARGENTINA

Brigadas formadas por 40 colaboradores argentinos que se ofrecen como voluntarios para ayudar en la construcción de casas para familias de baja renta en el país durante tres días.



AYUDA A VÍCTIMAS DE TERREMOTO EN ECUADOR

Después de que un terremoto ocurrió en el país, la Compañía donó cocinas para 50 familias perjudicadas por el desastre y donó electrodomésticos a ONGs que ayudaron en la respuesta al impacto. Además, 15 colaboradores de Whirlpool Ecuador se juntaron al equipo de voluntarios que actuaron en la región.



EMPODERAMIENTO Y EMPRENDEDURISMO FEMENINO

GRI G4-EC7 | G4-S01

IGUALDAD
DE GÉNERO



OBJETIVOS GLOBALES
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

El Instituto Consulado de la Mujer fue creado en 2002 para dirigir las inversiones sociales de Whirlpool en Brasil y tiene foco en el estímulo al emprendedurismo femenino y en el empoderamiento de la mujer. Se trata de una organización social de interés público (OSCIP) patrocinada por la Compañía y asociada a la marca Consul.

El Consulado apoya a mujeres emprendedoras de baja renta y poca escolaridad que viven en comunidades vulnerables en los suburbios de las grandes ciudades o en áreas rurales de todo Brasil, principalmente en las regiones donde Whirlpool tiene unidades.

Mediante un proceso de asesoramiento orientado a la generación de renta, el Consulado transmite conocimientos y recursos que viabilizan la generación de renta y la mejora de la calidad de vida.

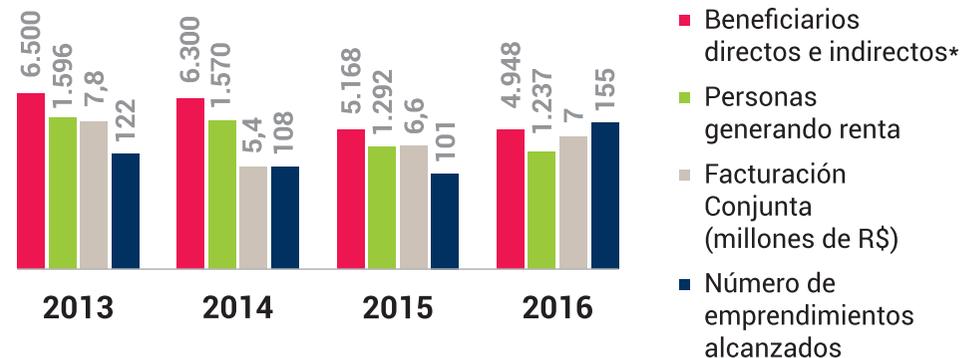


ACTUACIÓN DEL CONSULADO DE LA MUJER ANTE LAS BENEFICIARIAS



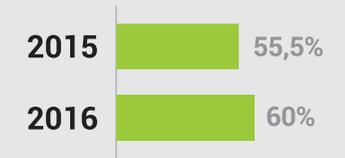
Desde su fundación, el Consulado ya benefició a 34.000 personas. En las regiones donde Whirlpool tiene fábricas, el Instituto actúa directamente con los emprendimientos por medio de su equipo técnico de educadores. En las demás localidades, la misma metodología es replicada por organizaciones sociales aliadas que brindan asesoramiento a los emprendimientos.

Números del Consulado de la Mujer



* Por atender a mujeres jefas de familia, el beneficio incluye a todos sus dependientes. Por lo menos el 93% de las personas directamente beneficiadas son mujeres.

Evolución de la renta después de participar en el programa



DESTAQUES 2015 Y 2016

• Realización de dos ediciones del “Premio Consulado de la Mujer”, que seleccionó 20 emprendimientos en 2015 y 10 en 2016. Los emprendimientos seleccionados recibieron electrodomésticos y asesoramiento del equipo del Consulado por un período de 2 años. Además, los 10 mejores de cada año recibieron un aporte en dinero para mejoras en su infraestructura o capital semilla. En 2015, el valor fue de R\$ 5.000 y en 2016, de R\$ 10.000.

EJEMPLOS INSPIRADORES DE EMPRENDIMIENTOS GANADORES DEL “PREMIO CONSULADO DE LA MUJER” EN 2016

Pimienta de las Indias Waurá

Emprendimiento organizado por mujeres de la tribu Waurá, etnia que vive en la aldea Piyulaga en el Parque indígena de Xingú, que pasaron a comercializar pimientas, todas orgánicas, secas y en polvo. A pesar de ser el principal condimento de la alimentación de los pueblos xinguanos, las pimientas estaban casi extinguidas y el grupo necesitó reunirse para encontrar nuevas mudas y cultivarlas de forma adecuada. Hoy ya producen lo suficiente para consumo propio y también para comercialización.

Restaurante Sumimi

El restaurante Sumimi, fundado en 2013 en la margen derecha del río Negro por un grupo de mujeres de la comunidad indígena Três Unidos, valoriza la cocina local e inspira a las jóvenes de la comunidad, reafirmando la autoestima de su cultura indígena.



- En 2015, el Instituto llevó el tema de la generación de renta a escuelas de educación básica y media de la red pública. Fueron 19 escuelas contempladas en Joinville, Manaus, Rio Claro y São Paulo, que contaron con la participación de 11.835 alumnos en el grupo etario de 6 a 17 años, que pudieron aprender sobre emprendedurismo a través de teatro, juegos y ejercicios.

- En el Giro Sostenible en la ciudad de Manaus en 2016, el Consulado de la Mujer fue protagonista de dos acciones: una rueda de conversaciones sobre Emprendedurismo para empoderar mujeres y un taller de alimentación protagonizado por una emprendedora asesorada.

- En alianza con el Pacto Global y la Agencia para Refugiados de la ONU, el Consulado realizó en 2016 un proyecto para inserción de mujeres refugiadas o solicitantes de refugio en el mercado de trabajo brasileño. En total, participaron en el encuentro 30 mujeres de diversas nacionalidades, entre ellas sirias, camerunesas, angolanas,



sudafricanas, congoleesas e iraníes, que recibieron orientaciones sobre cómo abrir y mantener pequeños negocios en el área de la alimentación.

COMPARTIENDO PARA EMPODERAR

La metodología desarrollada por el Consulado es reconocida como "tecnología social" por la Fundación Banco do Brasil y la UNESCO, y fue sistematizada en 2012 en una guía básica de asesoramiento a emprendimientos populares y solidarios. Puede conocerse la metodología visitando:

<https://goo.gl/yQDTxA>

El Consulado también forma parte de la *Jobs Knowledge Platform*, ranking del Banco Mundial que reconoce proyectos sociales de excelencia en todo el mundo. Conozca el ranking en: <http://goo.gl/SKOGJF>



FUNDACIÓN BANCO DO BRASIL

En 2015, la metodología de trabajo del Consulado de la Mujer fue premiada por su efectividad y replicabilidad, ubicándose entre las tres mejores de la categoría "Mujeres".

CHAIRMAN'S W AWARD

El mismo año, el Consulado de la Mujer fue reconocido en el premio interno de Whirlpool Corporation como Mejor Responsabilidad Social de la Compañía en todo el mundo.

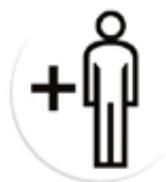
ÍNDICE GRI 05



En este capítulo se presentan los indicadores GRI informados a lo largo del presente Informe. En la tercera columna de la tabla está descrita la relación entre los indicadores GRI y los principios del Pacto Global de la

Organización de las Naciones Unidas (ONU). En la cuarta columna, su relación con los Objetivos Globales del Desarrollo Sostenible (ODS). Conozca a continuación los principios del Pacto Global:

Principios del Pacto Global



1. APOYAR y RESPETAR

la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia



2. ASEGURARSE

de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos



3. APOYAR

la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva



4. ELIMINAR

toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción



5. ERRADICAR

el trabajo infantil de su cadena productiva



6. ELIMINAR

las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación



7. MANTENER

un enfoque preventivo, responsable y proactivo que favorezca el medio ambiente



8. FOMENTAR

las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad socioambiental



9. FAVORECER

el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente



10. TRABAJAR

contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno

Conozca los 17 Objetivos Globales del Desarrollo Sostenible:

Objetivos Globales de Desarrollo Sostenible



INDICADORES DE PERFIL

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
PERFIL 1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS				
G4-1	Declaración del tenedor del cargo con mayor poder de decisión sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización			Página 06
2. PERFIL ORGANIZACIONAL				
G4-3	Nombre de la organización			Página 04
G4-4	Principales marcas, productos y/o servicios			Página 09
G4-5	Localización de la sede			Avenida das Nações Unidas, 12.995 - Brooklin Novo - São Paulo/SP - Brasil
G4-6	Número de países en que la organización opera			Página 09
G4-7	Tipo y naturaleza jurídica de la propiedad			Página 09
G4-8	Mercados servidos			Página 09
G4-9	Porte de la organización			Página 09
G4-10	Perfil de la fuerza de trabajo			Página 49

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por negociación colectiva	3 	8 	En Brasil, el 100% de los colaboradores está cubierto por acuerdos y convenciones colectivas de trabajo, con excepción de los pasantes y aprendices, que no están incluidos en las cláusulas que tratan el reajuste salarial.
G4-12	Descripción de la cadena de proveedores de la Compañía			Página 47
G4-13	Principales cambios en la estructura de la compañía durante el período cubierto			Página 10
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS				
G4-14	Explicación de si y cómo la organización aplica el principio de precaución			El principio de la precaución es parte del proceso de planificación estratégica y de gestión de riesgo de las actividades de la Compañía, como la búsqueda de productos más innovadores y eficientes y de la gestión del impacto socio-ambiental de sus operaciones.
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas desarrolladas externamente de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o endosa			Página 22

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
G4-16	Participación significativa en asociaciones y/u organismos nacionales/internacionales de defensa en que la organización: tiene asiento en grupos responsables de la gobernanza corporativa, integra proyectos o comités, contribuye con recursos de valor más allá de la tasa básica como organización asociada	<p>7 8 9</p> 		Página 23
3. ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS Y LÍMITES				
G4-17	Lista de entidades incluidas en los estados financieros			La información del informe incluye las unidades de Whirlpool Latinoamérica en Brasil y en Argentina, sin embargo, a lo largo del contenido se señalan posibles excepciones que presenten mayor o menor alcance. Whirlpool Latinoamérica es el negocio de electrodomésticos de Whirlpool S.A., compañía subsidiaria de Whirlpool Corporation y con capital abierto en BM&FBovespa. A efectos de indicadores financieros, este informe utiliza como base el reporte de Whirlpool S.A., realizado al mercado de capitales y a la Comisión de Valores Mobiliarios. En la página 26 de los Estados financieros (disponibles en https://goo.gl/Ph1FF8), consta la lista de controladas de Whirlpool S.A., no obstante, la información financiera de Whirlpool Latinoamérica no está disponible públicamente debido a restricciones de confidencialidad.
G4-18	Proceso de definición del contenido y límite del informe			Página 04

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
G4-19	Lista de aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido			Página 04
G4-20	Límite de cada aspecto material para la organización			Todos los aspectos son materiales dentro de la organización
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización			Todos los aspectos son materiales fuera de la organización
G4-22	Explicación de las consecuencias de cualquier reformulación de información suministrada en informes anteriores			Páginas 42, 45
G4-23	Cambios significativos en comparación con años anteriores en lo que se refiere al alcance, límite de los aspectos abordados			Página 04
4. PARTICIPACIÓN DE STAKEHOLDERS				
G4-24	Lista de <i>stakeholders</i> participados por la organización			Whirlpool promueve continuamente la participación de sus públicos de relación por entender su relevancia y potencial de impacto para la sostenibilidad del negocio. Las relaciones con los colaboradores y la sociedad están descritas en el capítulo Excelencia en Personas. Las relaciones con el Gobierno están descritas en el Perfil; con consumidores, en Liderazgo en Productos y con proveedores, en Excelencia Operativa.
G4-25	Base usada para identificar y seleccionar <i>stakeholders</i> para participación			
G4-26	Abordaje adoptado por la Compañía para participar a <i>stakeholders</i> y frecuencia de la participación			

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
G4-27	Principales tópicos determinados durante la participación de <i>stakeholders</i> y medidas adoptadas por la Compañía para tratarlos			Sepa más sobre el proceso de definición de materialidad en el capítulo Estimado Lector. Puede encontrarse más información sobre los procesos de consulta a los <i>stakeholders</i> realizados en 2013 y 2014 en los Informes referentes a dicho período en https://www.whirlpool.com.br/pagina/relatorio-de-sustentabilidade/
5. PERFIL DEL INFORME				
G4-28	Período cubierto por el informe			Página 04
G4-29	Fecha del informe anterior más reciente			2013/2014 (publicado en 2015)
G4-30	Ciclo de emisión de los informes			Bianual
G4-31	Datos para contacto sobre dudas con relación al informe			Página 04
G4-32	Opción de aplicación de las directrices (esencial o extensiva) índice GRI y verificación externa			Esencial
G4-33	Descripción de la política y práctica adoptada para verificación externa de los datos			La versión en portugués de este informe pasó por verificación externa. Los datos presentados también pasaron por validación del directorio de Sostenibilidad y del Comité de Sostenibilidad.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
6. GOBIERNO CORPORATIVO				
ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO Y SU COMPOSICIÓN				
G4-34	Estructura de gobierno corporativo, incluyendo comités			Además de la estructura descrita en la página 15, la Compañía no cuenta con comités formales de apoyo a la Administración, sino con comités que apoyan la operación de la Compañía y que tienen la participación del alto liderazgo, como el Comité de Sostenibilidad y el Comité de Ética.
7. ÉTICA E INTEGRIDAD				
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización, como códigos de conducta y de ética			Página 02
DESEMPEÑO ECONÓMICO				
PRESENCIA EN EL MERCADO				
EC1	Valor económico directo generado y distribuido			Página 13
EC6	Proporción de miembros de alta gerencia contratados en la comunidad local en unidades operativas importantes			Para la empresa y su estrategia, la movilidad del plantel de empleados entre las unidades y a otras regiones fuera del país es importante, ofreciendo oportunidades profesionales diferentes a los colaboradores. Por eso, no se hace monitoreo de contratación local.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS				
EC7	Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura y servicios ofrecidos	1 2 		Página 59. Las informaciones presentadas se refieren a las operaciones de Whirlpool en Brasil.
EC8	Impactos económicos indirectos significativos, incluyendo la extensión de los impactos	1 2 		Página 32
DESEMPEÑO AMBIENTAL				
ENERGÍA				
EN3	Consumo de energía dentro de la organización	7 8 9 		Página 39
EN5	Intensidad energética	7 8 9 		Página 39
EN6	Reducción del consumo de energía	7 8 9 		En la página 39 se presenta la variación del consumo de energía. Los resultados segmentados por iniciativa de reducción no están disponibles
EN7	Reducciones en los requisitos de energía relacionados con productos y servicios	7 8 9 		Página 32

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
AGUA				
EN8	Total de agua retirada por fuente	7 8 9 	6 12 	Página 40
EN9	Fuentes hídricas significativamente afectadas por retiro de agua	7 8 9 	6 12 	El uso de agua de pozo y río está regido por Otorgamiento concedido por el órgano ambiental responsable, que establece límite máximo de captación establecido para garantizar la capacidad de recuperación del acuífero/cuenca hidrográfica. Por lo tanto, no hay impacto significativo.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	7 8 9 	6 12 	Página 40
EFLUENTES Y RESIDUOS				
EN22	Descarte total de agua, discriminado por calidad y destino	7 8 9 	6 12 	Página 43
EN23	Peso total de residuos, discriminado por tipo y método de disposición	7 8 9 	12 	Los residuos generados en el parque fabril de Whirlpool -presentados en la página 44- se destinan a empresas terceras, correctas y ambientalmente responsables para tratamiento, reciclaje, reúso, incineración o coprocesamiento para generación de energía en cementeras. La adecuación de dichas empresas a las leyes aplicables es observada de acuerdo con la NBR ISO 14001, en la que Whirlpool es certificada.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
EN24	Número total y volumen de escapes significativos	7 	12 	No hubo derrames significativos en 2015 y 2016.
EN25	Peso de residuos transportados, importados, exportados o tratados considerados peligrosos en los términos de la Convención de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	7 8  	12 	No hubo movimiento transfronterizo de residuos en los términos de la convención los años 2015 y 2016.
EN26	Identificación, tamaño, estatus de protección y valor de la biodiversidad de cuerpos de agua y hábitats relacionados significativamente afectados por descartes y drenaje de agua realizados por la organización	7 	12 	La operación de la Compañía no afectó significativamente ningún cuerpo de agua en 2015 y 2016.
PRODUCTOS Y SERVICIOS				
EN27	Extensión de la mitigación de impactos ambientales de productos y servicios	7 8 9   	12 	Página 25
EN28	Porcentaje de productos y sus embalajes recuperados con relación al total de productos vendidos, por categoría de producto	7 8 9   	12 	La Compañía no publica información sobre embalajes ni productos recuperados, ya que el volumen aún es incipiente. Para ampliar este número, Whirlpool tiene un papel actuante en los debates para incentivo y desarrollo del Programa Nacional de Logística Reversa.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
CONFORMIDAD				
EN29	Valor monetario de multas significativas y número total de sanciones no monetarias resultantes de la no conformidad con leyes y reglamentos ambientales	7 	12 	No hubo registro de multas ni sanciones por no conformidad con leyes ni reglamentos ambientales en 2015 y 2016.
GENERAL				
EN31	Total de inversiones y gastos en protección ambiental, por tipo	7 8  	12 	Página 19
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES				
EN32	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios ambientales	7 8  		Página 47
DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE				
EMPLEO				
LA3	Tasas de regreso al trabajo y retención después de licencia maternidad/paternidad, discriminadas por género	6 	3 	Página 52. Las informaciones presentadas se refieren a las operaciones de Whirlpool en Brasil.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL				
LA5	Porcentaje de la fuerza de trabajo representada en comités formales de salud y seguridad compuestos por empleados de diferentes niveles jerárquicos que ayudan a monitorear y orientar programas de salud y seguridad ocupacional			Página 52
LA6	Tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y muertes relacionados con el trabajo, por región y género			Página 52. Las informaciones presentadas se refieren a las operaciones de Whirlpool en Brasil.
LA8	Temas relativos a seguridad y salud cubiertos por acuerdos formales con sindicatos			Los acuerdos entre Whirlpool y los sindicatos que representan a sus colaboradores incluyen temas relativos a salud y seguridad, como la obligatoriedad del uso de equipos de protección individual (EPI), la existencia de órganos formales de salud y seguridad, y la disponibilidad de la infraestructura necesaria para mantenimiento de salud y seguridad, entre otros. En total son 12 medidas de protección de los colaboradores previstas y el 100% de los acuerdos cuenta con temas de salud y seguridad.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN PRÁCTICAS LABORALES				
LA14	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios relativos a prácticas laborales	4 5 6 	8 	Página 47
MECANISMOS DE QUEJAS Y RECLAMOS RELACIONADOS CON PRÁCTICAS LABORALES				
LA16	Número de quejas y reclamos relacionados con prácticas laborales registradas, procesadas y solucionadas por medio de mecanismo formal	4 5 6 		En 2015, se ingresaron 475 quejas y concluyeron 633. En 2016, fueron 856 quejas y 1082 concluidas.
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS				
NO DISCRIMINACIÓN				
HR3	Número total de casos de discriminación y medidas tomadas	1 2 6 	5 	No hubo registro de casos de discriminación entre 2015 y 2016.
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN DERECHOS HUMANOS				
HR10	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios relativos a derechos humanos	1 2 	8 	Página 47.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD				
COMUNIDAD				
S01	Porcentaje de operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluación de impactos y desarrollo local	1 		Página 59. Las informaciones presentadas se refieren a las operaciones de Whirlpool en Brasil.
COMBATE A LA CORRUPCIÓN				
S03	Porcentaje y número total de operaciones sometidas a evaluaciones de riesgos relacionados con corrupción y riesgos significativos identificados	10 		Por cuestiones estratégicas, la Whirlpool dejó de informar el número de procesos sometidos a revisión por la Auditoría Interna, pero la información referente al sistema de controles internos y al proceso de auditoría puede encontrarse en la página 17.
S04	Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de combate a la corrupción	10 		Página 18. Las informaciones presentadas se refieren a las operaciones de Whirlpool en Brasil.
S05	Casos confirmados de corrupción y medidas tomadas	10 		En 2015 y 2016 no se identificaron casos de corrupción.
POLÍTICAS PÚBLICAS				
S06	Valor total de aportes financieros a partidos políticos y políticos discriminados por país y destinatario/beneficiario	10 		De acuerdo con su Estatuto Social y a la Reforma Electoral (Ley nº 13.165/2015), le queda prohibido a Whirlpool realizar aportes y donaciones a campañas electorales de partidos políticos o individuos.

INDICADOR GRI		Relación con Principios del Pacto Global	Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	Referencia (pág.) /Respuesta directa
CONFORMIDAD				
S08	Valor monetario de multas significativas y número total de sanciones no monetarias resultantes de la no conformidad con leyes y reglamentos			La Compañía no reporta la información por considerarla confidencial
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN IMPACTOS EN LA SOCIEDAD				
S09	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios relativos a impactos en la sociedad	10 	16 	Página 47.
SOCIAL: RESPONSABILIDAD POR EL PRODUCTO				
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE				
PR1	Porcentaje de las categorías de productos y servicios significativos para los que se evalúan impactos en la salud y seguridad buscando mejoras			Página 34
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS				
PR3	Tipo de información sobre productos y servicios exigido por procedimientos de etiquetado y el porcentaje de productos y servicios sujetos a dichas exigencias	8 		Página 34
PR5	Resultados de encuesta de satisfacción del cliente			Página 36. Las informaciones presentadas se refieren a las operaciones de Whirlpool en Brasil.

06 CRÉDITOS



CRÉDITOS



COORDINACIÓN DEL PROYECTO

Equipo de Sostenibilidad de Whirlpool Latinoamérica:
Fernanda Nishikawa y Vanderlei Niehues

APOYO

Adriel Batista dos Santos, Agustin Del Castillo, Andressa Lima, Bruna Santos, Carla Vieira, Carlos Eduardo Vieira Prestes, David Venceslau Azevedo, Debora Veneziano Paes, Dorian Siqueira da Silva, Érica Zanotti, Fábio Costa Falci, Fábio Nunes Zanella, Fernanda Vasconcellos, Flávia Denise Perozzo, Gabriel Roberto Buerger, Jaqueline Natali Neitzel de Farias, Jorge Baigorria, Luana Ferreira Cabaco, Maria Cláudia Ferreira da Cunha, Mariana Oliveira, Patrícia Braga Sobreira, Renata Ferreira Lomônaco, Renato Cesar Veríssimo Faria, Thais Gonçalves, Thais Lima Macedo, Vadis Bellini y Vinícius Zacarias Rizzo.

CONSULTORA GRI

RICCA RI

PROYECTO EDITORIAL - REDACCIÓN, REVISIÓN, EDICIÓN Y TRADUCCIÓN

RICCA RI

PROYECTO GRÁFICO

RICCA RI

FOTOS

Tapa: Guilherme Morelli - Proyeto Casa 100 Arquitetura

Meollo: Ricardo Teles y Banco de Imágenes del Whirlpool