

3M Ciência.
Aplicada à vida.™

Inovação para a vida

Relatório Anual de Sustentabilidade 2015
exercício 2014



Inovação para a vida

Relatório Anual de Sustentabilidade 2015
exercício 2014



Perfil 3M

Quem é a 3M

GRI 2.3 2.4 2.5 2.7 2.8

Ao pensar na 3M se torna difícil quantificar onde os produtos da marca estão presentes. Em casa, no escritório, na rua, nas empresas e em serviços relacionados à saúde são apenas alguns exemplos entre tantos outros. Reconhecida mundialmente por sua essência inovadora e pela capacidade de aplicar sua tecnologia de diferentes formas, o compromisso da companhia é tornar a vida das pessoas muito mais fácil e melhor no mundo todo.

A 3M atua, globalmente, em 46 plataformas tecnológicas voltadas para diversos mercados e segmentos. Seu portfólio possui mais de 50 mil produtos, que são comercializados em mais de 200 países. Eles estão alocados em cinco grupos de negócios: Industrial, Saúde, Segurança & Gráficos, Eletrônicos & Energia e Consumo, subdivididos em 25 divisões de negócios.

A empresa possui operações fabris em 70 países e quase 89.8 mil funcionários. No Brasil, conta com plantas fabris em Sumaré – onde também fica a matriz nacional –, Ribeirão Preto, Itapetininga, Mairinque, São José do Rio Preto (SP) e em Manaus (AM). Desde 2010, detém o controle da Incavas, localizada em Bom Princípio (RS). A empresa emprega 4,2 mil funcionários.

Visão, valores e promessa da marca

GRI 4.8

Visão

- Tecnologia 3M impulsionando cada empresa.
- Produtos 3M melhorando cada lar.
- Inovação 3M facilitando a vida de cada pessoa.

Valores

- Agir com honestidade e integridade inflexíveis em tudo o que fazemos.

- Satisfazer nossos clientes com tecnologias inovadoras e qualidade superior, valor e serviço.

- Oferecer retorno atraente aos investidores por meio de crescimento sustentável e global.

- Respeitar o ambiente físico e social no mundo todo.

- Desenvolver e reconhecer a diversidade de talentos, iniciativas e a liderança de nossos funcionários.

- Conquistar a admiração de todos os envolvidos com a 3M em todo o mundo.

Promessa de marca

- Soluções práticas e inteligentes que ajudam os clientes a obter sucesso.

Essência: direcionar a reação em cadeia de novas ideias.

Propósito: tornar o progresso possível.





Jorge Lopez,
Diretor-presidente
da 3M do Brasil
desde setembro
de 2014

Mensagem do Presidente

GRI 1.1

Em 2014, a 3M global conseguiu, mais uma vez, reforçar seu espírito inovador e oferecer as melhores soluções para seus clientes, ao alcançar a marca histórica de 100 mil patentes. O resultado destaca a importância da sinergia em uma companhia de grande porte como a 3M e o impacto dos produtos e serviços na vida de milhares de consumidores e na competitividade das empresas.

A despeito do cenário econômico não favorável, nos âmbitos nacional e mundial, a 3M do Brasil obteve bons resultados em suas operações, com ênfase para os grupos de negócios de Saúde e Consumo. Também realizamos alguns importantes investimentos, como a continuidade da construção da nova fábrica de Manaus, o novo centro de Distribuição de Sumaré, a nova unidade de produção de fitas VHB, na unidade de Sumaré (SP), o início das academias de Liderança e Marketing - que fazem parte da Universidade Corporativa 3M - e o investimento em liderança e em nossos talentos.

Por meio do Instituto 3M, os aportes seguiram em diversos projetos educacionais, um dos principais pilares de atuação do organismo social da empresa, visto que a educação está intrinsecamente ligada ao futuro do País e de nossas pessoas.

Além da cultura de inovação, que permeia todas as áreas de atuação da empresa, a sustentabilidade também já está inserida no DNA da 3M, fato que pode ser comprovado por meio do programa 3P (Prevenção à Poluição se Paga), instituído há quase 40 anos na companhia. Mais do que estabelecer metas de redução de água, energia e de outros recursos, estamos sempre em busca de processos mais eficientes que resultem em operações e produtos sustentáveis. E não queremos que esses

dois conceitos – inovação e sustentabilidade –, que servem como base de sustentação para o negócio, fiquem restritos às nossas operações. Para isso, o CTC (Centro Técnico para Clientes), localizado na planta de Sumaré (SP), tem a missão de estimular os clientes a pensarem novas formas de criação e a quebrar paradigmas.

Sempre destaco que a ética inflexível permeia o modo como fazemos negócios. Trata-se de um comportamento pautado em práticas éticas e morais em que agimos com honestidade e integridade em tudo que fazemos.

Dentre os prêmios recebidos ao longo do ano, ficamos, novamente, entre as melhores para se trabalhar no Brasil, conforme o ranking do Great Place to Work e da Revista Época, e fomos eleitos uma das melhores empresas para se iniciar a carreira, ranking promovido pela revista Você S/A. Ambas as premiações endossam o papel que a 3M cumpre ao investir continuamente em seus colaboradores, proporcionar oportunidades de crescimento interno e realizar um bom trabalho junto às universidades e aos estudantes. O cenário atual é desafiador, principalmente em termos macroeconômicos, o que exige soluções igualmente desafiadoras, questão em que a empresa é especialista, tendo em vista sua cultura de inovação e reinvenção contínuas. Mais do que superar os obstáculos internos, a 3M deve seguir focada em sua missão de tornar a vida das pessoas melhor e os processos das empresas mais competitivos para o seu sucesso e crescimento. Ao abraçar essas duas metas, a companhia contribui para uma questão muito maior, que é a superação da crise por meio de ideias concebidas em esferas distantes do lugar-comum.

E para seguirmos crescendo e inovando em 2015, faremos uma análise minuciosa das condições econômicas brasileiras em busca das melhores oportunidades nos segmentos em que a companhia atua. E o mais importante: trabalharemos em equipe, uma das razões do sucesso da 3M em tudo o que faz.

Jorge Lopez
Diretor-presidente da 3M do Brasil

Índice

02	Perfil 3M
02	Quem é a 3M
02	Visão, valores e promessa da marca
05	Mensagem do Presidente

01	Trajetória de inovações
11	Essência de marca
11	Plataforma <i>web</i> como disseminadora de inovação
12	Sempre um passo à frente
14	Reconhecimentos
19	Campanhas e eventos corporativos

02	Criações disruptivas
22	Plataformas tecnológicas 3M
23	Grupos de negócios
24	Conhecimento que gera inovação
26	Centro de Pesquisa e Desenvolvimento
27	Métrica de inovação
28	Alguns lançamentos de 2014

03	Modelo de negócio sustentável
32	DNA sustentável
33	Desempenho econômico e operacional
35	Desempenho ambiental
44	Desempenho social

04	Pessoas: o patrimônio da 3M
51	Perfil do quadro funcional da 3M do Brasil
53	Diversidade e inclusão em 2014
57	Carreira na 3M
58	Desenvolvimento profissional
59	Saúde

05	Integridade e transparência
62	Governança corporativa na 3M
63	Conduta ética
65	Engajamento pelo fim da corrupção

06	Relacionamentos da 3M
69	Clientes e consumidores
70	Colaboradores
72	Parceiros
72	Comunidade
74	Governo

77	Sobre o relatório
80	Índice GRI
86	Créditos



Trajetória de inovações

Desde a sua fundação, a 3M está na vanguarda de processos inovadores que resultam em produtos que visam facilitar a vida de consumidores e empresas. Sua história e os prêmios recebidos comprovam o DNA criativo da empresa.

Essência de marca

A cultura de inovação contínua está presente na 3M desde a sua fundação.

Para sempre oferecer produtos e soluções que atendam às diversas necessidades dos clientes, a empresa incentiva a criatividade e a colaboração entre seus colaboradores e encoraja que problemas sejam vistos como oportunidades. Para relembrar sua trajetória inovadora, basta olhar para

algumas criações, como a lixa à prova d'água, desenvolvida no início de 1920. Considerado um marco na história de soluções providas pela 3M, o produto permitiu a redução da poeira durante o processo de reparação de automóveis. Logo em seguida, em 1925, o jovem assistente de laboratório Richard G. Drew criou aquela que viria a ser uma das inovações mais simbólicas da companhia, a fita de mascaramento (ou fita crepe, como passou a ser conhecida) – etapa essencial para a diversificação e a primeira de muitas fitas adesivas sensíveis à pressão da marca Scotch®, que abriu caminho para a incrível diversificação da empresa.

Plataforma web como disseminadora de inovação

A 3M acredita que um dos principais meios para disseminar o conhecimento da marca e de sua cultura de inovação é através da plataforma web.

Ao articular maneiras de difundir a inovação, conceito inerente ao negócio da empresa, em 2009, a 3M lançou o site 3M Inovação (www.3Minovacao.com.br), totalmente reformulado em 2014. Agora, o portal se transformou em uma escola de inovação e conta com novas ferramentas interativas, além de áreas e conteúdos que incentivam o tema. Nesta nova versão, a proposta é dialogar com o conceito de escola, de forma que empresários, profissionais, empreendedores, professores e alunos se tornem mais inovadores em seus negócios e em suas vidas por meio dos conteúdos disponíveis, dos desafios de ideias e do *download* de diversos materiais exclusivos.

A 3M está presente, ainda, no Facebook – rede social em que os usuários de internet do Brasil são uns dos mais ativos, conforme dados da própria plataforma. A empresa aposta em sua *fan Page* para fortalecer o relacionamento com o público jovem. Há também outras 17 *fanpages* de marcas e áreas de negócios com produtos voltados para o consumidor final ou para o público profissional, somando mais de dois milhões de seguidores.

A companhia também conta com a área de *E-business*, totalmente voltada a melhorar seu posicionamento na rede e a apoiar as iniciativas das áreas de marketing.

Novo portal da 3M Inovação



Sempre um passo à frente

Foi a necessidade de soluções abrasivas por parte de diversas indústrias que impulsionou a criação da 3M nos Estados Unidos, em 1902. Duas décadas depois, a empresa crescia, acompanhando o movimento modernista, e investia em produção de fitas adesivas, especialmente para funilarias. Nos anos 30, as vendas eram sucesso no território norte-americano e estrategicamente, a companhia decidiu por investir em seu laboratório central de pesquisas. Na década seguinte, a empresa já se expandia internacionalmente para países como Brasil, Reino Unido, França e Canadá. A companhia aportou em território brasileiro em 1946, com a fita adesiva Durex^{MR}.

Linha do tempo

Década de 1900

A 3M é fundada em 1902 em Lake Superior, Minnesota (EUA). Na região, cinco homens de negócios fundaram a Minnesota Mining and Manufacturing Co – 3M – em busca de abrasivos. Contudo, o produto encontrado se mostrou de baixo valor e a nova companhia se mudou mais tarde para a região de Duluth, desta vez para dar foco em lixas. Foram necessários anos de empenho para que a companhia pudesse alcançar uma produção de qualidade e uma boa cadeia de abastecimento. A companhia foi responsável em 1920 pela primeira lixa d’água no mercado, capaz de reduzir a poeira durante a fabricação de automóveis. E, apenas para citar alguns de seus muitos produtos revolucionários, em 1925, a 3M criou a tecnologia que resultou na primeira fita Scotch® e, em 1980, lançou o Post-it®.

Década de 1940

A 3M se instala em 9 de abril de 1946 em Campinas (SP), com o nome de Durex, Lixas e Fitas Abrasivas Ltda.

Década de 1950

Já como 3M do Brasil, a companhia dá início às operações em Sumaré (SP), em 1954.

Década de 1970

Em 1976 é inaugurada a fábrica de Ribeirão Preto (SP).

Década de 1980

A fábrica de Itapetininga é inaugurada em 1984, marcando o início da década.

Década de 2000

2005

Inauguração do Centro Técnico para Clientes (CTC) em Sumaré (SP).

Aquisição da POMP.

2006

Nasce em 2006 o Instituto 3M, com foco em responsabilidade social e ambiental.

2007

Em 2007, é inaugurada a fábrica de Manaus, levando a 3M do Brasil ao Norte do país. Nesse mesmo ano, a companhia adquire a Abzil, fabricante de produtos ortodônticos.

2008

Inauguração do Laboratório Corporativo em Sumaré (SP).

Em 2008, a Abzil ganha nova sede, em São José do Rio Preto (SP).

2010

Em 2010, a 3M do Brasil adquire a Incavas, de Bom Princípio (RS), fabricante de vassouras.

Em 2010, início da produção das linhas de EBL e Hook, de sistema de fechamento de fralda mecânico.

2011

Em 2011, início das atividades das novas áreas de filme de NOPP e cobrideira *Hot Melt* na fábrica de Itapetininga (SP), tais áreas são responsáveis pelas fitas de fechamento de fraldas mecânico.

2012

Em 2012, um dos principais fatos foi a implementação da fábrica de *Glass Bubbles*, microesferas ocas de vidro, na planta de Ribeirão Preto (SP), que têm diversas aplicações em segmentos diferentes e são novidade no Brasil.

2013

Em 2013, foi realizada uma série de investimentos na expansão fabril e a 3M reforçou sua estrutura inovadora, reinaugurando seu Centro de Pesquisa e Desenvolvimento ampliado, com plantas piloto, em Sumaré (SP).

2014

Em 2014, foi inaugurada a nova fábrica de fitas acrílicas, chamada de BAM 3, na unidade de Sumaré (veja mais na página 34).

3M no Brasil

Reconhecimentos

GRI 2.10

Mais uma vez entre as melhores para trabalhar

Em 2014, a 3M foi, pela terceira vez consecutiva, eleita uma das melhores empresas para iniciar a carreira, segundo o *ranking* da revista *Você S/A* e da Fia/USP que fez um levantamento das 35 melhores companhias para os jovens. Adicionalmente, a empresa saltou da 50ª posição, em 2013, para a 29ª, neste ano, no *ranking* das 70 Melhores Grandes Empresas para se Trabalhar no Brasil, elaborado pelo *GreatPlaceToWork* e pela Revista *Época Negócios*.

A companhia ainda figurou na lista das 150 Melhores Empresas para Trabalhar 2014, elaborada pelo Guia *Você S/A* e Fia/USP, tendo evoluído da 133ª posição, em 2013, para a 74ª, em 2014. A 3M também foi destaque na categoria “Química e Petroquímica”, ocupando a 5ª posição entre as oito empresas do segmento selecionadas pelo Guia.

Para a 3M do Brasil, ambos os reconhecimentos são conquistas importantes e comprovam que a companhia está no caminho certo ao investir em seus colaboradores, nos estudantes e nas universidades. Além disso, quesitos como novas tecnologias, novos desafios e o espírito inovador, alinhados à sustentabilidade, são essenciais no que se refere à atração e retenção de novos talentos.

Liderança premiada

Presente no *ranking* desde a sua concepção, ou seja, há seis anos, a 3M ocupou, em 2014, a 8ª posição na pesquisa realizada pelo Hay Group “Melhores Companhias para Liderança”. A publicação avalia o que faz um grande líder em um mundo imprevisível e globalizado, quais competências são necessárias agora e no futuro e o que as companhias estão fazendo para acelerar e desenvolver seus líderes para competirem e serem bem sucedidos.

Ainda no quesito liderança, a 3M do Brasil foi reconhecida, em dezembro de 2014, no 4º Prêmio Líderes do Brasil, promovida pelo Grupo de Líderes Empresariais (Lide). A iniciativa destaca os líderes que se esforçaram em colocar o País em patamar de liderança mundial. Também no mesmo mês, a subsidiária foi contemplada com o Prêmio Líderes da Região Metropolitana e Campinas (SP). O diretor-presidente da companhia, Jorge Lopez, recebeu a indicação de líder em sustentabilidade.

Dentre as melhores em cidadania corporativa

Em 2014, a 3M do Brasil entrou no *ranking* das “100 Melhores Empresas em Cidadania Corporativa 2014” elaborado pela Editora Gestão e RH. Além de integrar a lista, a empresa ainda foi contemplada com o destaque em Responsabilidade Ambiental.

Marcas Líderes de Vendas

A Abras (Associação Brasileira de Supermercados) entregou o prêmio de “Marcas Líderes de Vendas 2014” para a 3M do Brasil nas categorias “Esponja para Banho” e “Esponja Sintética para Limpeza Caseira”. A premiação ocorreu devido ao reconhecimento da liderança nacional dos produtos Ponjita e Esponja Scotch-Brite.



Pano para Pia Fibra de Bambu Scotch-Brite™conquistou o prêmio Projeto Sustentabilidade de Ponta a Ponta.

Supplier’s Day

Concedido pela Whirlpool, o prêmio foi conquistado em função do projeto que reduziu as emissões de compostos voláteis nas impressoras de fitas de polipropileno em 81%, ao decorrer de 5 anos.

Supplier Quality Excellence Awards

A premiação, organizada e executada pela General Motors, foi entregue à 3M do Brasil na categoria “Qualidade”.

Engenheiros de Qualidade

A 3M do Brasil recebeu, em 2014, a Certificação Internacional de Engenheiros de Qualidade (CQE) das mãos da *American Society for Quality* também na categoria “Qualidade”.

3M sustentável

Em função do projeto “Pano para Pia Fibra de Bambu Scotch-Brite”, a 3M do Brasil conquistou o prêmio Projeto Sustentabilidade de Ponta a Ponta, na área de Limpeza Doméstica. Em sua 3ª edição, a premiação é feita pela Walmart Brasil. Adicionalmente, a empresa ganhou o reconhecimento pelo comprometimento ao incorporar a sustentabilidade nos processos e na cadeia de valor da rede de supermercados.

Idea Brazil Design Award

Reconhecido pela *Industrial Designers Society of America*, o design da subsidiária brasileira levou a premiação na categoria “Best Design in Consumer Products” pelo produto *Floor Care* – Scotch-Brite.

Prêmio Sindusfarma de Qualidade

Realizado anualmente pelo Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos de São Paulo, o prêmio reconhece o desempenho de fornecedores e prestadores de serviços farmacêuticos que mais se destacaram no ano anterior. Em 2014, a 3M do Brasil recebeu a premiação nas categorias “Rótulos” e “Fabricantes Nacionais de Equipamentos para Formulação e Embalagem”.

Top of Mind

Resultado de pesquisas com consumidores no segmento varejo e em Home Centers de todo Brasil, o prêmio *Top of Mind*, da Revista *Revenda*, foi entregue à 3M nas categorias “Fita Adesiva”, “Equipamentos para Proteção Individual” e “Lixa”.



19º *Top of Mind*

Organizado pela Revista Proteção, o 19º *Top of Mind* é a principal premiação do Brasil para as empresas e instituições do setor de Saúde e Segurança do Trabalho. O prêmio reconhece o esforço de marketing das organizações voltadas à prevenção de acidentes e doenças ocupacionais. Em 2014, a 3M do Brasil foi premiada nas categorias: “10 Marcas mais Lembradas”, “Capacetes de Segurança”, “Cremes Protetores”, “Instrumentos Técnicos”, “Óculos de Segurança”, “Produtos de Sinalização e Identificação”, “Protetores Auditivos”, “Protetores Faciais”, “Protetores Respiratórios” e “Roupas Especiais para Trabalhos Profissionais”.

Premium Suppliers

A 3M do Brasil foi premiada pela Coca-Cola FEMSA como a melhor fornecedora na categoria “Filtração”.

Toyota Quality Excellence Performance Award

Premiada na categoria “Qualidade”, a 3M foi reconhecida pela fabricante de veículos Toyota por apresentar zero defeito nas entregas, não estar envolvida em campanhas de *recall* e por contribuir em prol de melhorias na qualidade dos produtos.

Ranking Autodata de Qualidade e Parceria 2014

A Revista Autodata reconheceu a 3M como uma das 50 principais empresas fornecedoras do setor automotivo. A pontuação é baseada na *performance* das empresas nos últimos 3 anos, considerando premiações das montadoras e outras instituições do setor.

Reconhecimentos Fiat

O *Fiat Qualitas Award*, prêmio concedido pela Fiat, reconhece os melhores fornecedores em sete categorias. A 3M do Brasil foi eleita a melhor na categoria “Materiais Químicos” pelo terceiro ano consecutivo. A companhia também levou o prêmio Auditor Qsb Fiat Chrysler.

Reconhecimento por Desempenho de Fornecimento

A CEMIG (Companhia Energética de Minas Gerais) reconheceu o trabalho de fornecimento que a 3M executa na categoria “Materiais para Redes de Distribuição de Energia”.

Certificação Internacional da Qualidade

Concedido pela *American Society for Quality*, a certificação reconhece profissionais que possuem e aplicam os melhores conceitos do mercado e, com isso, estão aptos a atuar em nome da Qualidade em um padrão mundial.

Reconhecimentos em Recursos Humanos

A Gestão RH Editora concedeu três prêmios para a 3M do Brasil, em 2014. São eles: As 100 Melhores Empresas em IDHO (Indicador de Desenvolvimento Humano Organizacional 2014), As 25 Empresas mais Admiradas pelos RH's e Os 10 RHs Mais Admirados do Brasil 2014 – Executivo de RH.

Selo Empresa Solidária

O Fundo Social de Solidariedade entregou o selo em função da participação do Instituto 3M na Campanha de Natal de São José do Rio Preto.

Top Móble 2014

O prêmio, que reconhece as marcas mais lembradas no segmento de madeira moveleiro, é concedido pela Revista Móble. Em 2014, a 3M do Brasil foi premiada na categoria “Fornecedores Abrasivos” e “Lixas”.

Top Five 2014/2015

A 3M foi reconhecida como uma das 5 marcas mais lembradas da indústria, segundo a pesquisa realizada pela Revista NEI. As categorias contempladas foram: “Abrasivos”, “Discos de Corte”, “Lixas” e “Rebolos”.

Programa Parceiros ANAHP 2014

A homenagem da ANAHP aos parceiros que promovem o setor hospitalar foi entregue à 3M do Brasil na categoria “Parceiro Diamante”.

Learning & Performance Brasil

Concedido pela Micropower/ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos), o prêmio, entregue à 3M, reconhece as melhores práticas concernentes à educação de profissionais de Saúde Ocupacional.

Campanhas e eventos corporativos

3M na Copa do Mundo

Aproveitando o clima de Copa do Mundo em 2014, a 3M do Brasil lançou a campanha interna 3M Inovação Futebol Clube. Com o objetivo de transmitir a ideia de um time unido e engajado em busca de objetivos, a empresa buscou valorizar o colaborador e mostrar a importância de cada um dentro de uma companhia inovadora.

Um grupo de 26 funcionários representou seus colegas e estampou as peças de comunicação que ficaram expostas em todas as fábricas da 3M do Brasil. Na unidade Sumaré, a fachada do restaurante foi adesivada com um grande painel com fotos desses colaboradores e mensagens da campanha. Para a coordenadora de Marketing Corporativo, Carolina Duarte, “a participação dos funcionários na campanha enriquece o material e reforça o orgulho em ser 3M. Eles representam cada um de nós que trabalha e faz desta empresa mais inovadora do país”. Uma das principais ações da campanha foi um bolão *on-line*, por meio da Intranet da empresa, aberto a participação de todos os funcionários.

Inspira.mov

Em busca do estímulo da criatividade e do empreendedorismo, a 3M do Brasil desenvolveu o projeto Inspira.mov. Destinado ao público jovem, a iniciativa, realizada em parceria com a Escola São Paulo, levou talentos do mundo da economia criativa para contar suas histórias, experiências e inspirações presentes em seus processos criativos. Dentre os palestrantes do evento, marcaram presença nomes como Bob Wolfenson, fotógrafo, Marina Person, apresentadora e cineasta, Glória Coelho, estilista e Ji Lee, diretor criativo do Facebook.

Para Luiz Serafim, *head* de Marketing Corporativo, “a 3M é referência em inovação e o Inspira.mov abre um diálogo da empresa com o público jovem por meio de conteúdos inspiradores do universo da criatividade e empreendedorismo.



Palestra de Marina Person durante o Inspira.mov de 2014



Peça de comunicação da campanha 3M Inovação Futebol Clube



Criações disruptivas

Por acreditar que o processo criativo necessita de uma equipe preparada e com as ferramentas adequadas, a 3M do Brasil possui uma área de Pesquisa & Desenvolvimento fortemente amparada por laboratórios atualizados com o que há de mais novo no mercado.

Plataformas tecnológicas 3M

Ab Abrasivos				
Ac Controle acústico	Bi Biotecnologia			
Ad Adesivos	Ce Produtos Cerâmicos	Ec Componentes de Energia	Fi Filmes	
Am Materiais Avançados	Dd Administração de Drogas	Em Materiais Eletrônicos	Fl Materiais Fluorizados	In Medição de Inspeção
Na Ciência Analítica e Tecnologia	Di Displays	Fc Embalagem e Conversão Flexível	Fs Filtragem, Separação e Purificação	Is Design de Sistemas Integrados
As Software de Aplicativos	Do Materias Dentários e Ortodônticos	Fe Produtos Eletrônicos e Financeiros	Im Imagens	Lm Gerenciamento de Luz

Grupos de negócios

GRI 2.2

Com cerca de 30 unidades de negócios, a 3M do Brasil está organizada em cinco Grupos de Negócios. São eles:

Consumo	Industrial	Segurança e Gráficos	Eletrônicos e Energia	Saúde
			Pm Processamento de Fusão de Polímeros	Se Sensores
		Nt Nanotecnologia	Po Materiais e Membranas Porosas	Sm Materiais Especializados
	Mi Detecção e Contole Microbiano	Nw Não-tecidos	Pp Processamento de Precisão	Su Modificação de Superfícies
Md Gerenciamento de Dados Médicos	Mo Modelagem	Op Comunicação Ótica	Pr Design e Controle de Processos	Vp Processamento de Vapores
Me Compostos com Matrizes Metálicas	Mr Microreplicação	Pd Processamento de Dispersão de Partículas	Rf RFID	We Desgaste Acelerado
Mf Mecanismos de Fixação Mecânica		Pe Engenharia e Modelagem com Previsões	Rp Processamento de Radiação	Wo Tratamento de Ferimentos

Conhecimento que gera inovação

GRI EC4

Conceber produtos inovadores para o mercado é uma missão que só pode ser executada em um ambiente onde há liberdade de criar e uma equipe de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) forte, bem-qualificada, engajada e suportada por laboratórios e ferramentas.

A 3M do Brasil conta com essas condições e profissionais que seguem essas premissas. Uma das principais características que se destacam é o entendimento de que o erro honesto na busca pela inovação faz parte do processo de criação de forma contínua e cotidiana.

Também é relevante citar que a equipe de Pesquisa & Desenvolvimento da 3M do Brasil integra a Comunidade Técnica da 3M mundial, composta por cientistas e especialistas para o compartilhamento de conhecimento e a transferência de tecnologia, em um trabalho colaborativo e de gestão de conhecimento. O problema de um cliente no país pode já ter ocorrido com outro cliente na Europa. Uma nova aplicação desenvolvida no mercado asiático pode ser interessante também para o mercado brasileiro, por exemplo.

Resultado da sinergia e do comprometimento das diversas equipes foi o alcance da marca global de 100 mil patentes em 2014. “Patentes são sinônimo de quantidade de conhecimento gerado por uma empresa, e este é um dos principais ativos da 3M”, afirma Alberto Gadioli, diretor da área de Pesquisa & Desenvolvimento da 3M do Brasil. Com a primeira patente datada de 1924, atualmente, a 3M Global emite, em média, 3 mil patentes por ano, trazendo para a vida de consumidores e empresas soluções em forma de inovações.

Adicionalmente, os prêmios de inovação conquistados pela companhia (saiba mais na página 14) nos últimos anos e o NPVI (Índice de Vitalidade de Novos Produtos) próximo à meta global (*veja na página 27*) endossam que a inovação está no DNA

da empresa. Também contribui para estas conquistas, o incentivo fiscal concedido pelo Governo Federal por meio da Lei do Bem, que visa ampliar os investimentos privados em pesquisa e desenvolvimento de inovações tecnológicas. A partir dessa concessão, em 2014, a 3M do Brasil recebeu o aporte de R\$ 2,6 milhões.

Parte desse montante foi destinada ao laboratório, que combina engenharia de aplicação com serviço técnico, uma área de desenvolvimento de produtos e voltada para EHS (saúde, segurança e meio ambiente) e o laboratório corporativo, que atende a todas as demais áreas da empresa com análises e entendimento de processos. A equipe de Pesquisa & Desenvolvimento da 3M não se limita a criar novos produtos ou aplicações. Os profissionais de serviço técnico também acompanham os profissionais de vendas e marketing em alguns contatos com clientes, trazendo para os laboratórios necessidades que podem se tornar futuros produtos.

Outra preocupação da área é o investimento constante e o desafio dos colaboradores, visto que a especialização em novas plataformas tecnológicas necessita de profissionais cada vez mais experientes. Partindo desse princípio, a 3M do Brasil estabeleceu como meta para 2016 ter uma equipe em que 20% do efetivo tenha doutorado.



Métrica de inovação

A 3M mede o quanto está sendo efetivamente inovadora e o sucesso de seus novos produtos por meio do NPVI (*New Product Vitality Index*, ou Índice de Vitalidade de Novos Produtos, em português). Um dos mais relevantes indicadores de crescimento da companhia, ele mede a fração das vendas equivalentes a itens introduzidos no mercado nos últimos cinco anos, período em que um produto é considerado novo para a 3M.

A 3M do Brasil fechou 2014 com 34% nesse índice e está próxima de atingir 40% de NPVI até 2017, meta global, perseguida também pela subsidiária local.

Centro de Pesquisa e Desenvolvimento

Reinaugurado em 2013, o complexo do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento abrange as áreas do CTC (Centro Técnico para Clientes), o Laboratório de Pesquisa e Desenvolvimento e a Planta Piloto de Fitas. Com o objetivo de aproximar a empresa das pessoas, o Centro Técnico para Clientes abre suas portas a fim de expor os produtos inovadores da 3M e interagir com os clientes e consumidores em prol do desenvolvimento de soluções para suas necessidades em 24 diferentes laboratórios. “Em 2014 atingimos a marca de 8.166 visitantes no CTC. Com a abertura ao público generalista, podemos ampliar este número para até 8.300 em 2015”, estima Alberto Gadioli.



E em 2014, o CTC ganhou um vídeo produzido especialmente para apresentar o espaço ao mercado. Disponível no canal *YouTube* e em seu próprio site, o filme é utilizado como um convite em apresentações externas para clientes e formadores de opinião. Em campanha de divulgação do CTC, o vídeo foi exibido em diversos vôos da companhia aérea Azul, iniciativa que resultou em mais de 2 milhões de visualizações.

2014

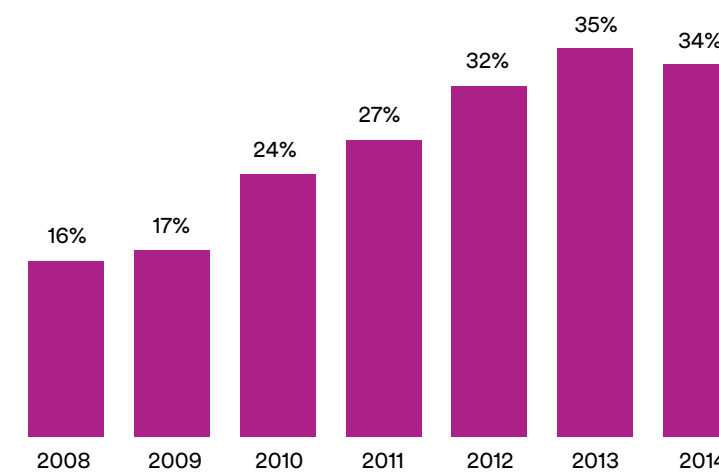
Atingimos a marca de



8.166

visitantes no CTC

Evolução da NPVI da 3M do Brasil



Alguns lançamentos de 2014



Solução Multipack 3M

Desenvolvida no Brasil, a solução para Multipack da 3M é composta por um equipamento customizado, que é instalado na linha de produção do cliente e integra uma fita adesiva constituída por um filme de polipropileno biorientado e por um exclusivo adesivo acrílico reposicionável, que não danifica a superfície da embalagem do produto do cliente.

Além de possibilitar a redução de custos, já que o trabalho pode ser feito dentro da própria empresa, descartando a terceirização do serviço, a solução também é econômica em comparação ao *shrink*, película de PVC utilizada para selar embalagens. Enquanto a aplicação de *shrink* consome cerca de 10.500 kw/mês, o equipamento da 3M consome apenas 1.500 kw/mês.



Scotchgard®Protetor para Pisos Vinílicos

Complementando o portfólio da linha Scotchgard®, a 3M lançou no mercado brasileiro o Scotchgard Protetor para Pisos Vinílicos, propiciando uma solução para pisos de PVC, mantas vinílicas, linóleo e pisos epóxi. Dentre as vantagens oferecidas pelo produto, destacam-se a melhora na aparência do piso e o aumento de sua vida útil, com apenas duas camadas.

Um de seus diferenciais é a redução significativa do consumo de água e produtos químicos no processo de tratamento, dado que dispensa a necessidade de remoções, o que o torna mais uma inovação sustentável da 3M.



3M™ Multi-Touch Display C4667PW

A 3M *TouchScreens*, subsidiária da empresa 3M e líder global no fornecimento de soluções *touchscreen* para clientes do mundo inteiro, desenvolveu o 3M™ Multi-Touch Display C4667PW. O produto consiste em uma tela de 46 polegadas *full HD*, sensível ao toque e que permite que até seis pessoas interajam com a tela simultaneamente.



3MEasy-On

Pensando em manter a privacidade dos usuários de iPad, o 3M Easy-On funciona como um filtro de privacidade por meio do qual apenas a pessoa que está manuseando o aparelho consegue ver o que aparece na tela. A tecnologia que permite ter privacidade possui um bloqueio da visão lateral devido a uma película de policarbonato, que pode ser colocada e retirada por até trezentas vezes.



3M E-A-Rfit

Sucesso nos Estados Unidos e no Chile, a proposta do 3M E-A-Rfit é auxiliar os fonoaudiólogos a avaliar, por meio de um teste individual, qual o melhor protetor auditivo para o funcionário, conforme a atenuação fornecida pelo EPI (Equipamento de Proteção Individual).



Clinpro™ ProphyPowder

Destinado aos profissionais da área de saúde bucal, o Clinpro™ ProphyPowder da 3M Espe foi desenvolvido para o tratamento comum de profilaxia (limpeza). Seu diferencial está no fato de ser composto por 99% de Glicina, um aminoácido hidrossolúvel e que é minimamente abrasivo para remoção de biofilme sub e supragengivais, de forma segura, rápida e confortável para o paciente.

Por ser menos abrasiva, a solução também permite que a limpeza bucal seja feita mais vezes ao ano, independentemente da idade do paciente.



Envision™ 480Cv3 e 8548G

A 3M apresentou ao mercado, em 2014, a marca de fitas Envision, que não possui PVC em sua formulação. A solução, destinada à impressão digital e laminação, traz inovações sustentáveis e agilidade ao processo, visto que o filme proporciona 50% a mais de rapidez para o aplicador, quando comparado a produtos similares do mercado.

A photograph of several white wind turbines against a clear blue sky, viewed from a low angle looking up. The turbines are arranged in a row, receding into the distance.

Modelo de negócio sustentável

A 3M acredita que a sustentabilidade deve estar presente em todas as dimensões de sua estrutura de negócios. Para tal, conta com executivos dedicados ao assunto, a fim de estar sempre alinhada às melhores práticas.

DNA sustentável

Intrínseco à estrutura da 3M, o conceito de sustentabilidade, baseado no tripé que compreende as dimensões econômica, ambiental e social, permeia de forma transversal toda a empresa por meio de diversos processos, sempre buscando resultados que contemplem a otimização do uso de recursos renováveis, o menor descarte de resíduos e a mitigação de impactos nas comunidades no entorno das unidades da 3M do Brasil e na sociedade.

Uma das formas que a companhia encontrou para inserir novas práticas sustentáveis às operações foi por meio da criação de duas posições dedicadas à Sustentabilidade no

Board executivo global. Em 2014, foram Jean Sweeney, Vice-presidente de EHS e Sustentabilidade relacionada às operações, e Gayle Schueller, Vice-presidente de Sustentabilidade relacionada a produtos e comercialização. Após essa e outras modificações, os projetos com apelo sustentável passaram de 5% para 28%, nos últimos cinco anos, confirmando o caráter assertivo das mudanças realizadas, principalmente no que a tange a produtos com diferencial de sustentabilidade.

Neste capítulo, está relatado o desempenho da 3M do Brasil em cada uma das dimensões do tripé.

Desempenho econômico e operacional

GRI 2.6 2.8

Na condição de companhia de capital fechado, a 3M do Brasil não divulga seus resultados isoladamente, mas sim como 3M *Company*.

Valor econômico direto gerado e distribuído

Por meio dos dados apresentados em valor econômico direto gerado e distribuído é possível vislumbrar o perfil econômico da companhia e seu desempenho ao longo de 2014. Também é possível analisar como a 3M do Brasil gerou riqueza para os seus mais diversos *stakeholders*.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO (EC-1)	
Receitas ¹	R\$ 3.110.245.082,49
Insumos adquiridos de terceiros (inclui ICMS e IPI) ²	R\$ 1.649.153.677,86
Valor adicionado bruto ³	R\$ 1.461.091.404,63
Retenções ⁴	R\$ 75.294.001,06
Valor adicionado líquido produzido pela entidade ⁵	R\$ 1.385.797.403,57
Valor adicionado recebido em transferência ⁶	R\$ 72.538.177,51
Valor adicionado total a distribuir ⁷	R\$ 1.458.335.581,08
Distribuição do valor adicionado ⁸	R\$ 1.467.757.608,35
Valor econômico acumulado ⁹	R\$ 1.642.487.474,14

- Notas:
- “Receitas” foi calculado a partir da soma de “Vendas de mercadorias, produtos e serviços”, “Provisão para devedores duvidosos – Reversão/Constituição” e “Não operacionais”.
 - “Insumos adquiridos” foi calculado a partir da soma de “Matérias-primas adquiridas”, “Custos das mercadorias e serviços vendidos”, “Materiais, energia, serviços de terceiros e outros” e “Perda/recuperação de valores ativos”.
 - “Valor adicionado bruto” é resultado da diferença entre “Receitas” e “Insumos adquiridos de terceiros”.
 - “Retenções” é equivalente a “Depreciação, amortização e exaustão”.
 - “Valor adicionado líquido produzido pela entidade” é resultado da diferença entre “Valor adicionado bruto” e “Retenções”.
 - “Valor adicionado recebido em transferência” é resultado da soma de “Resultado de equivalência patrimonial” e “Receitas financeiras”.
 - “Valor adicionado total a distribuir” é resultado da soma de “Valor adicionado líquido produzido pela entidade” e “Valor adicionado recebido em transferência”.
 - “Distribuição do valor adicionado” foi calculada a partir da soma de “Pessoal e encargos”, “Impostos, taxas e contribuições”, “Juros e aluguéis”, “Juros sobre capital próprio e dividendos”, “Lucros retidos/prejuízo do exercício” e “Investimentos na comunidade”.
 - O “Valor econômico acumulado” foi calculado como “Receitas” menos “Distribuição do valor adicionado”.

Nova fábrica de Manaus

A partir do segundo semestre de 2015, a 3M de Manaus contará com uma nova fábrica para atender ao crescimento acelerado das operações da unidade. O investimento, que chegou a R\$ 100 milhões, contempla uma área construída de 16 mil metros quadrados e uma área livre que suportará o plano de crescimento da empresa pelos próximos 50 anos. Para a transição das operações, o processo ocorrerá de maneira gradativa, de forma que os serviços prestados aos clientes não sejam prejudicados. Durante dois meses, duas fábricas trabalharão simultaneamente, uma aumentando o nível de operações e outra diminuindo.

No segundo semestre de

2015

a 3M de Manaus contará com uma nova fábrica



O investimento, que chegou a

R\$ 100

milhões

contempla uma área construída de

16 mil

metros quadrados



Nova fábrica de fitas acrílicas em Sumaré (SP)

Campanha contra a má qualidade

Criado em 2013, o Comitê de COPQ (*Cost of Poor Quality*–Custo da Má Qualidade, em português) tem como objetivo difundir entre os funcionários a consciência em torno do tema e promover projetos e ações voltados para a redução de perdas, em especial na manufatura. As perdas abrangem, por exemplo, os resíduos e produtos rejeitados, os processos desnecessários e o excesso de produção.

Para evita-las, a 3M do Brasil realizou uma campanha anual nas sete fábricas da companhia. Nela, os funcionários foram informados acerca da quantidade de perdas geradas em cada unidade e incentivados a ajudar a empresa na redução desse número por meio de ideias inovadoras. Resultado desse engajamento foi que, em 2014, 317 ideias foram registradas, das quais 105 foram efetivamente aplicadas. A Campanha teve o envolvimento de cerca de mil funcionários. Os benefícios para a companhia são diversos. No quesito finanças, foi poupado cerca de 1 milhão de reais por meio da redução de toneladas de resíduos enviados para aterros. Além do reconhecimento junto à liderança da empresa, os funcionários são premiados por suas contribuições.

Projetos e investimentos

Nova fábrica de VHB

Em 2014, a 3M finalizou a obra da nova fábrica de fitas acrílicas na unidade de Sumaré (SP). Com 6 mil metros quadrados, a estrutura abriga o mais moderno sistema de produção, em que o processo é mais automatizado e a capacidade de produção é maior. Além dos segmentos de construção civil e automotivo, que já eram contemplados com os produtos da empresa, também foram disponibilizados materiais e formatos que abrangem os setores de comunicação visual, eletroeletrônicos, ônibus e carrocerias, moveleiro, casa e escritório, metalúrgico e náutico.

Implementação da metodologia Six Sigma

A fábrica de São José do Rio Preto (SP) conseguiu melhorar a produtividade e reduzir as operações após a implementação da metodologia Lean Six Sigma, que mudou o *layout* da unidade. No espaço, o número de máquinas foi reduzido, o que propiciou um ganho de área e uma redução das despesas. Os produtos que eram serrados, por exemplo, apresentaram uma queda de 90%, enquanto a manufatura de ortodônticos, que antes ocupava 900 metros quadrados, hoje utiliza apenas 450 metros quadrados.

Internalização de tachas e embalagem das Fitas 33+

Em busca de maior competitividade, a 3M internalizou o processo de fabricação de tachas de sinalização horizontal e as embalagens plásticas da Fita 33+, na fábrica de Itapetininga (SP). Além da redução de custos, a mudança trouxe vantagens como controle total sobre o produto, sinergia de utilização de matérias-primas comuns aos produtos da unidade e possibilidade de utilização de materiais reciclados da área de fitas adesivas.

Desempenho ambiental

GRI 4.11

A preocupação da 3M com os impactos ambientais gerados por suas operações é antiga. A empresa foi pioneira no desenvolvimento de iniciativas relacionadas ao tema no país. Um de seus primeiros programas – o “3P – Prevenção à Poluição se Paga” – remonta a 1975.

“A 3M tem como meta incentivar, cada vez mais, que as pessoas reportem as iniciativas sustentáveis que ocorrem dentro da empresa para que possam traduzir e propagar boas práticas”, afirma Afonso Chaguri, diretor de Operações Industriais.

O programa foi instituído pelo vice-presidente de Operações Ambientais da 3M, Joseph Ling, que já nessa época dizia que “o desperdício de hoje nos levará à escassez do amanhã”. Ling propôs o programa com o objetivo de evitar custos com a má gestão dos processos e uso dos materiais aliados à prevenção à poluição. Preconizava que ações de prevenção eram mais eficientes e eficazes do que a implementação de tecnologias de controle desse problema

ambiental. A 3M passou então a disseminar essa cultura na empresa e a reconhecer projetos que evidenciavam melhorias nos processos do ponto de vista de energia, geração de resíduos e emissões (ou gases líquidos) maior ou igual a 500 quilos e custo evitado de pelo menos mil dólares em um ano de implementação. Esses projetos são submetidos à análise por meio de um sistema corporativo e avaliados por um comitê técnico na matriz, que seleciona os melhores para receberem o certificado de reconhecimento do CEO da empresa e serem divulgados local e globalmente, dependendo do *ranking*.

Ao longo dos últimos 40 anos, o programa evitou globalmente

mais de 1,3 milhões de toneladas de poluição, com mais de 8 mil projetos implementados. Em termos de custo evitado, esse volume equivale a 1,7 bilhão de dólares. No Brasil desde 2001, o 3P já contabilizou 427 projetos, que evitaram mais de 19,4 mil toneladas de poluição, levando a subsidiária a economizar mais de 37,4 milhões de dólares.

Dentre as novidades referentes às ações de cunho ambiental da companhia, em 2014, a 3M iniciou o processo para se tornar signatária do Instituto InPacto, tangibilizando o compromisso da empresa com o desenvolvimento de uma cadeia de suprimentos mais sustentável; deu início também ao trabalho de neutralização das emissões do CTC (Centro Técnico para Clientes), por meio da compra de créditos de carbono social de uma cerâmica do Amazonas, que reverte o investimento em melhorias no ambiente de trabalho e ações com a comunidade; e criou a Brigada de Esponjas Scotch-Brite, iniciativa que mobiliza os consumidores para a reciclagem de esponjas e que, em parceria com a TerraCycle, recolhe e recicla os produtos e as embalagens pós-consumo, em uma ação inédita e pioneira no mundo.

Plano de sustentabilidade

Em mais um esforço em prol da disseminação e aderência de práticas sustentáveis, a 3M do Brasil estruturou, em 2014, uma governança estratégica dedicada à discussão e implementação do Plano de Sustentabilidade.

A governança é composta por um comitê formado pela Presidência e pelas diretorias de Pesquisa & Desenvolvimento, Instituto 3M, Marketing Corporativo, Recursos Humanos e Operações Industriais –, possibilitando um melhor direcionamento das ações internas e externas da companhia.

Confira os cinco pilares de atuação do Plano:

01 Governança

02 Desempenho Operacional

03 Plano de Comunicação

04 Inovações mais Sustentáveis

05 Capacitação e Engajamento

Metas ambientais

Metas ambientais para a 3M do Brasil até 2015 (ano-base 2010)



Fases do ciclo de vida em que a 3M aplica o LCM

- Desenvolvimento do conceito do produto
- Pesquisa e desenvolvimento
- Certificação Fabricação e produção
- Marketing e promoção
- Armazenamento, distribuição e fornecimento
- Uso e serviço
- Disposição, reutilização ou reciclagem

Gerenciamento do ciclo de vida do produto

GRI PR1 PR2



Muitas das práticas ambientais da 3M estão internalizadas no próprio processo de pesquisa, desenvolvimento e fabricação. A 3M possui uma área responsável pelo estudo do ciclo de vida de cada um de seus produtos desde a aquisição da matéria-prima até a disposição final. Para tal, é utilizada a ferramenta de LCM (*Life Cycle Management* – Gerenciamento do Ciclo de Vida), adotada mundialmente. O processo é feito por especialistas em diversas áreas, como, por exemplo, meio ambiente, toxicologia, segurança e higiene industrial. Vale destacar que a preocupação com a saúde e segurança não se restringe ao consumidor ou cliente, mas também aos envolvidos diretamente na fabricação e

manipulação do produto. Cada especialista aprova ou faz observações quanto ao ponto que avaliou no LCM, permitindo o aprimoramento constante. De acordo com a política corporativa da empresa, todos os novos produtos devem passar pelo processo. Em 2014, 100% dos novos itens lançados pela 3M do Brasil contemplaram o LCM. Entre os produtos já existentes, 84,9% também foram conferidos.

Em função do rigor que a empresa adota durante o ciclo de vida de seus produtos, não foram relatados casos de não-conformidade com a saúde e segurança de seus produtos e serviços, durante o ano reportado.

Veja as áreas que participam do ciclo da vida em que a 3M aplica o LCM e quais são suas atribuições:

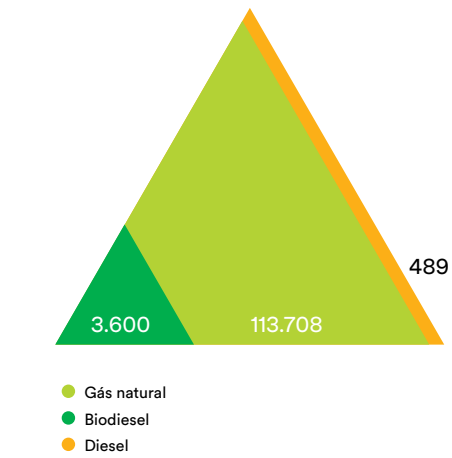
Pesquisa & Desenvolvimento – insere a formulação e a descrição do produto na planilha da ferramenta.	Serviço Técnico – responde questões relacionadas ao uso correto do produto e se ele contém algum tipo de bateria.	Manufatura (engenheiro do processo) – descreve as máquinas e equipamentos que serão utilizados na manufatura do produto.	Marketing – indica a qual mercado se destina e relata informações relativas à previsão de vendas (em metros quadrados, toneladas, números de peças etc).
Regulatório – confere se o produto necessita de algum registro em órgãos do Governo, como a Vigilância Sanitária.	Embalagem – caso necessário, indica a especificação especial em função do produto.	Higiene Industrial – faz o levantamento dos riscos sob os quais os colaboradores estão expostos devido às matérias-primas utilizadas.	Coordenador de EHS (Environmental, Health and Safety – aspectos ambientais, saúde e segurança, em português) do site – classificação dos riscos em função das máquinas e equipamentos utilizados. Embalagem – caso necessário, indica a especificação especial em função do produto.
Toxicologia – detalha os riscos ao consumidor a partir dos componentes que contemplam o produto.	EHS (Produto) – realiza a análise da presença de substâncias bioacumulativas no meio ambiente, identifica os possíveis impactos ambientais dos resíduos e faz recomendações de descarte.	EHS (Manufatura) – identifica indicadores de consumo de energia e água no processo de fabricação.	

Energia

GRI EN3 EN4 EN5 EN6 EN7

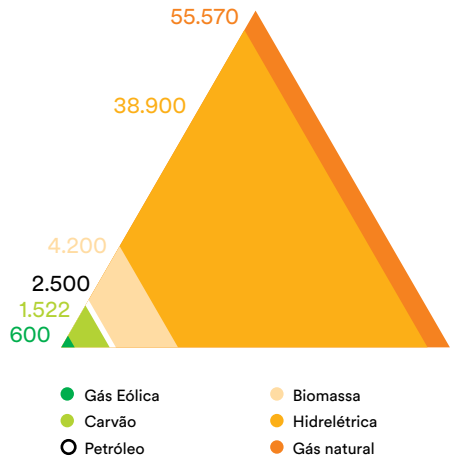
A 3M do Brasil também é referência pela forma sistemática com que persegue melhorias de eficiência energética e as fábricas brasileiras ganharam ainda mais respeito pelas suas conquistas. Nesse sentido, em 2014, 96% do consumo de energia direta foi proveniente de gás natural, enquanto 2% corresponderam ao biodiesel.

Energia direta consumida de fontes primárias (em GJ)



Dentre as fontes de energia indireta, a eletricidade foi responsável por 99% do consumo de 2014, enquanto o vapor e o aquecimento foram responsáveis por 0,6% e 0,4%, respectivamente.

Energia intermediária consumida de fontes externas (em GJ)



E em linha com a meta permanente da 3M de otimizar o uso de energia, a 3M realizou, ao longo dos últimos dois anos, o Projeto de Eficiência Energética, que consiste em uma metodologia de balanceamento de estufas. Liderado pelo Comitê de Eficiência Energética e pelo *Energy Champion*, a ação é gerenciada constantemente, a fim de mapear o uso da energia e possíveis melhorias. A ação, concebida no país, resultou em uma redução de 1.178.140 gigajoules, em 2014.

Com o intuito de ter maior controle das práticas que auxiliam na redução de energia e dos respectivos resultados, a 3M do Brasil tem como meta, para 2015, investir na melhoria do sistema de coleta de dados ambientais, a fim de assegurar o cumprimento de seus planos relativos à redução do consumo energético.

Água e efluentes

GRI EN8 EN10 EN21 EN26

A 3M do Brasil utiliza água proveniente de poços artesianos, lago superficial e pequena parte de fornecimento externo por companhia de saneamento. Em todas as unidades o gerenciamento da água respeita normas e padrões da legislação pertinente. Abaixo estão listadas as origens da água utilizada nas operações da Companhia.

FONTE	VOLUME (M³)
Água de superfície, incluindo áreas úmidas, rios, lagos e oceanos	57.235
Água subterrânea	78.930
Total de retirada	136.165

Na fábrica de Sumaré, por exemplo, o efluente passa por tratamento físico-químico e biológico e conta com sistema de reuso de água, sendo que, em 2014, foram descartados, no corpo receptor, 48.573 mil metros cúbicos e uma redução de 2 mil metros cúbicos por mês no consumo da unidade, em função do sistema de reuso. Há em operação sistemas de Osmose Reversa e Ozônio que permitem atualmente reutilizar 24 mil metros cúbicos de água por ano, o equivalente a 36% do volume de água utilizada.

redução de

2mil

metros cúbicos por mês no consumo de água da unidade Sumaré



Há em operação sistemas de Osmose Reversa e Ozônio que permitem atualmente reutilizar 24 mil metros cúbicos de água por ano, o equivalente a

36%

do volume de água utilizada.

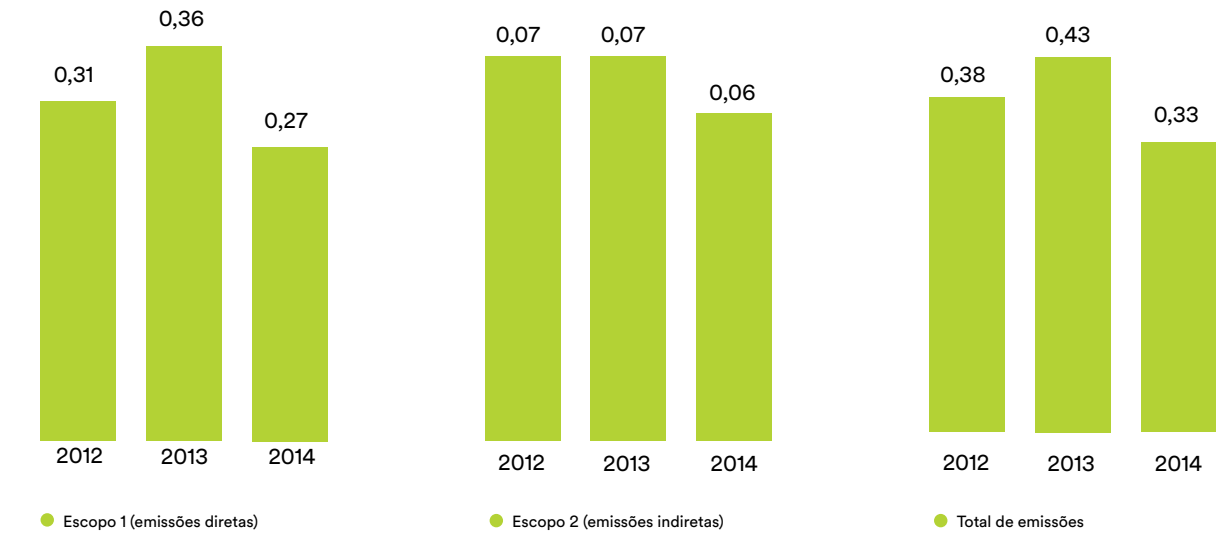


Emissões

GRI EN16 EN18 EN19 EN20 EN29

Em 2014, a 3M do Brasil registrou uma redução de 23% em suas emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa) em relação ao ano de 2013. Com relação a 2010, ano base para as metas da empresa, houve uma redução de 28%. Para calcular suas emissões, a empresa adota a metodologia IPCC – *International Panel for Climate Change*, uma das mais reconhecidas e utilizadas no mundo para esse tipo de controle e medição.

Total de emissões (em toneladas de CO₂ equivalente/tonelada de produto)*



Um dos importantes instrumentos da Companhia para redução das emissões são os Projetos 3P (Prevenção à Poluição se Paga – veja mais nas páginas 35). Ao todo, 46 projetos foram implementados em 2014, sendo que todos contribuíram para os resultados de redução de CO₂ da companhia

*Cálculos feitos com base na metodologia IPCC – *International Panel for Climate Change*

Em 2014, a 3M do Brasil registrou uma redução de 23% em suas emissões de GEE.

A 3M do Brasil mantém rigoroso controle sobre a emissão de gases refrigerantes contemplados nos anexos A, B, C e E do Protocolo de Montreal.

A 3M do Brasil também procura reduzir as emissões geradas no transporte de produtos e pessoas. A empresa administra uma frota de veículos que conta atualmente com 698 automóveis em todo o território nacional. Para minimizar os impactos disso, são adotadas as seguintes práticas:

- Renovação da quase totalidade da frota a cada 36 meses.
- Execução do plano de manutenção preventiva conforme manual do usuário e requerimento das montadoras.
- Utilização de fornecedor de qualidade reconhecida para gerenciamento do plano de manutenção dos veículos e dos abastecimentos.
- Comunicação mensal indicando a viabilidade de uso do Etanol para os motoristas, ação que aumenta o uso de combustível renovável em aproximadamente 25%.
- Acompanhamento dos abastecimentos junto ao fornecedor de “Cartão Combustível” (cartão de crédito utilizado pelos usuários da frota 3M para abastecimento dos veículos somente em postos da rede credenciada).
- Análise das emissões do período.
- Análise do TCO (*Total Cost of Ownership*– Custo total de posse do veículo por quilômetro), com a divulgação do consumo dos veículos como parâmetro fundamental na escolha de marcas e modelos anualmente.

Quanto ao transporte de funcionários, um consultor externo fica a cargo de auditar laudos anuais emitidos pelas empresas contratadas para esse serviço. Essas empresas também são obrigadas por contrato a respeitar as legislações relacionadas e a dispor de veículos com no máximo seis anos de uso. O contrato com essas parcerias só é renovado perante o atendimento dessas condições e a cada cinco anos.

As emissões de viagens também estão no foco. A 3M possui uma política global que prevê a obrigatoriedade de aprovação de todos os deslocamentos nacionais pelo proponente direto e de todas as viagens internacionais pelo diretor-presidente. Dessa forma, não são realizadas viagens com pouca ou sem necessidade.

Outras emissões

A 3M do Brasil mantém rigoroso controle sobre a emissão de gases refrigerantes contemplados nos anexos A, B, C e E do Protocolo de Montreal em suas fábricas, inclusive, com políticas dedicadas a substituição de gases com alto potencial de depressão da camada de Ozônio. Já os VOCs (Compostos Orgânicos Voláteis) são monitorados desde 1990. A cada cinco anos são estabelecidas metas corporativas de redução, frente às quais a empresa vem se superando a cada ciclo. Em 2014, foram emitidas 182 toneladas desse composto, 58% a menos do que as emissões apuradas em 2010 em valores absolutos. Adicionalmente, a Companhia emitiu 156 quilos de NO_x e 230 toneladas de poluentes atmosféricos perigosos.

Combate às emissões

Atenta aos possíveis danos decorrentes da emissão de substância destruidoras da camada de ozônio, a fábrica de Itapetininga da 3M do Brasil reduziu suas emissões em 1.499 GJ por meio da migração da queima de Óleo BPF para Gás Natural.

No mesmo sentido, a unidade de Ribeirão Preto passou a realizar o aquecimento do ar de entrada de combustão de uma de suas caldeiras por meio do vapor *flash* do retorno de condensado. A medida permite que a cada 10°C de aumento da temperatura haja uma melhora de 1% na eficiência da queima do combustível necessário para a geração de vapor. O novo procedimento proporcionou uma redução de mais de 1.594 GJ de gás.

Resíduos

GRI EN22

Em 2014, foram geradas 144, 7 mil toneladas de resíduos pela 3M, que foram dispostas conforme quadro a seguir. Essa quantidade é 16% maior que a verificada em 2013.

A campanha COPQ (Custo da Má Qualidade – *saiba mais na página 34*) deve contribuir para a redução da geração de resíduos nos próximos anos. Lançada em 2013, ela vem mobilizando as equipes de manufatura na busca de soluções nesse sentido.

A empresa também conta, desde 2013, com um grupo de trabalho interno que visa fomentar as melhores práticas de destinação de resíduos entre as fábricas e verificar onde há sinergias nas unidades para o aproveitamento dos resíduos. Para isso, auxilia na padronização dos processos internos e na identificação de parceiros que trabalhem com reciclagem.

GERAÇÃO DE RESÍDUOS (EM TONELADAS)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Tratamento	283,78	38,4	347,452	373,26	395,56
Aterro	4.531,30	4.677,80	5.375,10	5.144,10	5.144,30
Coprocessamento	1.371,66	1.332,80	1.425,60	1.457,40	1.351,40
Produtos	105.004	116.188	115.937	109.449	130.351
Reciclagem	7.204,52	7.649,20	7.579,60	8.125,50	7.468,40
Total	118.350,26	129.886,20	130.664,75	124.549,26	144.710,66

Dê a mão para o futuro

Programa executado desde 2009 em parceria com a ABIPLA (Associação Brasileira de Produtos de Limpeza e Afins) e ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), associações que fazem a identificação, a capacitação e a instrumentalização de cooperativas para que elas possam contribuir com a reciclagem pós-consumo de embalagens de vidro, papel, metal e plástico. Começou no Rio de Janeiro e foi estendido para o Paraná, Minas Gerais e São Paulo.

Derramamentos

GRI EN23

Em 2014, foi registrado derramamento significativo apenas na unidade de Sumaré (SP). Foram derrubados cerca mil quilos de substância RF 2236 (A+), no entanto, a equipe responsável agiu rapidamente, evitando possíveis impactos ambientais.

Desempenho social

Instituto 3M

Fundamentado em valores éticos, de cidadania e sustentabilidade, o objetivo do Instituto é difundir o empreendedorismo das futuras gerações com base nas áreas de atuação da empresa, ciência e tecnologia.

Dentre as práticas de disseminação dos assuntos concernentes à ciência e tecnologia, o Instituto 3M adotou ambos os temas dentro de escolas públicas na região metropolitana de Campinas. Para atingir os alunos, foi realizado um trabalho de capacitação dos professores dessas instituições com a finalidade de incentivar a prática das ciências nas salas de aula. O projeto foi realizado em parceria com a Associação do Laboratório de Sistemas Integráveis TecnológicoLsi-Tec, entidade ligada à Poli (Escola Politécnica da USP).

Iniciativas sociais de destaque

Formare

GRI SO1
O Projeto Escola Formare Instituto 3M, realizado em parceria com a Fundação Iochpe, prepara jovens de 16 a 18 anos para iniciarem a carreira profissional. O programa, focado no desenvolvimento local, foi elaborado a partir da avaliação das necessidades das comunidades onde está presente –Manaus e Sumaré – e está em constante avaliação, para que possa ser sempre aprimorado.

Com duração de um ano, o curso de 2014 foi ministrado por, aproximadamente, 82 educadores voluntários – funcionários da 3M do Brasil. Ao todo, são oferecidas 800 horas de aulas teóricas e práticas. Em agosto de 2014, mais uma turma de jovens de Sumaré concluiu a participação no Formare. Os 20 alunos finalizaram o curso de Assistente de Produção Química, iniciado em 2013. E em Manaus, o projeto caminha para sua segunda turma no curso de Assistente de Produção Industrial, realizado em parceria com a empresa Voith Hydro Amazônia.

Após o preparo de um diagnóstico detalhado, o Instituto 3M dará início, em 2015, ao projeto também nas comunidades de Itapetininga e Ribeirão Preto.



Turma de formandos do Projeto Escola Formare Instituto 3M de 2014, da unidade de Sumaré



Alunos do Student United Way em ação “Consumo Consciente”, desenvolvida em 2014

Student United Way

Projeto que tem como objetivo despertar o espírito empreendedor dos jovens participantes para que desenvolvam intervenções sociais em suas respectivas comunidades e desenvolvam a capacidade e habilidade de se tornarem líderes de suas próprias vidas. O trabalho é realizado por um grupo de voluntários que assumem o papel de mentores do grupo de jovens, auxiliando-os a estruturarem um projeto social em diversos encontros e, posteriormente, a colocá-lo em prática.

O programa é desenvolvido nas cidades de Sumaré, Itapetininga e Ribeirão Preto em parceria com a *United Way*, entidade focada no desenvolvimento das comunidades por meio da promoção da conectividade e do relacionamento entre pessoas e empresas.

Em 2014, os alunos realizaram uma intervenção com a Escola Estadual Luiz Campos Dall’Orto Sobrinho, em Sumaré, sob o tema “Consumo Consciente”. A ação ocorreu por meio de dinâmicas com estudantes do quinto ao sétimo ano da escola, e incluiu o plantio de seis árvores, que representaram cada uma das séries da escola.

Cidades da Solda

Iniciativa resultante da parceria entre a 3M e o Instituto 3M, o projeto social forma soldadores e maçariqueiros em comunidades carentes, próximas a unidades industriais e a fornecedores de bens e serviços. Patrocinado pela Petrobras, por meio do Programa Petrobras Desenvolvimento e Cidadania, o projeto atende pessoas das famílias beneficiadas pelo programa Bolsa Família ou que se enquadram no perfil do programa.

A 3M participa da iniciativa por meio do fornecimento de produtos e serviços das áreas de Abrasivos e Segurança do Trabalho. Os materiais são de alta tecnologia e o que há de mais novo no mercado. A companhia também presta suporte técnico e manutenção de todos os equipamentos, e promove treinamentos para os professores e alunos. Esses treinamentos visam ensinar a correta utilização, armazenagem e troca dos equipamentos de proteção individual (EPI) e contribuir para o aprendizado e formação dos profissionais, para que eles possam disseminar o conhecimento em seus ambientes de trabalho.

O projeto social Cidades da Solda tem como missão formar soldadores e maçariqueiros em comunidades carentes, próximas a unidades industriais e fornecedores de bens e serviços.



Grupo de Voluntários da 3M em frente à sede da empresa

Escola 3M de Funilaria e Pintura

Ativo desde 1995, o projeto é conduzido em parceria com o Instituto *Hope Unlimited*, mantenedor da instituição Cidade dos Meninos de Campinas. Com carga horária de 660 horas, o curso é destinado a jovens em situação de risco e oferece atividades expositivas e práticas em Funilaria e Pintura. Após a formação, cerca de 70% dos alunos conseguem entrar no mercado de trabalho.

SEnP (*Science Encouragement Program*)

O Programa de Incentivo a Ciências tem como meta levar a tecnologia 3M às salas de aula de cinco escolas públicas de Sumaré. Desenvolvido em parceria com a 3M do Brasil, o projeto conta com 38 voluntários das áreas técnicas da empresa que realizam palestras para os estudantes do 9º ano do ensino fundamental e mostram como a ciência pode ser colocada em prática.

Projeto BipBop

BipBop é a sigla para *Business, Innovation and People at the Base of Pyramid*, que pode ser interpretada como “Alavancar negócios e inovações para as pessoas que estão na base da pirâmide social”. O Programa BipBop é global e inclui três pilares de atuação: desenvolver ofertas inovadoras para acesso à energia, treinar pessoas carentes em profissões relacionadas à eletricidade e apoiar o desenvolvimento de negócios sociais.

No Brasil, onde há um grande déficit na área educacional, o projeto é realizado pela Schneider em parceria com o Senai e empresas como a 3M e consiste no treinamento técnico de jovens da base da pirâmide social no curso de introdução à eletricidade, inserindo-os no mercado de trabalho. Desde 2012, a 3M do Brasil é parceira dessa iniciativa com a doação de materiais na área de elétricos.

Desafio de Inovação 3M

O Instituto 3M, em parceria com a Associação do Laboratório de Sistemas Integráveis TecnológicoLsi-Tec, entidade ligada à Poli (Escola Politécnica da USP), lançou, pelo segundo ano consecutivo, o Desafio de Inovação 3M. O projeto foi elaborado com o intuito de apoiar e desenvolver projetos de investigação científica, pensados por estudantes de 14 a 20 anos do ensino básico e técnico. Em 2014, a iniciativa também capacitou os professores dessas escolas, visando a prática das ciências dentro das salas de aula. No total, são oferecidas 172 horas de curso, sendo que 112 horas são destinadas às atividades tutoradas para a orientação de projetos de investigação científica juntos aos alunos.

Voluntariado

O objetivo do Grupo de Voluntários é incentivar os funcionários 3M a atuarem em projetos voluntários do Instituto e parceiros, reconhecendo as iniciativas individuais e em grupo. Em 2014, o Instituto contou com cerca de 400 voluntários, sendo que, em 2015, esse número deverá crescer com as escolas Formare em mais dois sites.

O Instituto tem 15 projetos junto às instituições atendidas nos sites de Sumaré, Itapetininga, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Manaus e Bom Princípio.



Pessoas: o patrimônio da 3M

GRI 4.10 LA12

Como parte de seus valores, os colaboradores da 3M estão sempre no foco da atuação da empresa, pois são eles os responsáveis pela excelência dos produtos desenvolvidos e pela confiança que os consumidores e empresas depositam na companhia.

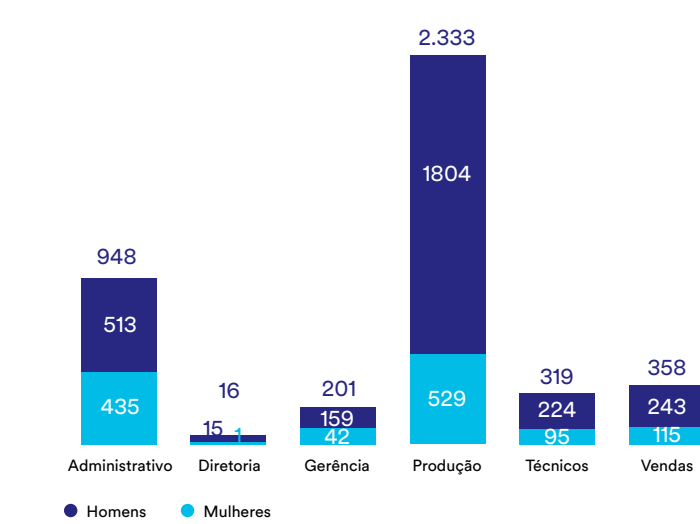
Perfil do quadro funcional da 3M do Brasil

GRI LA1

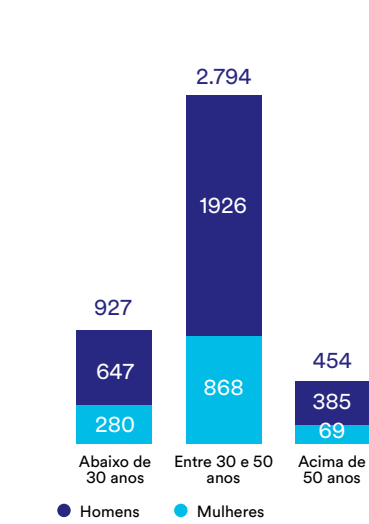
Ao final de 2014, a companhia contava com 4.175 colaboradores, sendo que, deste montante, 1.217 são mulheres e 2.958 são homens. Além dos funcionários próprios, a 3M do Brasil também possui 2.041 colaboradores terceirizados.

Adicionalmente, todos os empregados da companhia fazem jornada integral e possuem contrato de trabalho de tempo indeterminado.

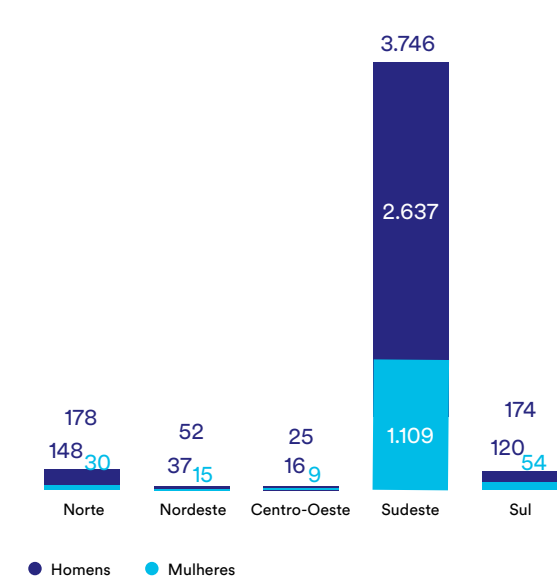
Colaboradores por categoria funcional e gênero



Colaboradores por faixa etária e gênero



Colaboradores por região e gênero



Para a 3M o principal foco de suas operações são as pessoas. Consideradas o eixo estruturador de seu negócio, são elas as responsáveis pelo bom trabalho desenvolvido e pelo reconhecimento cotidiano da funcionalidade dos produtos da companhia, pertencentes a diversos segmentos. Diante da preocupação em atrair, desenvolver e engajar seus funcionários, a 3M do Brasil oferece políticas e práticas que focam no desenvolvimento, oportunidades de carreira, benefícios e reconhecimento, além de sempre estar atenta e ativa nos canais de comunicação da empresa.

A empresa aplica, anualmente, uma avaliação para todos os colaboradores, como parte do programa de desenvolvimento de carreiras. Para funcionários administrativos é utilizada a ferramenta de avaliação global EPR (*Employee Performance Review*), enquanto os que trabalham na produção utilizam a ferramenta local ADH (Avaliação de Desempenho de Horistas). Em adição ao EPR,

que representa o plano anual de metas dos funcionários administrativos, há uma avaliação comportamental, feita pelos clientes internos. A partir de 2014, a avaliação comportamental passou a se chamar Comportamentos de Liderança. Os Comportamentos são seis: Joga para Vencer, Inova, Promove a Colaboração e Trabalho em Equipe, Prioriza e Executa, Desenvolve a Si Mesmo e As Pessoas e Age com Integridade e Transparência.

Também focada no desempenho de seus profissionais, é realizada, anualmente, uma avaliação da alta liderança (diretores) da companhia por seus pares no Brasil e na 3M Internacional. Muitos dos membros das diretorias de áreas como Operações Industriais, Jurídico, Recursos Humanos e Finanças possuem metas diretamente relacionadas ao desempenho ambiental, econômico e social, sendo o diretor-presidente responsável por todas as metas locais.

Contratações e rotatividade em 2014

GRI LA2

TAXA DE NOVOS EMPREGADOS EM 2014*

Fonte	Total de pessoas contratadas	Taxa de novos empregados**
Mulheres	111	9,12%
Homens	247	8,35%
Total	358	8,57%

*Considera somente funcionários CLT que foram contratados em 2014

**A taxa de novos empregados é calculada por meio da fórmula número de contratados no ano/total de funcionários x 100.

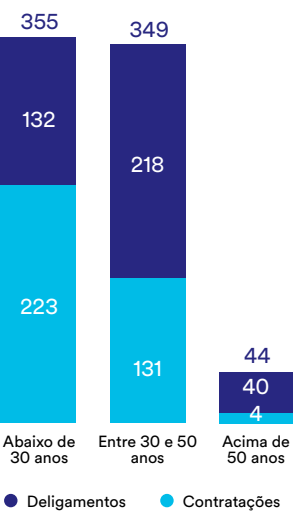
TAXA DE ROTATIVIDADE POR GÊNERO EM 2014*

Fonte	Total de pessoas que deixaram a empresa	Taxa de rotatividade**
Mulheres	189	6,39%
Homens	72	5,92%
Total	261	6,25%

*Considera somente funcionários CLT que deixaram o emprego em 2014

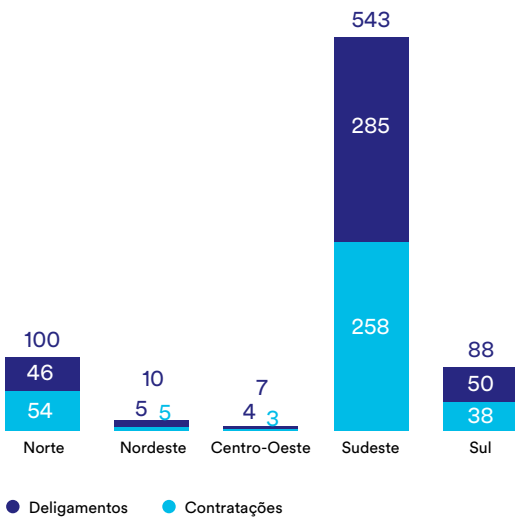
**A taxa de demissões é calculada por meio da fórmula número de desligamentos no ano/total de funcionários x 100.

Contratações e desligamentos por faixa etária em 2014*



*Considera somente funcionários CLT que foram contratados em 2014

Contratações e desligamentos por região em 2014*



*Considera somente funcionários CLT que foram contratados em 2014

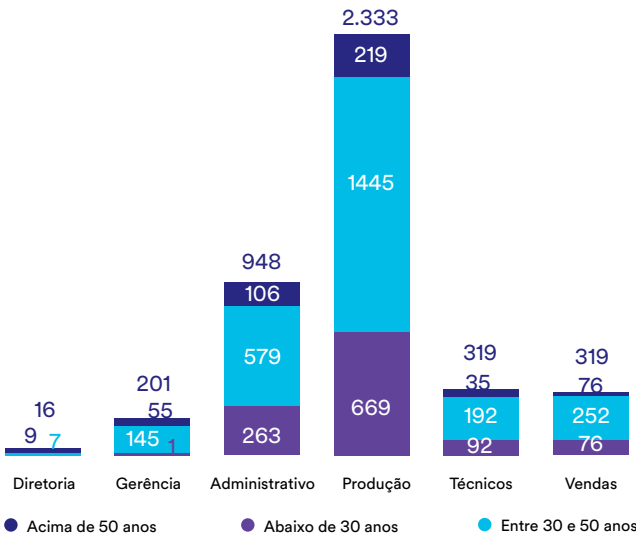
Diversidade e inclusão em 2014

GRI LA13

COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL

Categoria funcional	Número de colaboradores
Diretoria	16
Gerência	201
Administrativo	948
Produção	2.333
Técnicos	319
Vendas	358
Total	4.175

Divisão dos colaboradores por faixa etária

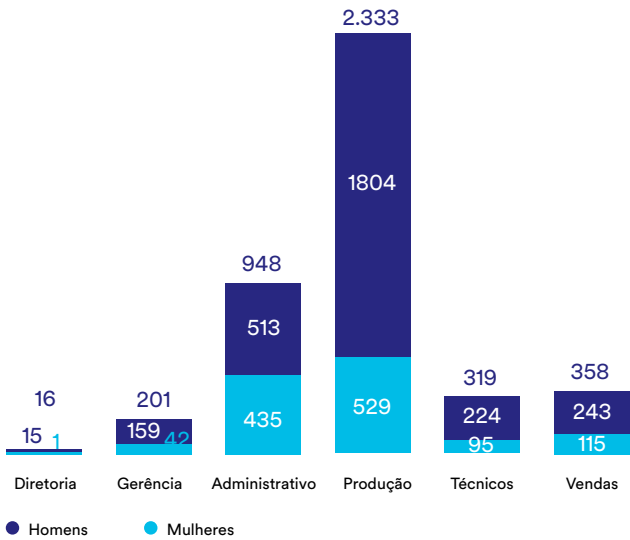


Percentual de colaboradores por faixa etária

	Diretoria	Gerência	Administrativo	Produção	Técnicos	Vendas
Abaixo de 30 anos	-	0,02%	6,29%	16,0%	2,0%	1,82%
Entre 30 e 50 anos	0,17%	3,47%	13,68%	97,97%	4,60%	6,03%
Acima de 50 anos	0,21%	1,32%	25,39%	5,24%	0,84%	0,72%



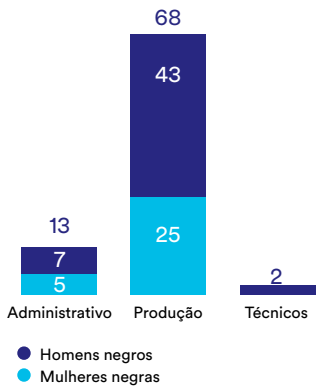
Divisão dos colaboradores por gênero



Percentual de colaboradores por gênero

	Diretoria	Gerência	Administrativo	Produção	Técnicos	Vendas
Mulheres	0,02%	1%	10,42%	12,67%	2,27%	2,75%
Homens	0,36%	3,81%	12,29%	43,20%	5,36%	5,82%

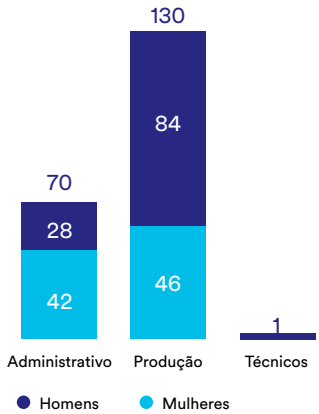
Divisão dos colaboradores por etnia



Percentual de colaboradores por etnia

	Administrativo	Produção	Técnicos
Mulheres negras	0,12%	0,60%	0,05%
Homens negros	0,17%	1%	-

Divisão de colaboradores portadores de deficiência



Percentual de colaboradores portadores de deficiência

	Administrativo	Produção	Técnicos
Mulheres	1%	1,10%	-
Homens	0,67%	2,01%	0,02%

Campanha *I'm in*

Na 3M a diversidade permeia não apenas os produtos e serviços oferecidos ao mercado, mas também está refletida nos funcionários, pessoas de diferentes idades, nacionalidades, etnias, gêneros, estilos, interesses e *hobbies*. Pensando no conceito, essencial ao porte de uma empresa como a 3M, foi lançada a campanha global *I'm in* (Eu estou dentro). A iniciativa tem a missão de incentivar a diversidade no ambiente corporativo e reforçar os Comportamentos de Liderança. Para o lançamento oficial da campanha, o especialista em direitos humanos Reinaldo Bulgarelli, convidado pela 3M do Brasil, falou sobre o tema para 240 líderes da empresa. Adicionalmente, diversas ações de comunicação interna foram realizadas ao longo do ano, reforçando a importância da diversidade e seus benefícios para as pessoas e a companhia.

Fórum de Liderança Feminina

Estabelecido como uma estratégia global da 3M, o Fórum de Liderança Feminina foi concebido com o propósito de aumentar a participação das colaboradoras no quadro da empresa, dado que, em 2014, apenas 15% dos cargos de liderança eram ocupados por mulheres. “Um dos conceitos básicos do RH de uma empresa deve ser sempre selecionar o melhor candidato nos processos seletivos. E o Fórum surge com a proposta de preparar essas candidatas para o momento da disputa com outros concorrentes à vaga”, explica José Fernando do Valle, diretor de Recursos Humanos.



Carreira na 3M

A 3M do Brasil prioriza os planos de sucessão e o recrutamento internos. A companhia oferece plano de cargos que atenda às necessidades profissionais de todas as suas áreas.

Cada cargo está atrelado a requisitos que possibilitam a movimentação interdepartamental e permitem o direcionamento da própria carreira. Em muitas áreas, principalmente na estrutura de P&D, é adotada a chamada carreira em “Y”, na qual funcionários podem alcançar postos equivalentes a supervisores e gerentes, mas como especialistas em suas áreas de atuação.

Os funcionários com pelo menos três meses de empresa estabelecem junto a seu líder um plano de trabalho e metas, o EPR (*Employee Performance Review*). Essas metas são avaliadas ao longo do ano e, conforme o desempenho do profissional, ele pode progredir em sua carreira. Para a análise de desempenho, os avaliados recebem *feedback* estruturado de seu superior, pares e subordinados, fazendo também uma autoavaliação.

Oportunidades para os jovens

Os programas de estágio e de *trainees* permitem que jovens profissionais possam trabalhar na 3M do Brasil. Os estagiários ficam de até dois anos na companhia. Já os *trainees*, ficam na companhia por um ano, período após o qual podem assumir posição de especialista em suas áreas. Para esses jovens profissionais, é importante compreender que na 3M eles terão uma carreira sustentada e duradoura, com possibilidade de atuação em diversas áreas e divisões de negócios. A empresa não é reconhecida por carreiras meteóricas, mas sim por aumento de responsabilidades e crescimento à medida que o profissional se desenvolve e agrega resultados. Em 2014, foi montada a décima primeira turma de *trainees*, composta por 18 pessoas, de áreas como Finanças, *Supply Chain*, Manufatura, *Business Service*, Pesquisa e Desenvolvimento, Compras, TI e grupos de negócios.

A empresa investe, continuamente, na capacitação de seus profissionais por meio de ações de desenvolvimento, buscando complementar a formação dos colaboradores.

Desenvolvimento profissional

GRI LA10

As principais estratégias da área de Recursos Humanos da 3M do Brasil é atrair, desenvolver e engajar talentos, primando pela sua ascensão interna. Em função dessas estratégias, a empresa investe, continuamente, na capacitação de seus profissionais por meio de ações de desenvolvimento, buscando também complementar a formação dos colaboradores (graduação, pós-graduação, mestrado, MBA, doutorado e cursos de idiomas). Em 2014, foram oferecidas mais de 129 mil horas de treinamento aos funcionários das sete fábricas da Companhia e das equipes de vendas, totalizando uma média de 31 horas de treinamento por colaborador. A Universidade Corporativa, por meio de suas Academias, tem contribuído para alavancar o desenvolvimento das competências funcionais dos colaboradores de diversas áreas, por meio de aulas presenciais e *e-learning*.

Remuneração

GRI 4.5 EC3 EC5 LA3 LA4

O desenvolvimento profissional é um norteador da política de remuneração praticada pela 3M. A companhia oferece uma remuneração justa e equiparada à praticada no mercado. Atualmente, 100% dos seus funcionários estão inseridos em acordos de negociação coletiva.

Adicionalmente, todos os colaboradores da 3M do Brasil possuem contrato de trabalho regido pelas regras do salário mínimo, estabelecido em R\$ 724 pelo governo até 31 de dezembro de 2014. Analisando os salários mais baixos praticados pela empresa, a menor remuneração dentre as mulheres é de R\$ 908, montante 20,3% superior em relação ao salário mínimo, enquanto para os homens é de R\$ 726, 0,28% acima do piso salarial.

A remuneração é complementada com uma série de benefícios, entre os quais se destacam:

- Plano de Assistência Médica
- Plano de Assistência Odontológica
- Seguro de Vida em Grupo e Complementar
- Convênio Farmácia - Golden Farma e Usimed

- Aparelhos Ortodônticos: 3M Unitek e Abzil
- Convênios e Parcerias: Electrolux, Compra Certa, Costa Brava Turismo, Centro Auditivo Phonak, Chevrolet, Ford, Papelarias e Universidades
- Cesta de Natal

- Clube Gold
- Previdência Social (INSS)
- Política de Transferência de Funcionários
- Programa de FSEs
- Programa Saber Viver – Qualidade de Vida

A Companhia também oferece aos colaboradores o Preveme I e o Preveme II, planos de previdência complementares oferecidos aos colaboradores desde 1982 e administrados pela entidade homônima. São oferecidas duas modalidades: a de benefício definido e de contribuição definida.

Em 2014, a área de Recursos Humanos passou a disponibilizar para todos os funcionários, via Intranet, individualmente, uma visão atualizada do seu pacote de incentivos anual dando visibilidade do reconhecimento sobre o seu desempenho e *performance*, o que inclui os valores referentes à remuneração, plano de participação nos resultados, benefícios, previdência complementar Preveme, assistência médica e odontológica, seguro de vida, alimentação etc.

Salário base entre homens e mulheres, discriminados por categoria funcional em 2014* (GRI LA14)	
	Proporção entre o salário base de mulheres e homens (%)
Administrativo	0,83
Diretoria	0,66
Gerência	0,87
Produção	0,73
Técnicos	0,83
Vendas	0,84

Universidade Corporativa

Fundada em dezembro de 2012, em Sumaré (SP), a Universidade Corporativa foi criada com o objetivo de abrigar todos os treinamentos e iniciativas de capacitação e desenvolvimento oferecidos pela 3M do Brasil para os funcionários e líderes. As aulas são ministradas por meio de atividades presenciais e *e-learning* realizadas em parceria com outras áreas da companhia, como Marketing *Excellence* e *Sales Force*.

Em julho de 2013, as atividades da Universidade foram direcionadas às equipes de venda, de forma *on-line* e batizada de Academia de Vendas. Após o sucesso da primeira academia, foram criadas outras duas em 2014: a Academia de Marketing, em fevereiro, e a Academia de Liderança, em abril. E para 2015, o objetivo é colocar sob o guarda-chuva da Universidade as Academias de Manufatura, *Supply Chain* e Pesquisa & Desenvolvimento.

Saúde

GRI LA6 LA8 LA9

Para promover a saúde e a prevenção entre seus funcionários, a 3M do Brasil tradicionalmente promove um programa de vacinação contra a gripe, a realização de exames periódicos e o oferecimento de atividades de ginástica laboral. A empresa também mantém o Saber Viver, programa de qualidade de vida que inclui atividades voltadas ao incentivo de atitudes saudáveis e uma revista com informações e dicas relacionadas ao tema.

Os funcionários de Sumaré (SP) também contam com academia própria no Clube 3M. Nas demais unidades, onde não há instalações de Clubes 3M, a empresa oferece convênios com academias de suas regiões. O restaurante da sede disponibiliza, ainda, acompanhamento nutricional, com pratos diferenciados para quem necessita de controle alimentar, emagrecer ou manter o peso.

Também atenta à saúde de seus colaboradores com relação a doenças graves, a 3M do Brasil oferece treinamento anual sobre biossegurança, educação em saúde, um programa de controle de riscos cardíacos e encaminhamentos individualizados para médicos, quando necessário. Adicionalmente, todos os colaboradores são representados em CIPAs (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), presentes em todas as unidades da Companhia, que auxiliam a identificar perigos e riscos existentes nas operações, propondo medidas de controle e verificando o uso de EPIs (Equipamentos de Proteção Individual).

*O salário base foi calculado utilizando uma periodicidade anual, com exceção da categoria Técnicos, na qual foi reportado o salário por hora.



Além da pluralidade de iniciativas promovidas, a 3M do Brasil possui acordos formais com sindicadores relativos à saúde e segurança. Esses acordos abrangem:

- Equipamentos de Proteção Individual;
- Comissão Interna de Prevenção de Acidentes
- Primeiros Socorros
- Campanhas de educação sobre saúde
- Prevenção de acidentes
- Doenças profissionais



Integridade e transparência

Para a 3M, agir com ética e honestidade deve ser inerente a qualquer modelo de negócio, estando sempre atenta a questões e iniciativas que envolvam combate à corrupção.

Diretorias 3M do Brasil

Jorge Lopez
Diretor Presidente

Nilton Gil
Diretoria de
Negócios Industriais

Júlio Gândara
Diretoria
de Negócios
de Saúde

José Roberto Moura
Diretoria
de Segurança
e Gráficos

Francisco Barbeiro
Diretoria
de Consumo

Roberto Ruas
Diretoria
de Eletrônicos
e Energia

**Belmiro
Montaldi**
Diretoria
de Excelência
em Vendas

**Gustavo
Ceccato**
Diretoria
de Finanças e IT

**Rita
Duarte**
Diretoria
de Jurídicos

Afonso Chaguri
Diretoria de
Operações
Industriais

**José Fernando
do Valle**
Diretoria
de Recursos
Humanos

Alberto Gadioli
Diretoria de
Pesquisa e
Desenvolvimento

Governança Corporativa na 3M

GRI 4.1.4.2 4.9

A 3M do Brasil é uma empresa de capital fechado. Sua estrutura de governança corporativa é composta por um diretor-presidente – Jorge Lopez -, nomeado, em julho de 2014, pela 3M *Company*, que tem como responsabilidade transmitir e adaptar as estratégias globais da companhia para a subsidiária brasileira. É também sua função, com o suporte de sua equipe, garantir o alcance das metas de crescimento no país e por fazer com que as operações, ações e negócios de toda a empresa sejam realizados em consonância com os valores corporativos e as políticas internas da companhia, em especial as relativas à conduta ética nos negócios.

A gestão é composta por 16 membros, que disseminam as diretrizes para o restante da companhia e asseguram que os objetivos finais sejam efetivamente cumpridos. Outra atribuição da diretoria é apoiar o diretor-presidente em cada uma de suas especialidades, visando à criação e à efetivação dos planos de gestão definidos na estratégia.

Conduta ética

GRI 4.12

A 3M acredita que a reputação de uma empresa não é apenas construída por meio da qualidade de seus produtos e serviços. Para um crescimento sólido e saudável, práticas éticas e transparentes devem ser intrínsecas ao modelo de negócio de qualquer companhia. Por acreditar nestes princípios, a 3M segue à risca dois de seus valores inegociáveis: “Agir com honestidade e integridade inflexíveis em tudo o que fazemos” e “Respeitar o ambiente físico e social no mundo todo”.

Os comportamentos esperados de seus colaboradores, assim como os procedimentos pertinentes em casos de denúncias, estão reunidos no Código de Conduta da 3M do Brasil, que proíbe quaisquer atitudes discriminatórias.

E para atuar em linha as com diretrizes éticas adotadas pela 3M globalmente, a subsidiária tem o respaldo, desde 2012, do Comitê de *Compliance*, composto por profissionais das áreas Jurídica, de Auditoria, de Recursos Humanos e de Segurança Corporativa e por um representante da área de negócios.

Código de ética

GRI HR3

Mundialmente em vigor desde 1988, o Código de Ética da 3M dita os códigos morais e valores esperados dos funcionários 3M e dos parceiros de negócios da Companhia. Uma edição atualizada foi publicada e distribuída a todos os funcionários em 2013.

Para garantir que as diretrizes do Código sejam efetivamente aplicadas, a 3M do Brasil realiza periodicamente treinamentos de *compliance* para seus funcionários. Também participam prestadores de serviço, estagiários e qualquer outra pessoa que exerça atividades dentro da Companhia. Em 2014, todos os colaboradores da equipe de segurança receberam treinamento com base na política de direitos humanos da instituição.

A Companhia mantém, ainda, um canal de denúncias: o Fale. Essas denúncias, cujo anonimato é protegido, são investigadas com seriedade pela estrutura dedicada da subsidiária.



Engajamento pelo fim da corrupção

GRI 4.12 SO2 SO3

A 3M do Brasil é, desde 2012, signatária do Cadastro Nacional de Empresas Comprometidas com a Ética e a Integridade – Cadastro Empresa Pró-Ética, iniciativa da Controladoria Geral da União e do Instituto Ethos que avalia e divulga as empresas voluntariamente engajadas na construção de um ambiente de integridade e confiança nas relações comerciais, inclusive naquelas que envolvem o setor público.

Outra ação endossada pela companhia é o Pacto Empresarial pela Integridade contra a Corrupção, do Instituto Ethos, que tem como objetivo unir empresas para promover um mercado mais íntegro e ético e erradicar o suborno e a corrupção.

O combate à corrupção é uma grande preocupação da 3M do Brasil, estendida a seus funcionários e parceiros de negócio (fornecedores, clientes, representantes comerciais e distribuidores). A companhia possui uma ferramenta de averiguação de informações públicas que possibilita consultar a reputação desses parceiros, o que permite avaliar a situação e decidir pela criação ou manutenção da parceria ou não. Em 2014, todos os gestores (390) e não-gestores (3.785) participaram de treinamentos anticorrupção.

Após a criteriosa avaliação de risco realizada em suas 38 unidades, a empresa não localizou casos de corrupção em suas operações, durante o período relatado. Em relação aos seus parceiros de negócios, apenas um contrato não foi renovado devido a violações relacionadas à corrupção.



Relacionamentos da 3M

GRI 4.14 4.16 4.17

Os relacionamentos que orbitam a estrutura de atuação da 3M são essenciais na compreensão das necessidades dos públicos específicos da empresa e na busca por soluções inovadoras, permitindo o aprimoramento dos seus produtos.

O relacionamento entre a 3M e seus públicos é fundamental para a empresa.

O relacionamento entre a 3M e seus públicos é fundamental para a empresa. Ele possibilita a construção da experiência com a marca, aproximando e criando um elo para que todos os envolvidos compartilhem suas necessidades, desafiando a busca contínua por soluções aplicadas à vida das pessoas.

Por essa razão, a empresa busca estar sempre próxima de cada um deles, atuando de forma a entender as suas necessidades e a agir sobre elas da maneira mais positiva possível. A seguir, estão descritas algumas das práticas de relacionamento entre a 3M do Brasil e seus públicos.

Clientes e consumidores

Presente em ambientes corporativos, por meio de insumos da 3M que são aplicados em processos produtivos, e nos lares das pessoas, facilitando a vida de todas com produtos para limpeza doméstica, primeiros socorros, artigos escolares etc, a companhia acredita que estar próxima e manter canais de diálogo com esses públicos é primordial para a entrega de serviços de qualidade. Por isso, a 3M do Brasil possui dois meios de contato com seus clientes: o CRC (Centro de Relacionamento com o Cliente) e o Serviço ao Consumidor Fale com a 3M.

CRC

O Centro de Relacionamento com o Cliente é direcionado ao atendimento dos canais de venda e dos clientes diretos corporativos. Sua atuação consiste em processar pedidos, realizar o faturamento de encomendas, entre outras atividades. Complementando-o, o *Business Service Center*, iniciativa global da empresa, tem a finalidade de centralizar e otimizar os processos operacionais de vendas e marketing. Após sua criação, em 2013, o serviço de atendimento evoluiu e registrou melhoras na produtividade dessas atividades.

Fale com a 3M

A 3M oferece ao consumidor uma equipe treinada e preparada para atender as necessidades dos consumidores, usuários de produtos e serviços, pelos canais telefone, *e-mail* e *chat*. Em 2014, foi implementado um novo *software* de atendimento, além disso, todas as ligações são gravadas para proporcionar monitoria e melhoria constante do processo.

A área Fale com a 3M também dá suporte às ações de marketing da companhia. Ela é responsável pelo disparo de *e-mail* marketing, pesquisas de mercado, iniciativas de marketing de relacionamento, *follow-ups* pós-venda, entre outros.

Por acreditar que o reconhecimento de um bom trabalho é fundamental à motivação de qualquer time, os colaboradores da equipe responsável pelo atendimento ao consumidor participam de um programa de reconhecimento atrelado aos indicadores de desempenho da área.

Satisfação do consumidor

GRI PR5

O Fale com a 3M, com o intuito de medir a satisfação do consumidor, oferece duas formas de avaliação de sua performance: ao final de cada ligação ele pode dar sua opinião usando o teclado do telefone ou preenchendo uma pesquisa *online*. Em 2014, a companhia registrou mais de 145 mil contatos via suas frentes de atendimento (*chat*, *e-mail* e telefone). O Fale com a 3M recebeu uma média de 87% de satisfação dos consumidores no ano.

3M Magazine

Todas as informações e novidades relacionadas ao marketing e aos negócios da 3M podem ser conferidos por meio dessa revista, distribuída pela equipe de Vendas da empresa para clientes e distribuidores. A versão digital da revista é distribuída também à base de consumidores que entraram em contato com a empresa nos últimos dois anos. Clientes e interessados também podem entrar em contato com a 3M e solicitar a versão digital ou conferir a publicação através do link http://www.3m.com/intl/br/mkt/3M_Magazine/.



Em 2014, a pesquisa de opinião realizada com os colaboradores da 3M do Brasil apontou um índice de favorabilidade de 72%.

Colaboradores

Pesquisa de opinião

Em 2014, foi realizada uma mini pesquisa de opinião com os colaboradores da 3M do Brasil. Com participação de 85% dos funcionários (3.385 respondentes), o índice de favorabilidade da companhia foi de 72%, 2 pontos percentuais acima da edição de 2012. Aplicada em setembro, a pesquisa reflete a opinião dos funcionários, mensalistas, horistas e do time de Vendas.

Informações via TV

Em 2014, os colaboradores de Sumaré (SP) ganharam um novo canal de comunicação interna, via tv interna. Foram instalados, no restaurante e nas áreas de café das operações, televisores que exibem notícias relativas à empresa e a acontecimentos externos. E em 2015, a expectativa é expandir para as demais unidades da 3M do Brasil esse novo canal de comunicação.

Blog do diretor-presidente

GRI 4.4

Canal de comunicação e interação direta entre os funcionários e o diretor-presidente Jorge Lopez. Trata de assuntos importantes para direcionar o dia a dia de toda a empresa e é uma ferramenta para a troca de ideias e o diálogo do diretor presidente da 3M do Brasil e os funcionários.

“FALE”

GRI 4.4

O FALE é um canal global de comunicação que funciona como uma ouvidoria da 3M, pois permite endereçar assuntos relacionados ao Código de Ética da empresa. Por meio dele, os funcionários podem reportar situações que pareçam violar as regras contidas no documento tanto via preenchimento de um formulário eletrônico na página www.3m-ethics.com, quanto via central telefônica. Os reportes são devidamente apurados e encaminhados internamente.

Portal de Vendas

Dedicado aos colaboradores da área de vendas da 3M do Brasil, o canal de comunicação via *web* e interação foi inaugurado em 2013 com o objetivo de transmitir notícias e informações relacionadas à esfera dos negócios. Por meio do novo portal, os integrantes do time de vendas podem comunicar assuntos relevantes e trocar experiências sobre as tendências e boas práticas do setor. A novidade está disponível para computadores, *tablets* e *smartphones*.

Communication Meeting

Reunião de comunicação trimestral da Diretoria com todos os líderes e outros níveis da companhia para alinhamento das metas, informações, ações e reconhecimentos. Participam, em média, 600 pessoas. Após o evento, as gerências recebem os conteúdos para multiplicar as informações para suas equipes.

MOC (Management of Operating Committee) in the Field

Reunião trimestral e presencial de comunicação dos diretores com as equipes de vendas, que atuam em *home office*, nas principais capitais do País, para alinhamento de planos, compartilhar *cases* de sucesso e reconhecimentos.

Café da Sexta

Iniciativa restrita à unidade de Ribeirão Preto (SP). Trata-se de reunião semanal de comunicação das lideranças para alinhamento com todos os funcionários dessa fábrica.

Semáforo da Comunicação

Iniciativa das unidades de Sumaré e Itapetininga (SP). Trata-se de reunião quinzenal de comunicação das lideranças das áreas operacionais com os funcionários para alinhamentos.

Comitê de Comunicação Corporativa das Manufaturas

O Comitê de Comunicação Corporativa das Manufaturas 3M tem como finalidade suportar os coordenadores das fábricas corporativas e incentiva o diálogo formal entre líderes e suas equipes, mensalmente, com temas corporativos e do dia a dia como Segurança, Qualidade, EHS, Produtividade, entre outros.

Face a Face

Reunião entre equipes e lideranças toda vez que a empresa necessita comunicar uma ação, um plano, uma campanha, novos procedimentos e políticas internas, entre outros assuntos de caráter relevante e de interesse geral. Essa iniciativa tem como diferencial oferecer aos funcionários a oportunidade para a troca de ideias e sanar dúvidas sobre o tema que está sendo tratado.

13º Encontro de Manufatura e Logística

O evento anual de informação e reconhecimento dos resultados foi realizado para todos os funcionários de Manufatura e Logística das fábricas de Sumaré, Ribeirão Preto, Itapetininga, Mairinque, São José do Rio Preto, Manaus e Bom Princípio.

Depois de receber informações da Companhia por meio dos diretores e líderes de cada unidade, houve uma apresentação teatral feita pelos próprios funcionários, seguida por uma confraternização. Em 2014, o encontro reconheceu o atingimento dos objetivos de segurança e saúde e meio ambiente.



Canal direto com o RH

Desde 2010, quando foi lançado na Intranet pela área de Recursos Humanos, o portal “RH & Você” reúne serviços e informações de RH para os funcionários, como emissão de holerites, informe de rendimentos, programação de férias, processos seletivos internos, simulações de aposentadoria, avaliações de desempenho, previdência privada, entre outros. O intuito foi facilitar a prestação desses serviços e oferecer informações em tempo real ao funcionário, que, em sua maioria, ficava centralizada nos profissionais de RH.

Intranet

Espaço *on-line* aberto a todos os funcionários para consulta sobre temas relevantes para eles, como os relacionados a recursos humanos, comunicação, políticas da empresa, notícias, entre outros.

Jornal Mural

Murais fixados em área de acesso ou saída dos restaurantes, também nas áreas de café das áreas operacionais e em espaços administrativos, nos quais, semanalmente, são divulgadas notícias rápidas sobre diversos temas de interesse dos funcionários, como segurança, reconhecimentos, treinamentos, notícias do Clube 3M, aniversariantes entre outros.

Mascotch

Jornal bimestral impresso de circulação interna com notícias de todas as unidades da 3M. Também é disponibilizado em versão digital na intranet.

Prevenews

Jornal trimestral enviado a todos os funcionários da companhia que aderiram à Preveme, o plano de previdência da 3M. Também é distribuído aos funcionários aposentados que integram o plano.

Quadro de avisos (Notes)

Canal eletrônico de divulgação de avisos ao longo do dia via *e-mail*, de acordo com a necessidade de comunicação da empresa.

Parceiros

GRI EC6

Os fornecedores são peça essencial para o funcionamento da 3M do Brasil, pois seus produtos e serviços estão presentes no dia a dia operacional da empresa. Essa característica faz com que o relacionamento com esse público seja estreito e encarado como uma verdadeira parceria.

A 3M do Brasil dá preferência à contratação e fornecedores brasileiros, que hoje suprem 87% (excluindo-se as vendas *Intercompany*, ou seja, entre subsidiárias) das necessidades de compras de mercadorias e suprimentos das unidades cujas operações são diretamente controladas pela empresa.

A contratação de fornecedores de insumos só é feita mediante o atendimento de uma série de exigências relacionadas à gestão de saúde, segurança e meio ambiente, e da qualidade do produto. Também são considerados o custo e o prazo de entrega, além de uma atuação em respeito aos mesmos princípios éticos praticados pela 3M.

Comunidade

O relacionamento da 3M do Brasil com a comunidade é conduzido principalmente por meio do Instituto 3M. As iniciativas de cunho socioambiental executadas pela instituição estão descritas das páginas 44 a 47. Paralelamente, a companhia também patrocina atividades culturais e esportivas, por entender que elas são importantes agentes transformadores da sociedade. Esses apoios são direcionados por meio das leis de incentivo, mecanismos que permitem às empresas destinar a projetos com os cunhos já citados parte dos impostos federais e estaduais recolhidos por elas. São exemplos a Lei do Esporte, a Lei Rouanet, o Proac (Programa de Ação Cultural) e a Lei Paulista de Incentivo ao esporte.

Na área cultural, a 3M do Brasil patrocina projetos ligados à inovação, tecnologia e criatividade. Já no esporte, busca iniciativas voltadas para uma vida saudável – em especial o atletismo – e para a formação e educação de crianças e jovens.

Culturais

5ª Mostra 3M de Arte Digital

Realizada anualmente, a Mostra, que é gratuita e aberta ao público, tem como propósito reforçar o conceito de inovação por meio da arte digital. Em 2014, sob o tema “Canções de Amor”, definido por Paulo Miyada, coordenador do Núcleo de Pesquisa e Curadoria do Instituto Tomie Ohtake, a exposição propôs a reflexão

sobre o significado do amor e sobre as conexões humanas em meio à profusão de novas tecnologias e dispositivos *on-line*.

Dividida em partes, a primeira seção da Mostra buscava identificar quem era o visitante, sua identidade e seus desejos. Traçado o perfil, havia mais três momentos. No primeiro, foram expostas obras que seriam inviáveis há 15 anos, antes da existência das redes sociais e dos canais de vídeo. Depois, eram exibidas criações recentes voltadas às tecnologias desenvolvidas entre os anos 1960 e 1990 – época dos dispositivos portáteis. Por fim, o público entrava em contato com obras consagradas pela indústria cultural de massa, como o cinema, a canção popular brasileira das rádios e discos e o jornalismo televisivo.

A V Mostra 3M de Arte Digital foi realizada entre os dias 5 e 30 de novembro de 2014, no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo

Teatro de Fantoques

Em sua 3ª edição, o Projeto Teatro de Fantoques visa capacitar professores da rede pública de ensino para utilizar fantoches como ferramenta pedagógica. Realizado em parceria com a Secretaria da Educação de São José do Rio Preto, cidade onde ocorre a iniciativa, com o Grupo Primavera e o Instituto 3M, o programa registrou um aumento significativo de participação de professores, o que comprova seu sucesso.

Arte do Bem

A 3M é um dos patrocinadores desse projeto, desenvolvido em prol do Centro Infantil Boldrini, de Campinas (SP), especializado em tratamento do câncer infantil. Trata-se de show realizado anualmente, cujo dinheiro arrecadado com a venda de ingressos é revertido para o hospital. Em 2014, o convidado do projeto foi o cantor, compositor, cronista e músico Zeca Baleiro, juntamente com a Orquestra Sinfônica da Unicamp.

Prêmio Brasil Criativo

Realizado em parceria com o Ministério da Cultura e coordenado pela ProjectHub, o Prêmio Brasil Criativo tem como meta reconhecer e promover a economia criativa brasileira em cinco campos: Criações Culturais e Funcionais, Audiovisual e Literatura, Patrimônios, Artes de Espetáculos e Expressões Culturais.

Divididos em 22 categorias, os projetos vencedores foram selecionados por 30 curadores convidados, através de cinco etapas, e um deles recebeu o destaque “Projeto Consagrado”. A premiação aconteceu no dia 3 de dezembro, no Auditório Ibirapuera, em São Paulo, e foi transmitido pela internet, via *streaming* para todo o país. A 3M foi patrocinadora do prêmio.



Largada da 9ª edição da Corrida Mais Vida 3M Boldrini

Esportivos

Orcampi e Núcleo esportivo do Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima

A organização Funilense de Atletismo (Orcampi) contribui com o desenvolvimento do atletismo na região de Campinas (SP). Por meio da Escolinha de Atletismo do Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima, a Orcampi busca despertar os jovens para a prática esportiva, proporcionando-lhes qualidade de vida e contribuindo para o desenvolvimento da sociedade e do esporte. Além da escolinha, há a equipe profissional que, ao longo desses 16 anos, reuniu importantes nomes do atletismo brasileiro, alcançando resultados relevantes tanto nacional quanto internacionalmente. A 3M é patrocinadora do projeto desde 2009.

Corrida Mais Vida 3M Boldrini

Aberta para atletas profissionais, amadores e apreciadores da corrida de rua, a 9ª edição da corrida teve 2.100 inscrições, sendo que 500 delas foram da Equipe 3M, composta por funcionários e familiares. Toda a renda obtida com a prova é revertida para o Centro Infantil Boldrini hospital de referência nacional no tratamento de câncer infantil, localizado em Campinas (SP). A 3M é patrocinadora dessa prova desde sua 1ª edição.

Basquete

Patrocínio ao time de basquete masculino do América Esporte Clube, localizado em São José do Rio Preto (SP). A equipe masculina de cadeirantes – Clube dos amigos dos Deficientes (CAD) – também recebe apoio.

Esporte Clube Pinheiros

Patrocínio à equipe de atletismo de alto rendimento desse clube, composta por mais de 60 atletas, competidores dos principais torneios nacionais e mundiais, vice-campeões no *ranking* do Troféu Brasil. Muitos desses atletas poderão se classificar para disputar as Olimpíadas de 2016.

Empreendedorismo

Idea to Product Latin America

A 3M é também apoiadora de iniciativas que valorizam o empreendedorismo universitário. Desde 2008, a empresa é uma das patrocinadoras do *Idea to Product Latin America*, competição internacional da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que reúne estudantes do Brasil e de outros países. Em 2014, a 7ª edição do prêmio foi promovida pela Universidade Federal de Juiz de Fora e pelo Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da FGV.

Governo

GRI SO5

A área de Relações Governamentais da empresa, alinhada à visão e missão da 3M do Brasil, monitora, se posiciona e atua, diretamente e via entidades de classe, em assuntos que impactam a companhia, seus funcionários e a comunidade em geral.

Sua atuação busca contribuir nos debates sobre políticas públicas, levando ao conhecimento do Governo informações relevantes sobre os temas em pauta, a fim de auxiliá-lo na consecução de seus objetivos e o consequente avanço da sociedade brasileira.

Por trabalhar com tecnologias diversificadas e soluções para diversos tipos de mercados, os temas abordados pela 3M junto ao Governo são bastante heterogêneos. Confira os cinco principais temas que nortearam o diálogo entre a empresa e os órgãos públicos nesse ano:

Segurança Alimentar e Saúde: Buscando colaborar com o aumento da qualidade dos serviços de saúde e da segurança do paciente, em especial no tocante à prevenção de lesões de pele e infecções, a atuação da 3M se concentrou na Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, Ministério da Saúde – MS, Agência Nacional de Saúde Suplementar - ANS e Ministério do Trabalho e Emprego – MTE para tratar de soluções para esterilização, normotermia, fixação segura de cateteres, prevenção à lesão da pele, capacitação de servidores, incorporação de tecnologias no SUS, procedimentos ligados a saúde suplementar e saúde bucal. Além dessas atuações, a 3M foca no compartilhamento de conhecimento, mediante disponibilização de treinamentos *in loco* em hospitais, e também por Congressos educacionais.

A 3M realizou também aproximação institucional com autoridades do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA), a fim de fornecer subsídios para normas de produção, transporte e armazenamento de alimentos adequados ao consumo.

Energia e Telecomunicações: Visando apoiar o Sistema Interligado Nacional para assegurar um fornecimento contínuo, confiável e ininterrupto de energia a preços competitivos, a empresa focou sua atuação na Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), Ministério de Minas e Energia (MME), Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e na Secretaria de Energia do Estado de São Paulo, principalmente quanto à adoção acelerada de novas tecnologias que providenciem ganhos ambientais e de eficiência energética. Também atuou com base na redução de custos em duplicação de infraestrutura de transmissão de energia elétrica, prescindindo da realização de desapropriações e licenciamentos ambientais, e em conforto térmico e redução de gasto energético, respectivamente. Adicionalmente, buscou entender os planos e o estágio da adoção do *smart grid* no País, ou redes elétricas inteligentes.

Por trabalhar com tecnologias diversificadas e soluções para diversos tipos de mercados, os temas abordados pela 3M junto ao Governo são bastante heterogêneos.

Buscando entender e compartilhar sua visão para a constante elevação do nível de desempenho do setor de telecomunicações, a 3M atuou no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) e Ministério das Comunicações (MC), especialmente em temas relacionados à fiscalização, incentivos fiscais para produção nacional e o Programa Nacional de Banda Larga.

Segurança Contra Incêndio: Participação nos debates sobre normas gerais de segurança contra incêndio na Comissão de Desenvolvimento Urbano da Câmara dos Deputados.

Segurança das Informações: Apresentação dos conceitos de privacidade visual no Ministério da Justiça – MJ, Câmara dos Deputados, Senado Federal e no Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República.

Sinalização Viária e Veicular: Atuação concentrada no Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN), Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN), Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT), Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), Ministério das Cidades (MCID) e na Comissão de Viação e Transporte da Câmara dos Deputados, para tratar do Programa Nacional de Concessão de Rodovias, Programa BR-Legal, sinalização de veículos longos, padronização de placas veiculares, refletividade de placas de sinalização viária, fiscalização e políticas públicas de mobilidade urbana e cidades inteligentes em geral.

Além dos eixos setoriais destacados, a 3M do Brasil se engajou também em temas transversais, dos quais cabe destacar:

- Inovação, Ciência, Tecnologia e Competitividade: A 3M acredita que competitividade está intimamente ligada à inovação e, por isso, contribui para o tema nas reuniões trimestrais da Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI), além de participar de programas como o INOVA Talentos. A empresa mantém também um canal de contato com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e com o Conselho dos Secretários Estaduais de Ciência Tecnologia e Inovação (CONSECTI). Como resultado da parceria com esse Conselho e a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), foi realizado um evento com *startups* selecionadas.

- Tributos: A 3M apoia a simplificação do sistema tributário nacional, o incentivo a investimentos para expansão e a modernização de plantas fabris, com a finalidade de aumentar a geração de empregos e a desoneração das exportações. A atuação da empresa teve enfoque no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), em especial na Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), e na Frente Parlamentar em Defesa da Competitividade da Cadeia Produtiva do Setor Químico, Petroquímico e Plástico do Brasil do Congresso Nacional, em parceria com a Associação das Indústria Químicas (ABIQUIM), com destaque para os temas ligados a regimes aduaneiros, créditos nas exportações e Processo Produtivo Básico – PPB.

- Ética: Focada na atuação íntegra e na promoção de um ambiente sadio de negócios, a 3M exige em suas operações elevado padrão ético e, para tanto, dispõe de controles de *compliance* rigorosos, além de programas de treinamentos educacionais para funcionários e parceiros comerciais. Essa cultura também é comunicada e difundida junto às principais instituições governamentais.

- Sustentabilidade: Diretriz corporativa seguida para a promoção do desenvolvimento sustentável em seus pilares ambiental, social e econômico. A empresa apoia a expansão da adoção de critérios de sustentabilidade nas compras do governo - as chamadas Compras Públicas Sustentáveis - a discussão sobre Produção e Consumo Sustentáveis, e a permissão de adoção de métodos de testes alternativos aos ensaios com animais para materiais escolares e outros produtos, dentre outros temas. Os dois primeiros temas estão sendo tratados, principalmente, no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) e no Ministério do Meio Ambiente (MMA), além de entidades de classe, enquanto o último está sendo debatido no Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) e na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

Associações das quais a 3M participa

GRI 4.13

A empresa participa, principalmente, nas seguintes associações:

ABA
Associação Brasileira de Anunciantes

ABE
Associação Brasileira das Empresas de Esterilização

ABERJE
Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

ABFIAE
Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares

ABIEA
Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas

ABIHPEC
Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

ABIMO
Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e de Laboratório

ABINEE
Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica

ABIPLA
Associação Brasileira das Indústrias de Produto de Limpeza e Afins

ABIPLAST
Associação Brasileira da Indústria do Plástico

ABIQUEIM
Associação Brasileira da Indústria Química

ABVL
Associação Brasileira da Indústria de Leite Longa Vida

ABRAFILTROS
Associação Brasileira das Empresas de Filtros e seus Sistemas Automotivos e Industriais

ABRAFIPA
Associação Brasileira das Empresas de Filtros, Purificadores, Bebedouros e Equipamentos para Tratamento de Água

ABRALIMP
Associação Brasileira do Mercado de Limpeza Profissional

ABRAPLA
Associação Brasileira da Indústria de Laminados Plásticos e Espumas Flexíveis

ABRID
Associação Brasileira de Empresas em Tecnologia de Identificação Digital

ABSeV
Associação Brasileira de Segurança Viária

ANIMASEG
Associação Nacional da Indústria de Material de Segurança e Proteção ao Trabalho

FNCP
Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade

Sobre o relatório

GRI 3.1 3.2 3.3 3.5 3.6 3.7 3.8 3.9 4.8 4.14 4.15

O Relatório Anual de Sustentabilidade 2015 (ano-base 2014) da 3M do Brasil segue, pelo quinto ano consecutivo, a metodologia GRI (*Global Reporting Initiative*), que traz diretrizes para monitoramento de indicadores econômicos, sociais e ambientais. Trata-se do método mais completo e aceito para relatórios de sustentabilidade atualmente.

O relatório foi autodeclarado como Nível B (*entenda o que significa no quadro a seguir*). O material aborda o desempenho da subsidiária brasileira de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014.

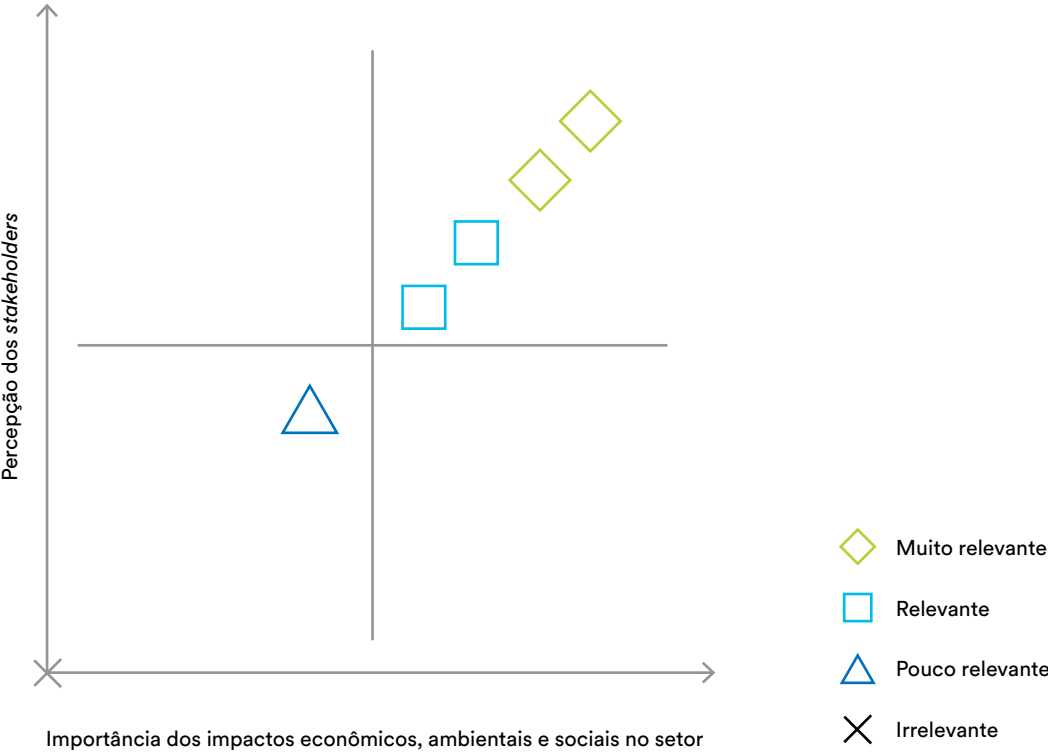
	C	C+	B	B+	A	A+
conteúdo do relatório	Perfil da G3*	Responder aos itens 1.1; 2.1 a 2.10; 3.1 a 3.8; 3.10 a 3.12; 4.1 a 4.4; 4.14 a 4.15			O mesmo exigido para o Nível B	
	Forma de gestão do G3	Não exigido			Forma de Gestão divulgada para cada Categoria de Indicador	
	Indicadores de desempenho da G3 & indicadores de desempenho do suplemento setorial	Responder a um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: social, econômico e ambiental	com verificação externa	Responder a um mínimo de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: econômico, ambiental, direitos humanos,práticas trabalhistas, sociedade e responsabilidade pelo produto	com verificação externa	Responder a cada Indicador essencial da G3 e do Suplemento Setorial* com a devida consideração ao Princípio da materialidade de uma das seguintes formas: (a) respondendo ao indicador ou (b) explicando o motivo da omissão

Os indicadores foram priorizados de acordo com a relevância para a 3M do Brasil e os públicos de relacionamento com os quais a companhia se relaciona periodicamente – clientes, funcionários, consumidores finais, governo, comunidade e universitários. Esses *stakeholders* participaram da consulta *on-line* na qual puderam apontar cinco aspectos que compõem a metodologia GRI que gostariam de ver retratados no documento. O cruzamento dos

temas preferidos desses públicos com a percepção de importância e aplicabilidade nos quadrantes “Mais relevantes” e “Relevantes” são os que aparecem efetivamente no relatório. As respostas a eles contemplam todas as unidades da 3M do Brasil (Sumaré, Ribeirão Preto, Itapetininga, Mairinque e São José do Rio Preto – SP e Manaus – AM). Exceções estão apontadas individualmente.

**Para efeitos de melhoria, periodicamente, a GRI atualiza as versões de sua metodologia. A utilizada neste Relatório é a versão G3.1.*

Matriz de materialidade



Aspectos a serem reportados

◇	Desempenho econômico (ex.: valor gerado e distribuído etc.)
◇	Materiais (ex.: consumo de materiais, reciclagem etc.)
◇	Energia (ex.: consumo de energia, medidas para a redução etc.)
◇	Água (ex.: consumo de água, fontes hídricas afetadas etc.)
◇	Emissões, efluentes e resíduos (ex.: emissões de gases de efeito estufa, outras emissões etc.)
◇	Produtos e serviços (ex.: extensão da mitigação de impactos ambientais de produtos e serviços)
◇	Geral (ex.: total de investimentos e gastos com proteção ambiental)
◇	Emprego (ex.: benefícios oferecidos a empregados, taxa de retorno ao trabalho após licença maternidade etc.)
◇	Saúde e segurança no trabalho (ex.: percentual da força de trabalho representada em comitês formais de saúde e segurança, tipos e taxas de lesões etc.)
◇	Práticas de investimento e de processos de compra (ex.: número total e percentual de acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas de direitos humanos etc.)
◇	Não discriminação (número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas)
◇	Comunidade (ex.: operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais etc.)
◇	Corrupção (ex.: número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados etc.)
◇	Rotulagem de produtos e serviços (ex.: resultados de pesquisas de satisfação do cliente etc.)

Aspectos a serem reportados

□	Presença no mercado (ex.: variação da proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local etc.)
□	Políticas públicas (ex.: valor total de contribuições para partidos políticos e políticos, discriminados por país e destinatários/beneficiário)
□	Conformidade (multas e sanções não monetárias devido a não conformidades com leis e regulamentos ambientais)
□	Transporte (ex.: impactos no meio ambiente devido a transporte de produtos etc.)
□	Relações entre os trabalhadores e a governança (ex.: prazo mínimo para notificação sobre mudanças operacionais etc.)
□	Treinamento e educação (ex.: número médio de horas de treinamento por ano por empregado, programas de gestão de competências etc)
□	Diversidade e igualdade de oportunidades (ex.: composição dos grupos responsáveis pela governança de acordo com gênero, raça e faixa etária etc.)
□	Liberdade de associação e à negociação coletiva (operações e fornecedores identificados em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva possa estar sendo violado ou haja risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito)
□	Trabalho infantil (operações e fornecedores identificados como de risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil e medidas tomadas para contribuir para a efetiva erradicação do trabalho infantil)
□	Trabalho forçado ou análogo ao escravo (operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou análogo ao escravo)
□	Práticas de segurança (percentual do pessoal de segurança que recebeu treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a direitos humanos que sejam relevantes às operações)
□	Direitos indígenas (número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas)
□	Concorrência desleal (número total de ações judiciais movidas por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados)
□	Conformidade com leis e regulamentos (valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos)
□	Saúde e segurança do cliente (ex.: percentual de categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança buscando melhorias)
□	Comunicações de marketing (ex.: venda de produtos proibidos ou contestados etc.)
□	Privacidade do cliente (número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes)
□	Conformidade (valor monetário de multas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços)

Índice GRI

Indicadores GRI		Resposta
1. Estratégia e Análise		
1.1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	Página - 5
2. Perfil Organizacional		
2.1	Nome da organização	Capa
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços	Página - 23
2.3	Estrutura operacional, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures	Página - 2
2.4	Localização da sede da organização	Página - 2
2.5	Número e nome de países em que a organização opera	Página - 2
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade	Página - 33
2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários)	Página - 2
2.8	Porte da organização	Páginas - 2 e 33
2.9	Principais mudanças durante o período coberto, referentes a porte, estrutura ou participação acionária	A 3M do Brasil não realizou mudanças durante o período coberto pelo relatório.
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	Página - 14
3. Parâmetros para o Relatório		
Perfil do Relatório		
3.1	Período coberto pelo relatório	Página - 77
3.2	Data do Relatório anterior mais recente	Página - 77
3.3	Ciclo de emissão dos relatórios	Página - 77
3.4	Dados para contato	Página - 86
Escopo e Limite do Relatório		
3.5	Processo para definição do conteúdo do relatório	Página - 77
3.6	Limite do relatório	Página - 77
3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório	Página - 77
3.8	Base para elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações	Página - 77
3.9	Técnicas para medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório	Página - 77
3.10	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações	Não houve mudanças significativas em informações fornecidas em relatórios anteriores.
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório	Não ocorreram mudanças significativas com anos anteriores em relação à escopo, limite ou métodos de medição.
Sumário de Conteúdo da GRI		
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório	Página - 80
Verificação		
3.13	Verificação externa dos dados	O relatório não foi submetido à verificação externa.

Indicadores GRI		Resposta
4. Governança, Compromissos e Engajamento		
4.1	Estrutura de governança	Página - 62
4.2	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo	Página - 62
4.3	Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não executivos do mais alto órgão de governança	Não se aplica à 3M do Brasil
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou deem orientações ao mais alto órgão de governança	Página - 70
4.5	Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança, diretoria executiva e demais executivos e o desempenho da organização	Página - 58
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados	Todos os colaboradores da Companhia, assim como os membros da Diretoria, devem seguir as diretrizes dispostas no Código de Ética da 3M. Adicionalmente, em 2012 foi criado um Comitê de Compliance que tem por objetivo reforçar a cultura de Ética e Comunidade na subsidiária e dar suporte a todas as áreas da 3M do Brasil no desenvolvimento de suas ações.
4.7	Processo para determinação das qualificações e conhecimentos dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização, para questões relacionadas a temas econômicos, ambientais e sociais	As qualificações exigidas para a ocupação de cargos do mais alto órgão de governança são determinadas e analisadas no plano de carreira elaborado pelos colaboradores que passam a integrar o quadro funcional da companhia. No caso dos diretores e da presidência do Instituto 3M, a definição é feita pelo diretor-presidente da 3M do Brasil.
4.8	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como estágio de sua implementação	Páginas - 2 e 77
4.9	Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social	Página - 62
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com respeito ao desempenho econômico, ambiental e social	Página - 49
4.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução	Página - 35
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	Página - 63
4.13	Participação significativa em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização: possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês; contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada; considera estratégica sua atuação como associada	Página - 76
4.14	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização	Páginas - 67 e 77
4.15	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar	Página - 77
4.16	Abordagens para o engajamento dos stakeholders, incluindo sua frequência por tipo e grupo de stakeholders	Página - 67
4.17	Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento dos stakeholders e medidas adotadas para tratá-los	Página - 67
5. Forma de Gestão e Indicadores de Desempenho		
ECONÔMICO		
Aspecto: Desempenho Econômico		
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos	Página - 33
EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas	A 3M do Brasil não prevê implicações financeiras em seu negócio decorrentes de mudanças climáticas.
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece	Página - 58
EC4	Ajuda financeira recebida do governo	Página - 24

Indicadores GRI		Resposta
Aspecto: Presença no mercado		
EC5	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes	Página - 58
EC6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	Página - 72
AMBIENTAL		
Aspecto: Materiais		
EN1	Materiais usados por peso ou volume	A 3M do Brasil não realiza o controle dos materiais utilizados por peso ou volume.
Aspecto: Energia		
EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária	Página - 40
EN4	Consumo de energia indireta discriminado por fonte de energia primária	Página - 40
EN5	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência	Página - 40
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energia gerada por recursos renováveis, e a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas	Página - 40
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas	Página - 40
Aspecto: Água		
EN8	Total de água retirada por fonte	Página - 40 A unidade de Sumaré também aproveita a água das chuvas, no entanto o volume não é mensurado.
EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	Em 2014 não houveram fontes significativamente afetadas.
EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	Página - 40
Aspecto: Emissões, Efluentes e Resíduos		
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases causadores do efeito estufa, por peso	Página - 41
EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases causadores do efeito estufa e as reduções obtidas	Página - 41
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso	Página - 41
EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso	Página - 41
EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação	Página - 40
EN22	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição	Página - 43
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos	Página - 43
EN25	Identificação, tamanho, status de proteção e índice de biodiversidade de corpos d'água e habitats relacionados significativamente afetados por descartes de água e drenagem realizados pela organização relatora	A Companhia não possui registro formal das informações requisitadas pelo indicador.
Aspecto: Produtos e serviços		
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos	Página - 40
EN27	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto	Não é realizado um controle formal das informações pedidas pelo indicador.
Aspecto: Conformidade		
EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos ambientais	A 3M do Brasil não divulga as informações solicitadas.
Aspecto: Transporte		
EN29	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte dos trabalhadores	Página - 41

Indicadores GRI		Resposta
PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE		
Aspecto: Emprego		
LA1	Total de trabalhadores por tipo de emprego, contrato de trabalho e região, discriminados por gênero	Em relação aos colaboradores terceirizados, a 3M do Brasil não realiza o controle do número de empregados por faixa etária, gênero e região, pois seu foco está em analisar se o empregado aparece frequentemente ou de maneira esporádica.
LA2	Número total e taxa de rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região	Página - 52
LA3	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	Página - 58
Aspecto: Relações entre os Trabalhadores e a Governança		
LA4	Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva	Página - 58
LA5	Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva	A 3M do Brasil não possui um prazo mínimo para notificações como a referida no indicador.
Aspecto: Saúde e Segurança no Trabalho		
LA6	Percentual de empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, compostos por gestores e trabalhadores, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional	Página - 59
LA7	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região	Dentre as taxas questionadas no indicador, a 3M do Brasil só possui controle sobre a taxa de lesões que, em 2014, foi de 2,5%.
LA8	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves	Página - 59
LA9	Temas relativos a segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos	Página - 59
Aspecto: Treinamento e Educação		
LA 10	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por gênero e por categoria funcional	Página - 58
LA12	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminados por gênero	Página - 49
Aspecto: Diversidade de Igualdade de Oportunidades		
LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	Página - 53
LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional e por operações em locais significativos	Página - 59
DIREITOS HUMANOS		
Aspecto: Práticas de Investimento e de Processos de Compra		
HR1	Percentual e número total de acordos e contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a preocupações com direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos	Em 2014, todos os contratos elaborados pela área jurídica da Companhia possuíam cláusulas que tratam das políticas da 3M referentes a direitos humanos
HR3	Total de horas de treinamento para empregados em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo o percentual de empregados que recebeu treinamento	Página - 63
Aspecto: Não discriminação		
HR4	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	A 3M do Brasil tem como política não divulgar casos de discriminação ocorridos em suas unidades, no entanto, repele quaisquer tipos de atitudes discriminatórias e explica os procedimentos pertinentes, em caso de discriminação, em seu Código de Conduta.
Aspecto: Liberdade de Associação e Negociação Coletiva		
HR5	Operações e fornecedores significativos identificados em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar sendo violado ou estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito	A companhia não identificou os riscos citados, em 2014. Caso a 3M do Brasil tenha conhecimento de alguma violação do tipo, o procedimento consiste no envio de uma notificação para as partes envolvidas para que a situação seja regularizada.

Indicadores GRI		Resposta
Aspecto: Trabalho infantil		
HR6	Operações e fornecedores significativos identificados como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	A 3M do Brasil não possui operações e/ou fornecedores sob risco de trabalho infantil, pois segue à risca os dispositivos da Lei 10.097 que regula a contratação de menores de idade. A validação do cumprimento legal é realizada pelo órgão competente - Ministério do Trabalho e Emprego.
Aspecto: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo		
HR7	Operações e fornecedores significativos identificados como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo	A companhia não possui casos desse tipo, visto que as áreas de compra e <i>outsourcing</i> realizam o acompanhamento constante de seus fornecedores e, no momento da contratação, é enviado o Código de Ética da 3M do Brasil. Adicionalmente, são realizadas auditorias pontuais.
Aspecto: Práticas de Segurança		
HR8	Percentual do pessoal de segurança submetido a treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a aspectos de direitos humanos que sejam relevantes às operações	100% do pessoal de segurança empregado pela unidade de Sumaré passou por treinamento relacionado às políticas e procedimentos de éticas adotados pela empresa globalmente, que abrangem aspectos relativos a direitos humanos.
Aspecto: Direitos Índigenas		
HR9	Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas	A Companhia não registrou casos de violações aos povos indígenas.
SOCIEDADE		
Aspecto: Corrupção		
SO2	Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	Página - 65
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	Os treinamentos anticorrupção realizados pela companhia são focados nas leis antissuborno, como FCPA, UK Bribery Act e a Lei 12.846/13 e abrangem: Código de Conduta nos Negócios da 3M para Novos Funcionários, Compliance para Departamento de Compras, Fazendo Negócios com Ética na Academia de Vendas, Integrity Assessment para Facilitadores de Compliance, Compliance em Licitações Públicas, Vivenciar Valores 3M para Novos Líderes, Ética para Áreas de Negócios, Certificação Anual do Código de Conduta, Presentes Entretenimento e Viagens e Conscientização Global sobre Corrupção e Suborno. Página - 65
SO4	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	A 3M do Brasil não divulga as informações solicitadas.
Aspecto: Políticas Públicas		
SO5	Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies	Página - 74
SO6	Valor total de contribuições financeiras e em espécie para partidos políticos, políticos ou instituições relacionadas, discriminadas por país	Conforme descrito na Política Anti-Suborno e no Manual de Conduta Corporativo da 3M do Brasil, a Companhia não realiza contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições relacionadas.
Aspecto: Concorrência desleal		
SO7	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados	Em 2014, a Companhia não registrou ações judiciais como as citadas.
Aspecto: Conformidade		
SO8	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos	A 3M do Brasil não divulga tais informações.

Indicadores GRI		Resposta
RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO		
Aspecto: Saúde e Segurança do Cliente		
PR1	Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos na saúde e segurança são avaliados visando à melhoria, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos	Página - 38
PR2	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante o ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado	Página - 38
Aspecto: Rotulagem de Produtos e Serviços		
PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências	Todos os produtos da Companhia segue a Rotulagem 3M - Sistema GHS, concernente ao departamento de toxicologia. Adicionalmente, antes de receberem o rótulo com possíveis advertências, todos os produtos passam pela análise ambiental do LCM (<i>Life Cycle Management</i>).
PR4	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados a informações e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado	Não foram identificados casos de não conformidade relacionados à rotulagem dos produtos da 3M do Brasil
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação	Página - 69
Aspecto: Comunicações de Marketing		
PR6	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio	A 3M do Brasil segue o Código de Autorregulamentação Publicitária promulgado pelo Conar que estabelece os padrões éticos de conduta da atividade publicitária. A Companhia também se orienta pelas normas-padrão da atividade publicitária regulada pelo CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) e pela Tabela Referencial de Custo e Serviços Internos da Sinapro (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo). Por fim, a empresa é associada à ABA (Associação Brasileira de Anunciantes) e Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial).
PR7	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	Não foram registrados, em 2014, casos de não conformidade nas comunicações de marketing da 3M do Brasil.
Aspecto: Privacidade do Cliente		
PR8	Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes	Em 2014, a companhia não recebeu reclamações desse tipo. A 3M do Brasil trata as informações cadastrais e de negócios de seus clientes com absoluto sigilo, não compartilhando informações sem a anuência dos mesmos.
Aspecto: Conformidade		
PR9	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços	A 3M do Brasil não disponibiliza informações relativas ao tema.

Créditos

Coordenação Geral

Belmiro Montaldi (Diretoria de Relações Públicas)

Lúcia Ziliotti (Gerência de Relações Públicas e Comunicação)

Coordenação Geral

Layza C.P.V. Mesquini (Mtb 41.247)

Rodrigo Rossi (Mtb 31.526)

55 19 3838-7358 GRI 3.4

Conteúdo e Consultoria GRI

MZ Group

Projeto Gráfico

MZ Group

Fotos

Banco de Imagens 3M

Shutterstock

