

	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 1/6

ÍNDICE

1.	Objetivo	1
2.	Abrangência.....	2
3.	Definição.....	2
4.	Contexto	2
5.	Diretrizes	3

	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 2/6

1. Objetivo

Estabelecer diretrizes que devem nortear a gestão do capital reputacional da Klabin, considerado um importante ativo intangível da companhia.

2. Abrangência

As diretrizes presentes nesta Política deverão ser cumpridas por todos os colaboradores, terceiros e demais parceiros de negócio da Klabin, em todas as unidades da empresa, sendo as áreas que se relacionam com os públicos mencionados diretamente responsáveis por sua observação e a área de Comunicação e Gestão em Sustentabilidade a responsável por sua promoção.

3. Definição

Capital reputacional é soma de fatores como qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela empresa, estabilidade financeira, clima organizacional, consistência entre práticas éticas e indicadores de conformidade, estágio de implementação de políticas corporativas e compromissos voluntários, consistência entre o discurso, o marketing e as práticas corporativas, dentre outros.

4. Contexto

A Klabin se fundamenta em princípios de sustentabilidade para todas as atividades relativas aos seus produtos e serviços, atuando de forma economicamente viável, socialmente justa e ambientalmente correta.

Os produtos da companhia estão presentes no dia a dia das pessoas. Os papéis e cartões para embalagens e também as embalagens de papel conferem proteção e segurança a alimentos, bebidas, produtos de higiene e limpeza, eletroeletrônicos, cimento, sementes, farinha de trigo, produtos químicos e outros.

Para continuar fornecendo seus produtos, crescer e criar valor para a cadeia produtiva, a Klabin investe no aperfeiçoamento de seus processos de gestão e operação atrelados às diretrizes estratégicas desenvolvidas pela companhia. Temáticas como inovação e sustentabilidade estão presentes no planejamento, nas ações, no desenvolvimento dos negócios da empresa e na busca por uma boa reputação perante os seus públicos de relacionamento.

Neste contexto, a companhia busca uma gestão não só de ativos tangíveis, mas também dos intangíveis, ou seja, ativos sem representação física, cuja capitalização e amortização não refletem o potencial de criação de valor para a companhia. Alguns ativos intangíveis atendem aos requisitos contábeis para registro (exemplos patentes concessões públicas e licenças), enquanto outros não, apesar da sua contribuição para o valor da companhia (exemplos: carteira de clientes, reputação da companhia).

Assim, a gestão do capital reputacional da companhia é um importante diferencial competitivo para a Klabin, abrangendo diretrizes para todos os públicos de interesse, como colaboradores e seus familiares, investidores e acionistas, clientes, comunidade, fornecedores, governo, instituições de ensino e pesquisa, sindicatos, entidades de classe, imprensa e ONG's, como pode ser visto abaixo.

	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 3/6

5. Diretrizes

Para atingir o objetivo expresso acima, a Klabin deve seguir as seguintes diretrizes:

1. Cumprir o Código de Conduta Klabin, a fim de fortalecer os princípios e valores já estabelecidos, como o respeito aos valores básicos que se baseiam na moralidade, dignidade, liberdade, integridade, lealdade, transparência e justiça; não tolerância à palavras ofensivas, assédio moral ou sexual, discriminação de credo religioso, cor, raça, sexo, idade, estado civil, orientação sexual e deficiência de qualquer natureza com vistas à preservação inclusive do patrimônio moral da Companhia.
2. Cumprir a Política de Sustentabilidade Klabin, a fim de fortalecer os princípios já expressos, como a busca pela qualidade competitiva, visando à melhoria sustentada dos seus resultados, aperfeiçoamento dos processos, produtos e serviços para atender às expectativas dos clientes, colaboradores, acionistas, comunidade e fornecedores; promoção do crescimento pessoal e profissional dos seus colaboradores; a prática da responsabilidade social com foco nas comunidades onde atua.
3. Cumprir as legislações vigentes, tanto do ponto vista ambiental, social, trabalhista, quanto econômico, uma vez em que a garantia da conformidade ajuda a reduzir riscos financeiros diretamente decorrentes de multas ou indiretamente gerados por impactos na reputação da organização.
4. Prevenir contra todo e qualquer tipo de corrupção. A corrupção mina a eficácia e reputação de uma organização e a torna sujeita a processos criminais, assim como a sanções civis e administrativas.
5. Priorizar a transparência em todos os processos e atividades de acordo com as melhores práticas de Governança Corporativa.
6. Não praticar a concorrência desleal, capaz de por em risco a reputação da organização junto às suas partes interessadas e criar problemas legais.
7. Adotar práticas que garantam a saúde e segurança dos produtos da Klabin;
8. Conciliar os conflitos de interesse entre a Klabin e seus *stakeholders*, considerando as expectativas envolvidas nos diferentes contextos e situações;
9. Observar os princípios de comunicação e marketing responsável, estabelecidos pela Política Corporativa de Marketing, com transparência na disponibilização de informações a respeito dos produtos e dos impactos socioeconômicos e ambientais das operações da Klabin e ao longo da cadeia de valor.

	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 4/6

10. Adotar procedimentos para a gestão de crises. Para a Klabin, crise é todo e qualquer fato que fuja à normalidade operacional e de negócios da companhia, atrapalhando ou interrompendo o funcionamento da empresa e/ou com potencial de acarretar prejuízos ou riscos aos seus colaboradores e terceirizados e às comunidades em que está inserida, que por sua vez pode ocasionar uma exposição pública negativa, abalando o relacionamento com um ou vários *stakeholders* e, principalmente, a própria reputação da companhia.
11. Monitorar as áreas preservadas e florestas plantadas da companhia, uma vez em que a garantia da integridade de *habitats* naturais pode fortalecer a reputação da organização, a estabilidade do meio ambiente e dos recursos naturais no seu entorno, além de trazer benefícios socioeconômicos para as comunidades vizinhas.
12. Adotar, sempre que possível, as melhores práticas ambientais, com o objetivo de progressivamente minimizar os impactos ao meio ambiente e às comunidade onde atua.
13. Promover o diálogo constante com os públicos de interesse da companhia a fim de identificar a satisfação e potenciais demandas para melhorar o relacionamento e a reputação da Klabin perante esses públicos.
14. Garantir o acesso apropriado às comunidades no diálogo com a companhia, mantendo ferramentas e iniciativas de relacionamento adequadas às diferentes necessidades como as centrais de atendimento 0800 e caixas de sugestões em cada localidade, os programas de visita às unidades e a participação constante da Klabin em eventos organizados por atores locais.
15. Monitorar sistematicamente os impactos econômicos indiretos da companhia, pois a má gestão pode resultar em danos à reputação da organização, atrasos na obtenção de licenças e perda da licença social de operação.
16. Realizar a gestão do ambiente organizacional e pesquisas de satisfação de clima a cada dois anos, com colaboradores de todas as unidades da Klabin, para identificação de pontos positivos e de necessidade de atenção e criação de planos de ação voltados a maximizar as oportunidades de melhoria.
17. Apoiar e promover práticas de voluntariado, como a Terra Viva Associação de Voluntários da Klabin, entidade sem fins lucrativos, criada para colaborar com a melhoria da qualidade de vida nas comunidades onde a empresa está presente.
18. Promover programas de aconselhamento, prevenção e controle de risco para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves, como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho.

	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 5/6

19. Promover eventos periódicos com os clientes da companhia para engajá-los e ampliar o conhecimento sobre os produtos da Klabin, principalmente quando houver alterações e/ou novos produtos, bem como nos assuntos relacionados ao mercado de papel e celulose;
20. Manter relacionamento permanente e transparente com a imprensa, contribuindo para a preservação dos interesses e imagem da empresa e, ao mesmo tempo, auxiliar na prestação de informações para os demais *stakeholders*.
21. Prezar pelos critérios socioambientais estabelecidos na Política de Responsabilidade Social – Contratação de Fornecedores para a qualificação, contratação e monitoramento de fornecedores. Problemas no histórico de fornecedores relacionados aos Direitos Humanos podem trazer risco à reputação da Klabin e demais elos da cadeia de valor.
22. Promover o engajamento dos fornecedores em questões socioambientais.
23. Manter canal de contato com investidos para feedbacks, dúvidas, sugestões e prestação de contas.
24. Participar de encontros com ONG's, como os encontros do Diálogo Florestal Nacional e nos fóruns regionais, para a discussão de assuntos que levam a conservação ambiental e que reforce a reputação da Klabin perante eles.
25. Manter projetos com a Polícia Ambiental, como os projetos Protetor Ambiental Mirim e Guardiões da Natureza, para reafirmar os compromissos da companhia com a proteção e conservação ambiental.
26. Oferecer programas para proprietários rurais das regiões de atuação visando à adequação ambiental das propriedades, bem como a melhoria da qualidade de vida e do planejamento das propriedades.

 Klabin	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 6/6

FOLHA DE APROVAÇÃO

 Klabin	POLÍTICA	Revisão: 00 Junho 2014
	CAPITAL REPUTACIONAL KLABIN	Folha 7/6

Elaborado por:



Carime Kanbour Zaccaria
Gerente de Sustentabilidade e Comunicação

Revisado por:



José Aparecido Calsavara
Gerente de Auditoria

Aprovado por:



Sergio Luiz de Toledo Piza
Diretor de Gente e Gestão

17/06/2014