



# RELATÓRIO DE **SUSTENTABILIDADE**

DIÁLOGO EM FAVOR DAS PESSOAS E DO PLANETA

2017 | 2018

 **WHITE MARTINS**



RELATÓRIO DE  
**SUSTENTABILIDADE**

DIÁLOGO EM FAVOR DAS PESSOAS E DO PLANETA

2017 | 2018

 **WHITE MARTINS**

# SUMÁRIO

8 COMO NOS  
ESTRUTURAMOS  
PARA GARANTIR OS  
MELHORES RESULTADOS  
PARA TODOS

27 COMO NOS  
PREPARAMOS  
PARA O FUTURO

43 COMO CUIDAMOS  
DO MEIO AMBIENTE

53 O QUE FAZEMOS PELA  
GERAÇÃO DE IMPACTO  
SOCIAL POSITIVO

62 COMO VALORIZAMOS  
OS NOSSOS  
FUNCIONÁRIOS

88 COMO PRESTAMOS  
CONTA DAS AÇÕES  
EM SUSTENTABILIDADE

4 PARA LER  
ESTE RELATÓRIO

5 DESTAQUES

6 CARTA  
DO PRESIDENTE

95 ÍNDICE DE  
CONTEÚDO GRI

# PARA LER ESTE RELATÓRIO

[ GRI 102-45 | 102-53 | 102-54 ]

A White Martins apresenta o seu quinto Relatório de Sustentabilidade, referente ao biênio 2017-2018. A publicação deste documento faz parte do esforço de comunicar e engajar sua cadeia de valor – colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros de negócios e as comunidades vizinhas e suas operações – no compromisso de atuar de forma sustentável, de maneira a criar valor para os negócios, para as pessoas e para o planeta.

O relatório deste biênio tem seu conteúdo definido a partir da matriz de materialidade da White Martins, bem como das suas premissas estratégicas de comunicação para com seus públicos. Para esta edição, optou-se por apresentar os conteúdos com base na atuação da empresa junto a sua cadeia valor. Por isso, os capítulos são organizados em torno das estratégias e da atuação da White Martins para criar valor para a sociedade, para o mercado, para o meio ambiente, para seus controladores, para seus clientes e para seu público interno. Tudo isso com base na construção e na promoção do diálogo, tema central desta publicação.

Neste relatório, também é destacado o processo de fusão entre as empresas Praxair, controladora da White Martins, e a Linde, que resultou na criação da Linde plc.

Ao longo da publicação, o leitor encontra os principais aspectos da estratégia, os mecanismos de gestão e as ações mais importantes da empresa em relação aos temas relevantes para sua sustentabilidade, assim como sua conexão com os compromissos publicamente assumidos pela White Martins, como os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

O relato apresenta também o desempenho operacional e financeiro da empresa no Brasil, assim como das operações da Praxair na Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela, que, quando tratados conjuntamente, são referidos como Países Hispânicos.

Este relatório foi preparado de acordo com o Global Reporting Initiative (GRI) Standards: opção essencial, e as informações incluídas referem-se ao período compreendido entre 1º de janeiro de 2017 e 31 de dezembro de 2018.

A publicação está disponível em sua versão integral, em formato PDF navegável, no *site* <http://www.praxair.com.br/>. Comentários, sugestões e questionamentos sobre a publicação ou sobre a gestão de sustentabilidade da White Martins podem ser encaminhados para o e-mail [wm\\_sustentabilidade@praxair.com](mailto:wm_sustentabilidade@praxair.com).

## DESTAQUES 2017/2018



+ DE **167** MILHÕES  
DE LITROS DE ÁGUA  
ECONOMIZADOS, EM  
2018, NAS 14 PLANTAS  
MONITORADAS NO BRASIL  
E PAÍSES HISPÂNICOS



**1.100**  
COLABORADORES  
FORAM CAPACITADOS  
EM PRODUTIVIDADE



**3.136**  
COLABORADORES  
NO BRASIL  
**3.876**  
COLABORADORES  
NA AMÉRICA DO SUL INTEIRA



CONSIDERADA UMA DAS EMPRESAS  
MAIS SUSTENTÁVEIS DO BRASIL PELO  
GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE  
PELA 5ª VEZ CONSECUTIVA



EVITOU-SE QUE  
+ DE **29** MILHÕES  
DE TONELADAS  
(98,3% DO TOTAL DE RESÍDUOS)  
FOSSEM ENCAMINHADAS  
A ATERROS SANITÁRIOS



**80%**  
É O ÍNDICE DE RESOLUÇÕES  
DE DEMANDAS DOS  
CLIENTES PELO CRM  
JÁ NA PRIMEIRA CHAMADA



**535** PROJETOS  
COM GANHOS SUSTENTÁVEIS  
DE ENERGIA FORAM  
IMPLANTADOS NO BRASIL  
E NOS PAÍSES HISPÂNICOS  
NO BIÊNIO 2017/2018



**98%**  
DE FAVORABILIDADE  
NOS TREINAMENTOS  
APLICADOS PELA  
EMPRESA

# CARTA DO PRESIDENTE

[ GRI 102-14 ]



Um desempenho que nasce do encontro e do diálogo dos valores de uma empresa comprometida com a sustentabilidade

CONFIANÇA  
E INOVAÇÃO  
PARA CONSTRUIR  
UM FUTURO  
SUSTENTÁVEL

É com grande satisfação que apresento este Relatório de Sustentabilidade, o primeiro desde que assumi a presidência da empresa. Trata-se de um momento especial para nós, em que temos a oportunidade de prestar contas aos nossos públicos, reforçar e engajar nossa cadeia de valor na concretização dos nossos compromissos e, ainda, compartilhar com todos os interessados nossos desafios, nossas ações e nosso desempenho nos diversos aspectos de nossa atuação.

Ainda sob influência do cenário econômico negativo, no Brasil e em vários dos Países Hispânicos, e forte pressão sobre as nossas finanças, ao longo deste biênio, nossa missão foi aprimorar características que estão, há muito tempo, no coração do negócio: inovação, produtividade, segurança e confiabilidade, que tornam os produtos da White Martins diferenciados no mercado de gases. Por isso, apesar do contexto desafiador, continuamos entregando novos projetos, gerando resultados e nos posicionando para o futuro.

Esse desempenho só tem sido possível porque nasce do encontro e do diálogo dos valores de uma empresa comprometida com a sustentabilidade de sua gestão com um grupo de colaboradores, de todos os níveis, com ideias diferentes e que, logo adiante, se tornam entregas inovadoras. Portanto, a diversidade e a inclusão, práticas pelas quais temos sido reconhecidos pelo mercado, fazem a White Martins mais forte.

Neste biênio também vivemos um momento de forte transformação: a criação da nova Linde – resultado da fusão entre as antigas Praxair e Linde –, de que agora fazemos parte, consolida uma série de mudanças que vem ocorrendo no mercado de gases já há mais de duas décadas

e inaugura um novo cenário no setor, pela força e pela complementaridade que nascem da integração entre elas.

A White Martins vem dando sua contribuição para que a nova empresa, de forma sustentável, alcance toda a potencialidade da sinergia e de mercado no Brasil e, especialmente, nos Países Hispânicos, onde a integração dos ativos das duas empresas foi mais forte.

Ao longo do biênio, trabalhamos ainda para aperfeiçoar e consolidar o nosso novo modelo de negócios, no qual as Unidades de Negócios passaram a funcionar com mais autonomia, levando a maioria das decisões para quem está mais próximo dos clientes e do contexto do mercado.

Ao mesmo tempo, o corporativo vem se qualificando para operar como um referencial de serviços para essas Unidades de Negócios e, assim, continuar mantendo a excelência do pensamento estratégico e de longo prazo da White Martins.

O aspecto primordial desse movimento tem sido o de transformação digital que, até 2024, vai consolidar um novo modelo de gestão de informações, de comunicação e de operação para a empresa, estabelecendo um novo patamar de tecnologia, inteligência de negócio e inovação. Entre outros investimentos, isso significa desenvolver uma nova e completa plataforma de gestão digital.

No nosso cotidiano, entre os muitos resultados apresentados neste relatório, destacamos a crescente integração entre os nossos desempenhos ambiental e operacional, com foco constante em melhoria contínua. A gestão de nossa eficiência energética, assim como da logística, principais fontes de nossas emissões de CO<sub>2</sub>, implica que, quanto

menor for nosso impacto, maior será o retorno financeiro. Outra prioridade de nossa operação tem sido, como sempre, a segurança das pessoas. A constante comunicação desse valor, aliada ao treinamento contínuo de nossas equipes, tem mantido nossos índices de acidentes baixos, mas queremos seguir adiante e alcançar o zero dano. No biênio, houve, no entanto, um acidente incapacitante, cujas causas passam por investigações detalhadas, para evitar que algo semelhante volte a ocorrer.

Na gestão de nossas pessoas, reforçamos o compromisso com a transparência, com a proximidade entre gestores e suas equipes, com o treinamento e desenvolvimento e a consequente criação de oportunidades de evolução na carreira e com a inclusão, a diversidade e o respeito em aceitar que cada pessoa possa ser exatamente o que é, de forma espontânea e verdadeira.

Sabemos que o momento econômico e os processos de transformação pelo qual passamos vão continuar exigindo nossos esforços e atenção em cada detalhe de nossa gestão e operação, mas ao recapitular, neste relatório, o que construímos em parceria com nossos públicos – funcionários, fornecedores, clientes, comunidade, academia – só posso estar otimista de que seremos capazes de vencer esses desafios e entregar os resultados ao mesmo tempo em que cumprimos a nossa missão de construir um planeta mais sustentável.

Desejo a todos uma boa leitura e me coloco à disposição, junto com toda equipe da White Martins, para o diálogo sobre o que apresentamos aqui.

Gilney Bastos

Presidente da White Martins

COMO NOS  
ESTRUTURAMOS  
PARA GARANTIR  
OS MELHORES  
RESULTADOS  
PARA TODOS

## A WHITE MARTINS GASES INDUSTRIAIS LTDA. É UMA EMPRESA DE MAIS DE 100 ANOS DE EXISTÊNCIA QUE PREZA PELO RESPEITO, PELA TRANSPARÊNCIA E PELO DIÁLOGO NA FORMA COMO SE RELACIONA COM SEUS PÚBLICOS.

[ GRI 102-1 | 102-2 | 102-3 | 102-4 | 102-5 | 102-6 | 102-7 | 102-8 ]



Por meio da busca pela inovação e pelo uso da tecnologia de ponta em produtos e processos, a companhia beneficia empresas e pessoas. Presente no Brasil desde 1912, a White Martins é a maior produtora de gases da América do Sul e conta com 3.800 colaboradores, uma equipe focada na excelência operacional e na satisfação dos clientes.

As principais atividades da companhia envolvem produção e comercialização de gases para três linhas de produtos (industriais, medicinais e especiais), que são oferecidos a uma carteira de clientes de pequeno, médio e grande portes dos mais variados setores da economia. Além disso, a empresa tem a maior fábrica de carbureto de cálcio (material usado na produção do acetileno) da América Latina, localizada em Iguatama (MG); conta com o Laboratório de Gases Especiais, em Osasco (SP) – primeiro no Brasil a ser reconhecido como produtor de Materiais de Referência Certificados (MRCs) gasosos pela Coordenação Geral de Acreditação do Inmetro –; com a FEC (Fábrica de Equipamentos Criogênicos), responsável pela produção de tanques e caminhões criogênicos, membranas, VPSA e plantas criogênicas; com a

FATRAN (Fábrica de Transportes), setor responsável pela fabricação e manutenção de carros-tanque criogênicos para a América do Sul; e fornece soluções para o segmento de gás natural, com produtos como o Gás Natural Comprimido (GNC) e o Gás Natural Liquefeito (GNL), por meio de sua planta de liquefação, em Paulínea (SP).

A White Martins é uma empresa de capital fechado e, até o ano de 2018, representava, na América do Sul, a Praxair, uma das maiores empresas de gases industriais e medicinais do mundo, com mais de 27 mil funcionários em 50 países. No continente, as operações da Praxair se davam no Brasil (por meio da White Martins) e em mais oito países da América do Sul: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela. Em 2018, a companhia respondeu por aproximadamente 11% do faturamento da Praxair no mundo.

Em março de 2019, as empresas Linde e Praxair concluíram o processo de fusão de suas operações, iniciado em 2017, constituindo uma nova empresa global: a Linde plc, da qual a White Martins passou a fazer parte. Saiba mais na página 13.

# MISSÃO, VISÃO E VALORES

[ GRI 102-16 ]

## NOSSA MISSÃO

Nós vivemos a nossa missão, construir um mundo mais produtivo, todos os dias. Por meio de nossas soluções, tecnologias e serviços de alta qualidade, tornamos nossos clientes mais bem-sucedidos e ajudamos a sustentar e proteger nosso planeta.

## NOSSA VISÃO

Estamos empenhados em cumprir a nossa Visão para ser a empresa global de engenharia e gases industriais com melhor desempenho, na qual os nossos colaboradores entregam soluções inovadoras e sustentáveis para os nossos clientes em um mundo conectado.

## NOSSOS VALORES

### SEGURANÇA

Nós colocamos a segurança em primeiro lugar. Acreditamos que todos os incidentes são evitáveis, sendo o nosso objetivo não causar danos às pessoas, às comunidades ou ao meio ambiente. Trabalhamos continuamente para melhorar, em todo o mundo, a nossa cultura e o nosso desempenho em segurança.

### INTEGRIDADE

Nós sempre procuramos alcançar nossos objetivos com ética e os mais altos padrões de integridade. Esperamos interações transparentes e respeitadas entre a administração, os funcionários e nossos parceiros de negócios, de acordo com nosso Código de Integridade Corporativa.

### RESPONSABILIDADE

Nós nos responsabilizamos pelo nosso desempenho, individual e coletivamente. Estamos concentrados no que realizamos e em como realizamos, sempre comprometidos em cumprir as metas individuais e da empresa.

### INCLUSÃO

Nós abraçamos a diversidade e a inclusão para atrair, desenvolver e reter os melhores talentos, e construir equipes de alto desempenho. Ao ouvir todas as vozes, nos beneficiamos das diversas opiniões, pensamentos e perspectivas para alcançar nosso pleno potencial e compromisso.

### COMUNIDADE

Nós estamos comprometidos em melhorar as comunidades onde vivemos e trabalhamos. Nossas doações para instituições sociais, juntamente com o voluntariado dos funcionários, apoiam iniciativas que fazem contribuições importantes e sustentáveis ao nosso mundo.

# NOVA LINDE: FUSÃO ENTRE PRAXAIR E LINDE AG



[ GRI 102-10 ]

A Praxair, controladora da White Martins, passou por um processo de integração global de negócios com a Linde AG no último biênio. Em 2019, as duas empresas começaram a operar como “Uma única Linde” (One Linde). A proposta de fusão teve como foco alavancar a liderança de longa data da Linde em tecnologia e o modelo operacional altamente eficiente e disciplinado da Praxair, gerando valor significativo para funcionários, clientes e acionistas. A empresa combinada tem um forte posicionamento em regiões-chave e um portfólio de mercado final mais diversificado e equilibrado, ampliando alcance, expandindo negócios nos mercados industrial e medicinal e aumentando oportunidades de crescimento sustentável. Embora a nova empresa tenha adotado o nome mundialmente reconhecido da Linde, no Brasil, a White Martins mantém sua marca, símbolo de excelência há mais de 100 anos.

Ao integrar capacidades, talentos e os melhores processos do mercado, agora a White Martins representa, na América Latina, a maior empresa de gases industriais e engenharia. A Linde plc nasceu forte em todas as regiões do mundo, combinando a liderança nas Américas com presença na Europa, China, Oceania e sul da África. Com cerca de 80 mil funcionários em mais de 100 países, a companhia tem mais de dois milhões de clientes, cerca de 90 bilhões de dólares em capitalização<sup>1</sup> de mercado e mais de 6.500 patentes ativas em todo mundo.

As operações no Brasil integram a nova estrutura da Linde na região América Latina Sul, que também inclui Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai, Uruguai e Peru. Os negócios na Colômbia e na Venezuela, que antes da fusão também faziam parte da estrutura, passaram a ser administrados pela divisão América Latina Norte, liderada pelo México. Com a conclusão do processo de fusão, na Argentina, no Chile, no Peru e no Uruguai, a nova empresa agregou ativos da Linde AG aos da antiga Praxair e, no Brasil, em decorrência de acordo com o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), as operações da antiga Linde foram vendidas para um novo competidor.

A companhia tem a missão de crescer de forma lucrativa e sustentável, com responsabilidade. A conformidade, o controle e a garantia na continuidade do negócio, assegurando ao acionista o que foi acordado, também estão entre os principais pontos de atuação da nova Linde. Uma das prioridades é garantir o controle da governança, que prioriza transparência e sustentabilidade, princípios que fazem parte dos pilares da Linde. A empresa adota o compromisso inabalável com a segurança, com a integridade e com a disciplina operacional. Seu foco está na satisfação do cliente, na consolidação de uma reputação de excelência em sustentabilidade e na construção do melhor relacionamento com as comunidades dos locais em que operamos.

1. Capitalização de mercado é quantidade de ações emitidas (que não estão em tesouraria) x cotação da ação, isto é, o valor de mercado da empresa.

# CAPILARIDADE DE ATUAÇÃO E CONFIABILIDADE NO ABASTECIMENTO

[ GRI 102-2 ]

A White Martins conta com unidades de produção estrategicamente localizadas nos principais mercados regionais, cobertura nacional, ampla variedade de gases, programas de gestão de processo e sistemas de fornecimento planejados.

## Como os produtos chegam aos clientes:

### PACKAGED

Gases envasados em cilindros. Atendem aos clientes de menor porte de diversos segmentos, como pequenas oficinas mecânicas e laboratórios de análises clínicas.

### LÍQUIDOS

Destinados a clientes de médio porte, esses gases passam pelo processo de liquefação e entram em estado líquido. O atendimento demanda uma estrutura de logística multimodal, já que o fornecimento é feito por meio de carretas criogênicas até os tanques dos clientes.

### ON-SITE

Para o perfil de cliente que consome grande quantidade de gás, de forma contínua, a White Martins cria uma estrutura de dutos que conduzem os gases até as instalações. O fornecimento também pode ser feito por meio de plantas que produzem os gases localmente, dentro das unidades dos clientes, e os distribuem por meio de gasodutos.

## Principais produtos

GASES INDUSTRIAIS

MISTURAS DE GASES

GASES ESPECIAIS

GÁS NATURAL

### TIPO DE GÁS DISTRIBUÍDO

Acetileno, argônio, dióxido de carbono, gelo seco, hélio, hidrogênio, nitrogênio e oxigênio.

Diferentes combinações de gases industriais.

Diferentes gases industriais, puros ou em combinações.

GNC (Gás Natural Comprimido) e GNL (Gás Natural Liquefeito).

### CARACTERÍSTICAS

Oferecidos em diversos graus de pureza e métodos de fornecimento, podem ser distribuídos de forma líquida ou gasosa, de acordo com as especificações dos clientes.

Seu desenvolvimento envolve técnicas de purificação e investimento contínuo em certificação e tecnologia.

Usados em controles de processos, laboratórios de controle de qualidade e aplicações ambientais de higiene. A White Martins foi a primeira empresa brasileira a operar no segmento de acordo com a norma ISO 9001.

Inodoro, emite menos poluentes, não é tóxico e gera grande quantidade de energia – e contribui para a formação de uma matriz energética mais limpa.



# MERCADOS ATENDIDOS

[ GRI 102-6 ]

Com o objetivo de oferecer soluções que otimizem as operações dos clientes, a White Martins desenvolve de forma contínua aplicações e produtos industriais que contribuem para aumentar a produtividade – levando mais eficiência aos seus negócios – ao mesmo tempo em que reduzem as emissões de gases do efeito estufa.

Além disso, disponibiliza estrutura integrada para proporcionar aos clientes atendimento com maior conforto, segurança e flexibilidade. Tem, em seu quadro de colaboradores, equipe técnica qualificada e dispõe de sistema de logística, para assegurar confiabilidade de abastecimento.

PRINCIPAIS CLIENTES

- ALIMENTOS E BEBIDAS
- ENERGIA
- FARMACÊUTICA E BIOTECNOLOGIA
- INDÚSTRIA AUTOMOTIVA E DE TRANSPORTE
- LABORATÓRIOS
- METALMECÂNICA: SOLDAGEM E CORTE
- PAPEL E CELULOSE
- PETRÓLEO E GÁS
- QUÍMICA
- REFINO
- SAÚDE
- SIDERURGIA / METALURGIA
- TÊXTIL E CURTUME
- VIDRO



A White Martins também atua no segmento de atendimento domiciliar respiratório (*homecare*), em parceria com empresas de atenção domiciliar, secretarias de saúde, planos de saúde e laboratórios do sono. Para os mercados de atenção domiciliar, oxigenoterapia e distúrbios do sono, a empresa oferece gases, interfaces e acessórios, serviços e uma linha completa de equipamentos com alta tecnologia embarcada, como concentradores de oxigênio, CPAP (equipamento utilizado no tratamento da apneia do sono), BiPAP, ventiladores, entre outros, com opção de venda ou locação.

# NOVA ESTRUTURA

[ GRI 102-10 ]

Para superar os desafios econômicos pelos quais a indústria brasileira vem passando nos últimos anos e assegurar sua rentabilidade, a White Martins deu início a um processo de mudança de estratégia de atuação no mercado.

O reposicionamento começou em junho de 2017 e teve como objetivo principal trabalhar a margem do negócio, por meio da sinergia nas operações. Uma das principais iniciativas nessa direção foi a de que a empresa passasse a se organizar por Unidades de Negócio regionais e a contar com a representação física do gerente executivo da Unidade de Negócio, também chamada de BU (Business Unit, em inglês).

Dessa forma, o trabalho ganhou maior articulação e adotou uma estratégia de complementaridade no atendimento a clientes dos segmentos de Líquidos de Pequeno Porte (conhecidos como Small Bulk), Packaged (incluindo a gestão das Unidades de Representação Comercial, as URCs), Medicinal e Operações de Gases.

Com essa movimentação, os clientes das áreas de *On-site* e de grande volume de Líquidos passaram a ser atendidos pelas diretorias de Negócios BRIG (Brazil Industrial Gases) e pelos seus gerentes regionais,

localizados nas principais plantas de geração de gases do país. Essa estrutura, junto aos gerentes regionais de operações (produção e distribuição de líquidos), atua com foco exclusivo em levar maior qualidade e confiabilidade na entrega de seus produtos nesse mercado exclusivo.

A nova estrutura, composta por 16 Unidades de Negócio, permite um melhor gerenciamento da rentabilidade, por meio da maior agilidade na tomada de decisões, assim como o desenvolvimento da inteligência de mercado local. Por meio delas, a White Martins monitora de forma mais próxima a performance das plantas e o custo de distribuição e tem a possibilidade de formar lideranças qualificadas, que conheçam profundamente tanto a operação como o negócio em que atuam.

No dia a dia, as Unidades de Negócio passam a trabalhar de forma independente, o que inclui fazer sua própria gestão administrativa e operacional – e a, individualmente, contribuir para o crescimento da companhia como um todo.

Ligados ao gerente executivo da Unidade de Negócio (que responde diretamente às diretorias executivas de negócios Centro-Norte ou Centro-Sul), estão o gerente de Operações, o gerente regional de Negócios Medicinal e de Atendimento Respiratório Domiciliar (*homecare*); o gerente regional de Small Bulk; e o gerente regional de Packaged e URC. Para a empresa, essa realidade também reforça a proposta de valor da White Martins junto ao cliente, a partir de uma visão mais sistêmica e integrada do gerente executivo da BU sobre os negócios e as operações.

# NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

Por meio de gestão integrada, valorização das pessoas e investimento em tecnologia e inovação, a White Martins analisa as variações do mercado e busca novas oportunidades de negócios para seus produtos e serviços. Simultaneamente, as mesmas ferramentas, somadas ao trabalho contínuo das equipes globais junto a seus clientes, possibilitam o desenvolvimento de soluções customizadas e inovadoras que reduzem custos, aumentam produtividade e aperfeiçoam processos. É esse movimento contínuo de renovação e melhoria que tem possibilitado não apenas a longevidade da empresa em um mercado que exige altos investimentos e desempenho, mas também a sua liderança e destaque junto à cadeia de valor.

# Modelo de negócio da White Martins

## Liderança em desenvolvimento sustentável

Somos reconhecidos por nosso desempenho de excelência em sustentabilidade. Atingimos níveis de excelência de forma consistente em importantes índices de investimentos em sustentabilidade e somos líderes em Ética e em Diversidade e Inclusão.



## Investimentos na comunidade

Apoiamos as comunidades dos países onde vivemos e trabalhamos. Contratamos nas próprias localidades onde atuamos e obtemos a maioria dos produtos e serviços nos países onde são utilizados. Apoiamos ativamente, ainda, as comunidades locais por meio de doações e de trabalho voluntário.



## Melhorias no desempenho ambiental dos clientes

Nossa inovação em mudança climática permite que nos beneficiemos do equivalente ao dobro da quantidade líquida de gases do efeito estufa quando os clientes usam nossos produtos. Em 2017, uma linha dos nossos produtos e aplicações permitiu que nossos clientes evitassem a emissão de 90 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente – aproximadamente o dobro de emissões de gases do efeito estufa originados de nossas operações.



## Redução da pegada de carbono na produção

Otimizamos continuamente o uso de energia e recursos naturais. Evitamos a emissão de cerca de 6,2 milhões de toneladas métricas de CO<sub>2</sub> equivalente, entre 2009 e 2017, ao melhorar o planejamento de nossas unidades e a eficiência de nossos processos.



## Segurança em primeiro lugar

Nossa meta é zero incidentes e nenhum dano a pessoas, a comunidades ou ao meio ambiente. A segurança é um valor da empresa e é parte da nossa cultura. Por exemplo, nossos motoristas obtêm resultados de segurança de qualidade internacional por meio de investimentos contínuos em tecnologia, treinamento e monitoramento.



## Atendimento a mais de dois milhões de clientes

Atendemos clientes em diversos mercados e indústrias. Somos líderes mundiais em gases industriais e engenharia. Nossa experiência em tecnologia e nossos gases industriais e medicinais levam soluções sustentáveis aos nossos clientes em cerca de 100 países.



CONSTRUINDO  
UM MUNDO MAIS  
PRODUTIVO

# GOVERNANÇA CORPORATIVA

[ GRI 102-18 ]

A White Martins tem um modelo integrado de gestão que busca a otimização dos processos, soluções inovadoras e desenvolvimento sustentável a partir da atuação das diferentes áreas do negócio. Por se tratar de uma empresa de capital fechado – logo, sem estrutura de Conselho de Administração –, o principal elo entre a White Martins e o seu controlador é o Comitê de Conformidade.

Constituído pelo presidente da empresa, Gilney Bastos<sup>2</sup>, e pelo time de oito diretores executivos em toda a América do Sul, o Comitê também é a instância na qual ocorrem as decisões estratégicas. Realiza reuniões trimestrais para discutir temas referentes ao cumprimento de leis locais e das diretrizes da Praxair, além de apresentar os indicadores de conformidade registrados no período.

Cada um dos Países Hispânicos<sup>3</sup> possui o seu próprio comitê, representado pela área jurídica nas reuniões. Nesses encontros, a diretoria também estuda casos e toma medidas corretivas em situações de não conformidade.

2. O presidente não acumula função de diretor executivo.

3. Os oito países de língua espanhola nos quais a Praxair tem atuação na América do Sul.

# Ética e conformidade nos negócios

[ GRI 103-1 | 103-2 | 205-2 ]

A atuação da White Martins no campo da ética empresarial é norteada pelas suas políticas de ética e integridade válidas em todos os países onde desenvolve suas operações e está em conformidade com as legislações locais. O bônus dos executivos está atrelado a métricas de anticorrupção.

Para fortalecer a cultura de *compliance*, a White Martins tem um Programa de Conformidade global e estruturado, que define padrões de integridade empresarial como direcionadores para a atuação ética e legal dos colaboradores, além de apresentar todas as diretrizes de governança da empresa e os seus códigos internos. O programa é coordenado por um comitê formado pelo presidente e por diretores executivos representantes das operações na América do Sul, que se reúne mensalmente para acompanhamento do tema, e, trimestralmente, junto com todos os funcionários, para repassar o desempenho no período, por meio da Teleconferência de Resultados – cada país realiza esse encontro separadamente.

Adequado para respeitar as particularidades de cada país da América do Sul, norteando ações como combate à corrupção, segurança e conflito de

interesses, o programa é constantemente debatido em relação a pontos específicos que exigem maior atenção. Um dos deveres do comitê é a aplicação prática dos Padrões de Integridade Empresarial da Praxair, disponíveis no *site* da empresa ([www.whitemartins.com.br](http://www.whitemartins.com.br)). O documento traz as principais diretrizes de conduta para os colaboradores de todos os níveis hierárquicos.

A White Martins trabalha para manter padrões globais de governança corporativa, conformidade, ética, responsabilidade, integridade e direitos humanos, assim como busca garantir comunicação e conexão dos colaboradores com os princípios de ética e integridade, direitos humanos, diversidade e sustentabilidade. A certificação anual dos colaboradores nos Padrões de Integridade Empresarial e o Dia da Conformidade e da Sustentabilidade ajudam a reforçar e multiplicar o compromisso da empresa com suas partes interessadas.

A atenção à integridade e às boas práticas corporativas é reforçada por meio de treinamentos e canais abertos para colaboradores, clientes, fornecedores e demais públicos de interesse.

A prevenção ao assédio moral é um dos temas abordados pela empresa em seus treinamentos. Em 2010, 95 colaboradores receberam orientações sobre o assunto. Já em 2018, esse número subiu para 148.

A White Martins se compromete em cumprir padrões elevados de conduta ética e responsável e agir de forma justa e honesta com funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, o público e as comunidades nas quais atuamos.

Uma vez por ano, a empresa realiza o Dia da Conformidade, em sua matriz, no Cena, localizado na capital do Rio de Janeiro. O evento é transmitido para outras unidades do Brasil, por meio de teleconferência. Nesse encontro, o diretor executivo jurídico da White Martins apresenta cases relacionados à ética e à integridade e debate a importância do tema junto aos colaboradores.

Todos os funcionários pertencentes aos planos executivo e profissional da White Martins/Praxair na América do Sul, incluindo todos os diretores e gerentes da empresa, recebem bianualmente

treinamento mandatório sobre Foreign Corrupt Practices Act (FCPA, lei americana voltada ao combate à corrupção no comércio internacional) e *compliance*.

O treinamento é conduzido presencialmente pelo Regional Compliance Champion da White Martins/Praxair para a América do Sul. No último ano de treinamento, 100% dos empregados elegíveis (planos executivo e profissional) foram treinados, totalizando mais de 1.500 pessoas na América do Sul. As políticas da empresa são comunicadas para todos os funcionários e amplamente divulgadas.

Todos os colaboradores pertencentes aos planos executivo, profissional e administrativo da White Martins/Praxair efetuam, anualmente, uma certificação de integridade comercial, em que declaram, após treinamento *online*, que leram, que entenderam e que cumpriram, cumprem e continuarão cumprindo, no futuro, os Padrões de Integridade Corporativa.

A empresa conta, ainda, com o Integrity Hotline, canal de denúncias oficial, por meio do qual funcionários e outros públicos de relacionamento podem denunciar o descumprimento dos padrões de ética e de integridade empresarial. Os públicos interno e externo acessam essa ferramenta por linha telefônica em cada país ou pelo *site*.

A White Martins garante a confidencialidade das denúncias, investigadas a fundo. O Integrity Hotline é gerenciado de forma global e todas as operações da companhia no mundo contam com esse recurso.

Na América do Sul, cada um dos nove países conta com um número específico. Por esses canais, os colaboradores também podem denunciar práticas ilícitas. Cada denúncia recebida dá origem a uma ocorrência, que tem um prazo de 30 dias para ser apurada. As penalidades para as infrações abrangem da advertência à rescisão do contrato de trabalho.



## Conformidade na cadeia de valor

As ações da White Martins não se resumem ao âmbito interno. A empresa reproduz e transmite seus valores e condutas aos fornecedores, por meio do Código de Conduta, enviado no momento da contratação, que também contempla os valores da organização com relação ao tema de sustentabilidade.

A companhia exige, ainda, o conhecimento da origem dos produtos que são fornecidos à White Martins, bem como realiza forte controle relacionado à anticorrupção e ao trabalho escravo (e análogo ao escravo) e infantil. O trabalho é realizado em uma parceria entre as áreas Jurídica e Suprimentos e, em caso de suspeita ou irregularidade, o fornecedor é descredenciado. Também usa o mecanismo de *due diligence* com relação aos contratos mais sensíveis fechados pela área de Suprimentos.

### POLÍTICAS E DIRETRIZES

- LIVRETO INTEGRIDADE
- POLÍTICA DE COMBATE AO ASSÉDIO
- POLÍTICA DE CONFORMIDADE
- POLÍTICA DE ACEITAÇÃO DE PRESENTES E ENTRETENIMENTO
- POLÍTICA DE CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS E INTERAÇÃO COM AUTORIDADES PÚBLICAS
- POLÍTICA DE DOAÇÕES, PATROCÍNIOS COM USO DE INCENTIVOS FISCAIS E AFINS
- POLÍTICA DE FUNCIONÁRIOS
- POLÍTICA DE PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

# GOVERNANÇA DA SUSTENTABILIDADE

[ GRI 103-3 ]

A missão da White Martins é tornar o mundo mais produtivo. Por meio de novas soluções, tecnologia e serviços de alta qualidade, colabora para que os clientes se tornem cada vez mais bem-sucedidos e ajuda a sustentar e proteger o planeta.

O desenvolvimento sustentável permeia todas as áreas da White Martins e está presente na forma como a empresa atua e se relaciona com seus *stakeholders*. Na América do Sul, ele é conduzido pela Gerência de Sustentabilidade e Diversidade, que reporta as ações à Diretoria de Talentos e Comunicação que, por sua vez, presta contas à Diretoria Executiva de Talentos e Sustentabilidade. Os números da região são compartilhados com a vice-presidência de Sustentabilidade global que, por fim, responde ao CEO da Linde (anteriormente ao da Praxair).

A área também conta com comitês internos, que têm o papel de orientar e definir ações relacionadas a temas específicos. São eles:

## COMITÊS INTERNOS

### COMITÊ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Reúne-se semestralmente e avalia os projetos sociais com incentivo fiscal e doações efetuadas pela White Martins. Participam o diretor executivo de Finanças, a diretora executiva de Talentos e Sustentabilidade, a diretora de Talentos e Comunicação, o diretor de Compliance e o diretor Tributário, além da gerente de Comunicação Institucional e da gerente de Sustentabilidade e Diversidade.

### COMITÊ DE DIVERSIDADE

Reúne-se semestralmente e avalia como a empresa evoluiu e os próximos passos para que avance na temática de diversidade e inclusão. Participam o vice-presidente Industrial, os diretores executivos de Finanças, Negócios, Talentos e Sustentabilidade, a diretora de Talentos e Comunicação, além da gerente de Comunicação Institucional e da gerente de Sustentabilidade e Diversidade.

# Metas para o desenvolvimento sustentável 2016 - 2020

[ GRI 103-3 ]



## SEGURANÇA

Superar a média das maiores companhias integrantes do Conselho Americano da Indústria Química em redução de acidentes relatáveis.

Superar a média das maiores companhias integrantes do Conselho Americano da Indústria Química em dias sem acidentes com afastamento.

Índice menor do que três de acidentes evitáveis com veículos por um milhão de milhas percorridas.

## CONFORMIDADE

Garantir o cumprimento das diretrizes globais de governança corporativa e uma forte cultura de ética, integridade e conformidade.

Ética e integridade: 100% dos funcionários certificados nos Padrões de Integridade Corporativa.

100% dos funcionários elegíveis contemplados presencialmente pelo Treinamento de Conformidade.

100% das denúncias feitas por meio do Hotline avaliadas e concluídas.

Direitos humanos: respeitar nossas políticas e padrões globais.

## RESPONSABILIDADE SOBRE O PRODUTO

Contribuir para que 40% da receita gerada sejam provenientes de produtos sustentáveis.

Garantir índice de emissões de gases de efeito estufa pelos clientes duas vezes menor que o das operações da Praxair.

Colaborar para o fornecimento de água potável para 250 milhões de pessoas.

## ENERGIA E MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Economizar oito milhões de MWh, tendo como base o ano de 2009.

Garantir que pelo menos 500 mil MWh consumidos sejam provenientes de fontes de energia renováveis.

Melhoria de 2% na intensidade de gases de efeito estufa em plantas de hidrogênio.

Melhoria de 7,5% na intensidade de gases de efeito estufa na distribuição de produtos.

Plantar ou preservar um milhão de árvores em parceria com organizações ambientais.

## PRODUTIVIDADE SUSTENTÁVEL

Economizar US\$ 500 milhões por meio de projetos de produtividade com ganhos sustentáveis.

Implementar planos de gestão hídrica em 100% das plantas com alto consumo de água em regiões com estresse hídrico.

Evitar o envio de resíduos de pelo menos 300 *sites* para aterros sanitários.

## DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS

Atingir melhor resultado da indústria química em engajamento de funcionários.

Superar a média da indústria química em diversidade.

Investir US\$ 1,5 bilhão em mulheres, minorias, pequenas operações e economias menos favorecidas.

Contribuir em 1.750 projetos em prol da comunidade.

Beneficiar pelo menos 1,5 milhão de pessoas por meio do engajamento comunitário.

# Qualidade

[ GRI 103-1 | 103-2 ]

Os sistemas de gestão das unidades de produção estão em conformidade com o Programa Atuação Responsável da Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim) e com as certificações ISO (9001 e 14001), OHSAs 18001 e FSSC 22000 no que toca à identificação, à avaliação e ao gerenciamento dos impactos dos seus produtos, serviços e processos sobre a segurança e a saúde das partes interessadas. Esses impactos são identificados no ciclo de vida de todos os produtos (que inclui toda a cadeia produtiva) e, posteriormente, controlados ou minimizados com ações preventivas e melhorias – como cuidados com o manuseio dos produtos, procedimentos para comunicação de risco, orientação e treinamento para o cliente.

## Certificações

### BRASIL

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| Cert. Segurança           | 2.230        |
| Cert. Segurança Processos | 580          |
| Cert. Nível II – IG       | 152          |
| <b>TOTAL</b>              | <b>2.962</b> |

### PAÍSES HISPÂNICOS

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| Cert. Segurança           | 694          |
| Cert. Segurança Processos | 343          |
| <b>TOTAL</b>              | <b>1.037</b> |

Um time multidisciplinar, formado por profissionais das áreas de Negócios, Engenharia, Operações e Segurança, se encarrega do planejamento do controle e da mitigação de impactos antes da comercialização dos produtos. Auditorias internas e externas verificam se os resultados atendem aos requisitos das partes interessadas e a melhoria contínua de cada sistema de gestão. Esses processos garantem o atendimento aos regulamentos brasileiros e normas internacionais de qualidade. Além disso, trazem vantagens como o aumento da produtividade e da confiabilidade entre os elos da cadeia produtiva; o avanço na eficiência da gestão ambiental e do consumo de recursos naturais; e aprimora a comunicação entre as diversas áreas da empresa e seus consumidores.



## Relacionamento com o setor público

A Central de Licitação é a área responsável pela interação da White Martins com o setor público. De abrangência nacional, o grupo recebe propostas, verifica oportunidades e faz uma triagem por relevância, levando em consideração, entre outros critérios, o interesse econômico da companhia. A Central é encarregada de incluir a White Martins em licitações públicas, bem como por habilitar os profissionais que vão atuar no processo, orientando-os e alertando-os, inclusive, sobre possíveis situações ilegais passíveis de ocorrer durante a vigência do contrato ou na fase de contratação. Todas as diretrizes têm como base de consulta o Código de Conduta, que estabelece direcionamentos relacionados a temas como conflitos de interesse, questões de defesa da concorrência, assédios moral e sexual e discriminação, entre outros.

Ao contrário de outras empresas dos diversos setores da economia, a White Martins não tem grande interface com instâncias governamentais, visto que não é uma companhia totalmente regulada e, sempre que ocorre esse contato, a área demandante conta com o apoio do setor Jurídico. A principal participação da White Martins em licitações públicas é referente ao fornecimento de gases e serviços na área Medicinal, para hospitais.

Um dos canais usados pela empresa para se relacionar com entidades do setor e instituições é a Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), que congrega indústrias químicas de grande, médio e pequeno portes, bem como prestadores de serviços ao setor nas áreas de logística, transporte, gerenciamento de resíduos e atendimento a emergências.



2017 | 2018

A HOLDING  
INVESTIU MAIS DE

13 MIL  
HORAS

EM TREINAMENTOS  
DE SEGURANÇA PARA  
FUNCIONÁRIOS  
E FORNECEDORES

## GESTÃO DE RISCOS

[ GRI 102-11 ]

A White Martins tem uma visão sistêmica e integrada das necessidades diárias em suas atividades, o que possibilita sinergia e redução de erros. Durante o processo de gerenciamento e execução de projetos, leva em consideração uma análise criteriosa dos riscos inerentes ao trabalho, sejam eles operacionais, ambientais e de relacionamentos, possibilitando antever problemas que podem influenciar negativamente na conclusão do serviço e/ou da solução técnica.

A White Martins tem um processo minucioso de gestão de riscos, que envolve os diversos aspectos produtivos, administrativos e financeiros. A confiabilidade é o principal compromisso da empresa nesse sentido e está no cerne da produção e fornecimento dos produtos.

A companhia entende que o maior potencial de risco do seu negócio está no processo. Por isso, a gestão de risco começa na decisão de colocar uma planta nova em operação. Os instrumentos de engenharia analisam as consequências de aplicação de um determinado ativo, dentro do âmbito do processo de *design safe*. A instalação e a operação do projeto são auditadas e monitoradas. Qualquer evento, mesmo de menor repercussão, é detalhado para prevenir possíveis danos futuros.

Mensalmente, o CEO da Linde (anteriormente, o da Praxair), o presidente da White Martins e o diretor de Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Qualidade (SSMAQ) avaliam os eventos de risco nas operações, suas causas e ações para mitigar seus efeitos.

A controladora ampliou os investimentos em segurança do processo, buscando reduzir ao máximo os riscos inerentes à indústria química. Em 2017 e 2018, a *holding* investiu mais de 13 mil horas em treinamentos de segurança para funcionários e fornecedores.

Nas reuniões da diretoria, os riscos a que estão sujeitos os negócios da companhia são levantados, avaliados e reportados à Linde. Na área financeira e de conformidade, a White Martins adotou uma série de ações locais para atender às leis contábeis que sua controladora segue em território americano. Duas das principais são a Sarbanes-Oxley (SOX) e o Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), cumpridas integralmente. Também se destacam os instrumentos internos anticorrupção e antitruste.

Essas ferramentas contribuem para o acompanhamento e mapeamento mensal das áreas mais sensíveis da empresa. Todas as contingências – remotas, possíveis ou prováveis – são identificadas, permitindo uma maior clareza do cenário para a *holding*.

Em razão do FCPA, a White Martins promove treinamentos periódicos sobre atos com o poder público, como o impedimento de pagamentos não permitidos e a adoção de práticas antissuborno. É um treinamento que envolve todo o corpo profissional e executivo da empresa no Brasil e na América do Sul.

A White Martins é rigorosa e criteriosa na análise de riscos de acidentes que possam ser provocados

## WHITE MARTINS: RIGOROSA E CRITERIOSA NA ANÁLISE DE RISCOS DE ACIDENTES QUE POSSAM SER PROVOCADOS POR SEUS PRODUTOS

por seus produtos. Possíveis eventos são debatidos mensalmente, quando são apresentados relatórios detalhados de causas e soluções do problema. Caso algum produto apresente alteração, a companhia prontamente realiza *recall*.

Na esfera social, o tipo de atividade da companhia não permite que as plantas causem significativas alterações nos territórios onde estão ou serão instaladas, já que os negócios *on-site* (dentro do cliente) existem, geralmente, em indústrias maturadas ou próximas a parques industriais. Essa realidade torna praticamente nulo o impacto em comunidades. Ações pontuais em relação ao ruído das plantas são conduzidas de modo a mitigar ao máximo esse

impacto. A ocorrência de acidentes relacionados à segurança das comunidades é baixa.

A gestão de riscos operacionais e ambientais em comunidades faz parte da atuação da empresa, pautada no diálogo e na transparência com os *stakeholders*. Um exemplo dessa administração foi a decisão de transferir parte da unidade de produção localizada no bairro de Cachambi, no Rio de Janeiro, para uma planta em Campos Elíseos, Duque de Caxias (RJ) – a Unidade Rio de Janeiro. Devido à área onde a unidade Cachambi funcionava ter se transformado em uma região com grande densidade populacional, a companhia julgou ser mais prudente, principalmente para a comunidade, transferir a operação para um bairro menos habitado.

Na esfera ambiental, os riscos também são avaliados, mas a própria natureza do negócio faz com que a operação da empresa seja limpa em termos de emissões. Os riscos nesse segmento ficam por conta dos resíduos gerados, do consumo de energia e da queima de combustível para a entrega dos produtos, para os quais a empresa possui ações específicas de mitigação.

Em todo o processo de gestão de riscos, a White Martins busca trocar informações e compreender as demandas do mercado e da sociedade em relação aos temas em pauta nos países em que atua. A adequação e o intercâmbio de informações com órgãos locais ocorrem em todas as unidades na América do Sul.

# RELACIONAMENTOS E PARCERIAS INSTITUCIONAIS

[ GRI 102-12 | 102-13 ]

A White Martins é signatária da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial – compromisso firmado entre grandes companhias brasileiras para a promoção da inclusão racial no ambiente corporativo; do fórum empresarial LGBT; dos WEPs (Women’s Empowerment Principles – em português, Princípios de Empoderamento das Mulheres), um projeto da ONU Mulheres com o Pacto Global que estabelece princípios corporativos de igualdade de gênero no ambiente de trabalho; da Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, promovido pelo Instituto Ethos CEERT (Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades) e Institute for Human Rights and Business (IHRB); do Programa Na Mão Certa, da Childhood; e da Coalizão Cidades pela Água, da The Nature Conservancy (TNC).

## OUTRAS INSTITUIÇÕES



MOVIMENTO MULHER 360  
(MM360)

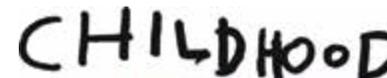


FÓRUM EMPRESARIAL LGBT



Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres

ONU MULHERES



PELA PROTEÇÃO DA INFÂNCIA  
CHILDHOOD BRASIL



INSTITUTO ETHOS



EMPODERA

COMUNIDADE EMPODERA



THE NATURE  
CONSERVANCY (TNC)



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA  
INDÚSTRIA QUÍMICA (ABIQUM)



CÂMARA DE COMÉRCIO AMERICANA  
(AMCHAM)



FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS  
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN)



GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE  
(A WHITE MARTINS FOI RECONHECIDA NOS  
ANOS 2014, 2015, 2016, 2017 E 2018)



PARTICIPANTE DO ÍNDICE  
DOW JONES DE SUSTENTABILIDADE,  
SETOR QUÍMICO, DESDE 2003



PRÊMIO FAZ DIFERENÇA, DA FIRJAN  
E DO JORNAL O GLOBO – CATEGORIA  
DESENVOLVIMENTO DO RIO



PRÊMIO BEST INNOVATOR  
15ª COLOCAÇÃO ENTRE AS  
20 EMPRESAS LÍDERES EM INOVAÇÃO



GUIA EXAME DE DIVERSIDADE 2018,  
EMPRESA DO ANO NA CATEGORIA ÉTNICO-RACIAL,  
NO PRIMEIRO ANO DA PUBLICAÇÃO



PRÊMIO WILL WOMEN LEADERSHIP IN LATIN AMERICA -  
MULHERES NA LIDERANÇA, DO VALOR ECONÔMICO, O GLOBO  
E ÉPOCA NEGÓCIOS, VENCEDORA DA CATEGORIA ESTRATÉGIA.

Capítulo 2

COMO NOS  
PREPARAMOS  
PARA O FUTURO



## A WHITE MARTINS ESTÁ EMPENHADA EM SER A EMPRESA GLOBAL DE ENGENHARIA E GASES INDUSTRIAIS COM MELHORES RESULTADOS E SOLUÇÕES INOVADORAS E SUSTENTÁVEIS PARA OS CLIENTES EM UM MUNDO CADA VEZ MAIS CONECTADO.

Para alcançar esta meta, a empresa faz da inovação, apoiada pela eficiência e pela segurança, a sua principal estratégia para atingir a satisfação dos clientes e a valorização das pessoas. Essa escolha a posicionou, ao longo dos anos, entre as empresas que mais inovam do Brasil.

Ainda há muito caminho, porém, para ser trilhado. Até 2022, a White Martins está focada em transformar o seu negócio. O crescimento das tecnologias digitais e sua integração com os canais de comunicação já existentes, proporcionando ao cliente uma experiência multicanal (*omnichannel*), é uma das metas neste processo.

Nos próximos anos, a empresa espera automatizar e integrar processos, assim como o fluxo da informação, com ajuda de seus colaboradores, em busca de resultados que extrapolem os benefícios financeiros, com metas determinadas sobre projetos específicos e voltadas à melhoria constante, sempre com foco na experiência do cliente.

Essa mudança só será possível porque a White Martins promove o diálogo permanente voltado para a cultura da inovação, associada a práticas sustentáveis, em diferentes áreas da empresa. Para tanto, tem canais

e programas para estimular a atitude inovadora e o olhar empreendedor entre os colaboradores.

A responsabilidade de promover a produtividade internamente é de todas as diretorias executivas, por meio de normas, diretrizes e políticas específicas. A White Martins conta também com equipes totalmente dedicadas à inovação e produtividade em todas as áreas operacionais e de negócios da companhia. Profissionais especializados em aplicações de gases atuam junto aos clientes para buscar melhorias em seus processos produtivos que contribuam diretamente para a redução de custos, aumento da produtividade e ganhos ambientais.

O Programa de Produtividade oferece treinamentos e palestras de engajamento, embasadas nas novidades do mercado, que ajudam a reforçar a relevância da produtividade para alavancar os negócios. Em 2017 e 2018, cerca de 1.100 colaboradores foram capacitados neste tema.

Nos últimos dois anos, a White Martins investiu fortemente em iniciativas de aprimoramento e modernização das operações e na automação das atividades, o que traz mais agilidade e produtividade ao negócio.

## Projetos inovadores em todas as áreas

Em 2018, a empresa passou a usar a abordagem do Design Thinking nos projetos, lançou o aplicativo ConectAR WM, com notícias diárias sobre a companhia, implantou o canal de WhatsApp na Central de Atendimento, passou a usar ferramentas digitais na área de Recrutamento e Seleção e criou a Gerência Digital, com equipe especializada em Inteligência Artificial. Leia mais na página 69.

A expectativa da White Martins é implantar ainda a Cultura Agile, que requer das equipes olhar, postura e abordagem mais velozes e flexíveis, com a intenção de obter alta performance, qualidade e redução dos ciclos de entrega – a partir de três direcionamentos principais: priorizar, focar e fazer a melhoria contínua acontecer. Além disso, está trabalhando no Projeto de Revitalização do Relacionamento com os Clientes White Martins e na mudança de modelo mental na área de Desenvolvimento Organizacional com o objetivo de reforçar a colaboração entre as equipes.

Como reconhecimento dos resultados alcançados, a White Martins entrou novamente no *ranking* de Inovação do jornal Valor Econômico e recebeu mais uma vez o Best Innovator bianual, que premia as 20 empresas mais inovadoras do Brasil.

A inovação na White Martins sempre se fez presente em tecnologias que garantem mais segurança e confiabilidade, principalmente no que diz respeito à análise de dados e automação de processos. Por meio delas, a empresa garante que a entrega dos produtos e a prestação de serviços sejam feitas de acordo com os mais altos padrões de qualidade.

No campo da inovação sustentável, os principais projetos de produtividade, no biênio 2017 e 2018, foram os relacionados à melhoria da eficiência de sistema de resfriamento, à redução do custo do descarte de perlita – evitando descarte em aterros –, à redução no consumo de água, à adequação de estocagem com efeito cascata de tanques de argônio na Região Sul e à automatização de controle da temperatura da água em algumas operações.

As novas tecnologias no setor logístico também estão entre as que mais têm se destacado no cenário da empresa, na medida em que aumentam a segurança do transporte e a confiabilidade das entregas, além de ampliar a capacidade de carga, permitindo que a frota possa

transportar mais rodando menos. Atualmente, no Brasil, são quase 300 veículos circulando com monitoramento por câmeras e com a tecnologia de dispositivos antitombamento sendo implantada progressivamente. Leia mais na página 40.

Na área medicinal, as novas tecnologias e as soluções criadas pela White Martins contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos pacientes e ampliam a produtividade do setor de saúde. A tecnologia Microbulk possibilitou que clientes com consumo elevado de gases em cilindros possam receber produtos criogênicos na forma líquida, reduzindo custos e aumentando a produtividade e a eficiência.

A empresa também tem forte atuação no atendimento respiratório domiciliar. No segmento de *homecare*, a companhia é líder no mercado da Colômbia, em razão da política de saúde local, que investe na recuperação em casa para a liberação de leitos em hospitais e para a melhoria do bem-estar dos pacientes. Atualmente, a Colômbia é a maior operação de *homecare* da White Martins, com 56 mil pacientes atendidos. Somente em 2018, sua capacidade foi aumentada em mais de cinco mil leitos.

# Principais lançamentos da área medicinal

Precision Flow  
(Vapotherm)



Dreamstation

## NOxBOX i

Equipamento monitora e analisa, de forma não invasiva, os níveis de óxido nítrico e meta-hemoglobina em tempo real, com um sensor de co-oximetria de pulso que oferece mais segurança e praticidade no monitoramento dos pacientes. Pode ser aplicado em crianças e adultos durante tratamento de hipertensão pulmonar. Tem alta capacidade de memória (15 dias contínuos de monitoramento) e tela colorida *touch screen* para fácil visualização. O equipamento é alimentado pela rede elétrica e também tem autonomia de duas horas em suas baterias internas.

## PRECISION FLOW

Equipamento conta com a tecnologia HI-VNI (em português, insuflação nasal de alta velocidade). Composta de canola de menor diâmetro – exclusividade da White Martins –, ela proporciona maior velocidade, comodidade e segurança no suporte ventilatório não invasivo para pacientes neonatais, pediátricos ou adultos com insuficiência respiratória. De fácil utilização, o Precision Flow permite que os pacientes comam, falem e durmam de forma mais confortável durante o tratamento.

## CONCENTRADOR DE OXIGÊNIO

De fácil manuseio por ser mais compacto (34% menor) do que os modelos convencionais, o concentrador oferece também desempenho incomparável e total segurança ao paciente. Possui maior pressão de saída de oxigênio (50%) e dispõe de alarme sonoro para alertar sobre o nível de pureza deste gás. Além de gerar menos ruído, o equipamento conta com a tecnologia Inverter, que garante mais estabilidade operacional e gera uma economia de 50% no consumo de energia para pacientes de baixo fluxo.

## AIRSENSE 10 AUTOSET

É um CPAP com umidificador integrado (equipamento utilizado no tratamento da apneia do sono) e recursos de comunicação sem fio. O equipamento tem o novo recurso AutoRamp™, que oferece uma pressão inicial baixa para que os pacientes adormeçam com mais facilidade. Assim que detecta o sono, o recurso ajusta gradativamente o nível de pressão demandado por seu usuário. Proporciona ainda umidificação consistente durante toda a noite.

## DREAMSTATION

Nova plataforma de tratamento para distúrbios do sono: 30% menor, 40% mais leve e 63% mais silencioso. As tecnologias exclusivas EZ-Start, SmartRamp e Performance Check permitem melhor controle do fluxo de pressão e avaliação de problemas do equipamento, sem sair de casa. Oferece conectividade por meio de *bluetooth* e modens wifi, além do aplicativo DreamMapper para tablets e smartphones. Estes recursos possibilitam fácil acesso às informações relevantes sobre o tempo de terapia, o ajuste da máscara, vídeos para uso correto do equipamento e soluções para potenciais dúvidas.

# INOVAÇÃO NAS PLANTAS

Na área Metal Mecânica, a inovação se concretiza em um conjunto de medidas desenvolvidas dentro do Programa de Produtividade. Uma delas foi passar a “escanear” o processo produtivo do cliente e inserir melhorias, sem custo, para aumentar a produtividade e trazer benefícios financeiros (ganhos em hora/homem, gases, energia elétrica e outros materiais usados no processo produtivo). A equipe vai até o cliente, avalia o processo e produz um diagnóstico. É um trabalho realizado, em parceria, pelos times da White Martins e do cliente. Dessa interação, também resultam indicadores de performance para avaliar a eficiência dos projetos.

O campo da robótica é outro em que a inovação tem sido muito bem-vinda. Um exemplo é a mudança de cenário relacionada às atividades de soldagem: como o número de soldadores disponíveis no mercado vem caindo ao longo dos anos, o serviço passou a ser feito por robôs operados a distância. Nessa mesma área, a White Martins criou, em 2018, uma linha nova de máquinas que reduz em até 40% o consumo de energia.

Desde o fim da década de 90, os aspectos que mais se desenvolveram nas plantas da White Martins foram a automação e a conectividade – hoje é possível monitorar e operar uma fábrica de gases do ar via computador, o que trouxe mais confiabilidade ao negócio.

Além do desenvolvimento de novos projetos e inovações tecnológicas, como as câmeras sem fio nas fábricas, essa evolução contribuiu para a segurança operacional das plantas (os componentes digitais reduziram significativamente as taxas de falhas), aumento da eficiência das atividades nas fábricas, com maiores produtividade e competitividade, além da redução de consumo de energia.

A gestão do trabalho de inovação nas plantas é responsabilidade da área de GSS (Global Supply Systems), segmento de engenharia e projetos da Praxair com escritórios de execução no Brasil, Estados Unidos, China, Canadá, Bélgica e Rússia. As mesmas tecnologias são usadas em todas as regiões onde a GSS atua.

Nos últimos cinco anos, a equipe trabalhou no Brasil, na Colômbia, no Peru e na Argentina. Os projetos envolvem novas fábricas de oxigênio, nitrogênio e argônio, e contam sempre com uma inovação – de ferramentas de execução de engenharia, de novas tecnologias ou de equipamento – que reduz emissões e/ou consumo de energia ou de água, além de melhorar os procedimentos de absorção usados para purificar o ar.

Ao longo de seus processos, a White Martins busca inovar em diferentes aspectos, da construção até a operação da fábrica. A companhia realiza pesquisas constantes na melhoria de consumo de energia, com foco em eficiência (produzir o mesmo volume com menos custo); em equipamentos de troca térmica, com o objetivo de gastar menos água em quantidade absoluta; e em tratamento de água nas fábricas industriais.

Em 2018, a empresa criou um grupo de profissionais experientes, que participam de projetos nos diferentes escritórios da GSS no mundo, para escolher a nova geração de softwares de monitoramento e controle das operações de fábrica.



Esse sistema visa trazer mais agilidade, confiabilidade e segurança, principalmente da informação.

Entre os destaques do biênio, está a nova planta construída em Ipatinga (MG) para a produção de xenônio, um gás raro cuja aplicação mais usual é na fabricação de dispositivos emissores de luz. A fábrica nasceu para atender à demanda da Praxair, nos Estados Unidos, que aumentou o fornecimento deste produto ao mercado global. Diante do cenário internacional favorável, foi possível investir na instalação de uma unidade protótipo para produção de xenônio em escala industrial. A nova planta de Ipatinga foi construída pela Fábrica de Equipamentos Criogênicos (FEC) e conta com uma pequena estação de enchimento de cilindros.

Nova planta construída em Ipatinga (MG) para a produção de xenônio

## A WHITE MARTINS BUSCA INOVAR EM DIFERENTES ASPECTOS, DA CONSTRUÇÃO ATÉ A OPERAÇÃO DA FÁBRICA

A planta de Vinhedo (SP), que está em construção e tem previsão de ser inaugurada em 2019, será modelo de inovação na América do Sul e é inédita no mercado de gases no Brasil, contando com tecnologia de ponta e o que há de mais atual em termos de produtividade. A unidade terá equipamentos de última geração, laboratórios de pesquisa, operação paletizada e otimizará a produção de gases de alta pressão, além de integrar as operações das unidades de Campinas (SP) e Osasco (SP).

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A criação da área Digital, no fim de 2017, consolidou o movimento de transformação que está em andamento na White Martins, com impactos diretos na forma de trabalho dos colaboradores, e na maneira como a empresa se apresenta ao mercado. O Projeto de Desenvolvimento da Força de Vendas, que tem foco principal na experiência do cliente, é um exemplo de aplicação do novo modelo. Leia mais na página 76.

O movimento de transformação digital é baseado em quatro pilares: Operações Avançadas, com foco em soluções para aumentar a confiabilidade e eficiência de equipamentos; Logística, com projetos que otimizem a cadeia logística para redução de custos; Processos de Negócios, com o desenvolvimento de ferramentas digitais que auxiliem a Força de Vendas na gestão da carteira de clientes; e Experiência do Cliente, voltado para iniciativas de relacionamento e encantamento.

O objetivo da gerência Digital é desenvolver soluções para diferentes áreas da empresa, a

partir do uso de inteligência artificial e internet of things (IoT) nas operações. A equipe é formada por profissionais especializados, com experiência em algoritmos de inteligência artificial

Em 2018, a área Digital promoveu palestras para reforçar a importância das novas tecnologias para a empresa e realizou treinamentos como o Tableau, uma tecnologia que muda completamente a forma de trabalhar com dados ao permitir arrastar e soltar funções para criar visualizações sofisticadas. Especialistas de diferentes áreas foram capacitados para criar *dashboards* (painéis *online*), que podem ser usados em atividades específicas.

Um dos primeiros projetos implantados pela área Digital, em parceria com a área de CRM, foi o Dashboard Cliente Mais, uma ferramenta que amplia a visão analítica do programa de relacionamento de mesmo nome para as áreas de negócios, dando à Força de Vendas a possibilidade de tornar a gestão de sua carteira ainda mais estratégica e proativa.

O Dashboard Cliente Mais é uma plataforma *online* que integra informações estratégicas sobre os principais clientes da companhia, a partir de diversas fontes. São dados como grau de satisfação, números de vendas e até mesmo a localização de plantas da concorrência em regiões próximas a eles. Por meio de filtros, os profissionais da Força de Vendas podem obter informações confiáveis de forma automática, agilizando a análise dos cenários e permitindo que eles atuem com antecipação e eficácia na retenção e encantamento dos clientes.

Outros dois *dashboards* foram criados em um período de três meses e resultaram em economia no tempo de produção – horas de trabalhos manuais foram economizadas. As informações foram unificadas; e os dados, automatizados e democratizados, para que todos tivessem acesso. Para tornar essa mudança mais efetiva, a empresa modificou a forma como o colaborador verifica o resultado, tornando-a mais amigável e de fácil entendimento.



A ferramenta Customer At Risk (Cliente em Risco) possibilita à Força de Vendas fazer uma gestão mais assertiva da carteira, identificando o histórico de vendas de cada cliente por Linha de Produto e antecipando o risco de perda de clientes para que sejam tomadas ações imediatas. Já o Custo de Servir Packaged possibilita que os profissionais da Força de Vendas e gerentes das Unidades de Negócio avaliem os custos de produção e distribuição para atender os clientes da sua carteira, de acordo com cada linha de produto. Os processos passaram a ser realizados de forma ágil e automatizada, servindo de base para decisões de precificação e margem.

A equipe de Digital também desenvolveu, em parceria com a área de Logística de Líquidos, uma solução completa de inteligência artificial que abrange desde o tratamento e verificação da qualidade dos dados de telemetria (RTU) do nível do tanque dos clientes até a previsão mais precisa da demanda com base no histórico de consumo.

A área digital contribui para a otimização de processos

## 2018: A ÁREA DIGITAL PROMOVEU PALESTRAS PARA REFORÇAR A IMPORTÂNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS PARA A EMPRESA

Essa solução já está sendo usada na Central Nacional de Logística (CNL) em forma de *dashboards* de análise, e, em breve, será integrada ao PraGas, sistema de distribuição de líquidos da companhia, aumentando a capacidade de entrega e otimizando o processo.

O desafio para os próximos anos é analisar as variáveis levantadas nas pesquisas feitas internamente e montar um plano de ação que minimize custos, especialmente os de energia e de quilômetro rodado.

# O DESAFIO DA LOGÍSTICA

A logística de distribuição de gases industriais e medicinais para os clientes em toda a América do Sul conta com um minucioso planejamento para garantir confiabilidade no fornecimento de produtos até em áreas de difícil acesso.

No Brasil e nos Países Hispânicos, a White Martins usa recursos tecnológicos e ferramentas inovadoras para oferecer atendimento personalizado a cada tipo de cliente. Temos ainda a preocupação contínua em aprimorar as operações logísticas e otimizar as rotas, tanto para entregas no cliente final como para o transporte entre unidades. O desenvolvimento das operações de logística e a evolução da gestão de processos permitem reduções no consumo de combustível, no volume de emissões de gases e nos acidentes com consequências ambientais graves.

A White Martins tem Centros de Distribuição de Líquidos (CDLs), responsáveis pelas entregas aos clientes, em toda a América do Sul. Alguns deles funcionam como depósito de gases que saem da planta de produção para, em seguida, serem aplicados em tancagens e distribuídos – a frota é composta por 650 caminhões. A distribuição de

líquidos no Brasil é dividida em quatro regiões: Sul, São Paulo (SP), Centro (RJ/ES/MG) e Norte/Nordeste. Em cada uma delas, há um profissional responsável por manter a melhoria contínua dos processos.

A logística 4.0 é o pilar do modelo de distribuição de gases liquefeitos. Por isso, em 2018, a White Martins investiu em um novo sistema de logística de líquidos. A plataforma substituirá o atual sistema de programação de distribuição de líquidos, que atende aos cerca de cinco mil clientes da companhia no Brasil. A ferramenta, chamada PraGas, contempla conceitos inovadores, incluindo otimizador de entregas com roteamento e um novo modelo de previsão de demanda e planejamento de reabastecimento, contribuindo para uma maior confiabilidade.

Com a melhoria na previsibilidade da variação de estoques nos clientes, a empresa espera reduzir a quantidade de quilômetros rodados, ao mesmo tempo em que pretende ganhar mais eficiência operacional e contribuir para reduzir a emissão de gases de efeito estufa na atmosfera.



A solução, que possibilita fazer a entrega do cliente ao antecipar sua demanda, é a telemetria (RTU), que ajuda a identificar o perfil de consumo de cada cliente, por meio de algoritmos, prevendo o futuro a partir de análises de distância, volume e frequência, para que o abastecimento seja planejado. É possível também definir a rota para chegar ao cliente, o que resultou em 3% de redução no consumo de combustível.

Os profissionais do Centro Nacional de Logística (CNL) que vão operar o sistema realizaram testes nele, que passou por fase de adaptação para o Brasil. Localizado na matriz no CENA (RJ), o CNL é responsável pelo monitoramento e gestão dos estoques dos clientes de líquidos e pelo planejamento de todas as frotas de líquidos da White Martins.

Houve também um treinamento na Alemanha para a equipe de usuários-chave e dois *workshops* no CENA (RJ), um com os gerentes de distribuição e outro com o fornecedor da plataforma e representantes da Praxair.

O projeto foi conduzido pelas áreas de Logística, Eficiência Operacional e Projetos de TI.

Motorista realiza operação de abastecimento de carreta criogênica

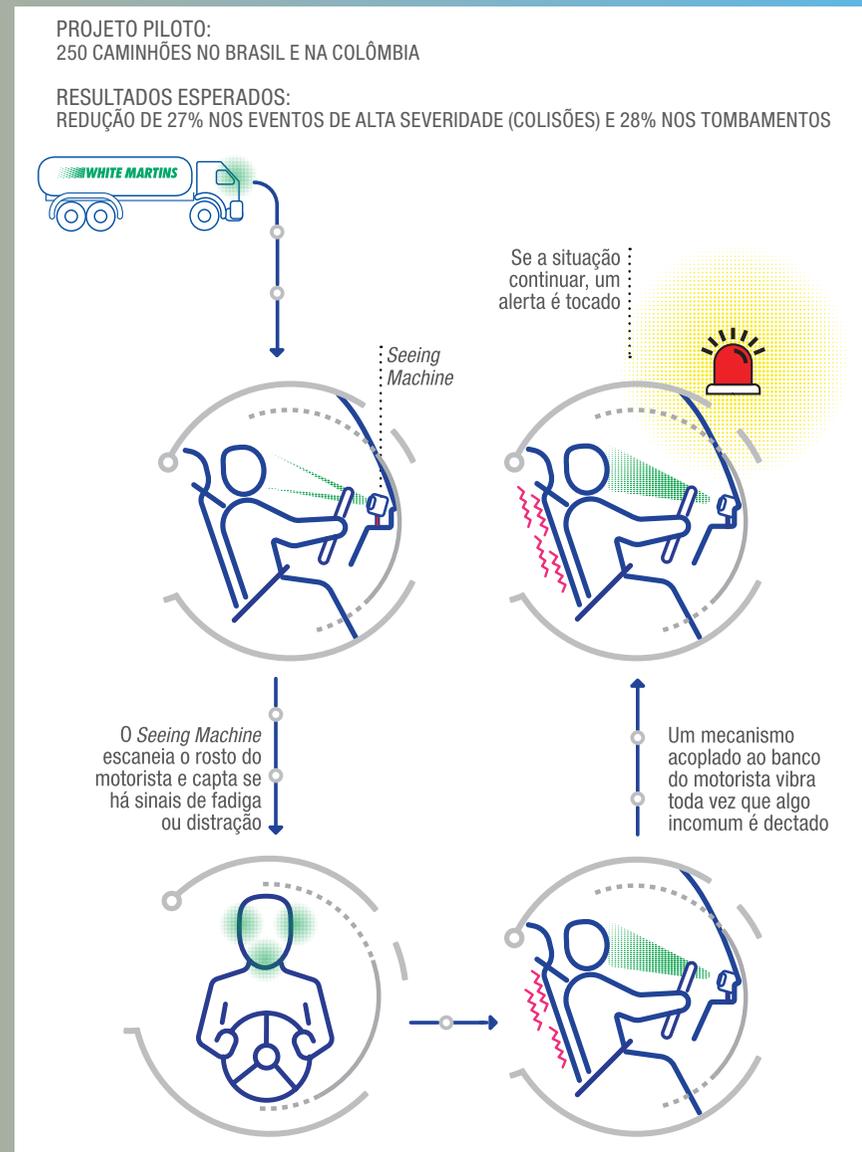
# TECNOLOGIA INOVADORA EM FROTA DE VEÍCULOS REDUZ ACIDENTES NAS ESTRADAS

A White Martins investe em tecnologias de monitoramento para reduzir o número de acidentes nas estradas, de forma a garantir a segurança e as condições de trabalho ideais dos motoristas de carretas e caminhões. A empresa começou, de forma inovadora, a usar em sua frota de veículos um sistema de reconhecimento facial que identifica sinais de fadiga ou distração nos motoristas por meio de um algoritmo de inteligência artificial.

O Seeing Machine captura a imagem do condutor em posição de direção, analisa os traços da face e cria uma base, com informações de referência como tamanho dos olhos, formato do rosto, entre outras. Durante as viagens, a câmera capta se há algo de anormal no comportamento do condutor, em tempo real, e envia as imagens para uma central de monitoramento.

Ao identificar um evento de fadiga ou distração, o sistema aciona o banco da carreta, que vibra para chamar a atenção do condutor. Se o comportamento continuar, um novo alerta é disparado, e, dessa vez, uma breve buzina é tocada.

Durante meses, a White Martins realizou testes para aprimorar o uso desta ferramenta, que agrega segurança, saúde e bem-estar a seus motoristas. O projeto-piloto foi implantado em caminhões no Brasil e na Colômbia em 2017 e, ao fim de 2018, cerca de 250 veículos da frota em vários países da América do Sul já estavam com o equipamento instalado. A empresa priorizou, estrategicamente, os veículos que atendem a rotas críticas (regiões montanhosas) ou longas (mais de 400 quilômetros de distância). Nos próximos quatro anos, a companhia tem a expectativa de implantar a tecnologia em todas as carretas, e espera uma redução de 27% nos eventos de alta severidade (colisões) e 28% nos tombamentos.



# Logística Packaged

A White Martins distribui gases envasados em cilindros, que atendem aos clientes de menor porte de diversos segmentos, como pequenas oficinas mecânicas e laboratórios de análises clínicas. O Centro de Logística Packaged (CLP) tem o desafio de programar e acompanhar 39 mil atendimentos por mês em 19 unidades de enchimento em todo o Brasil. Localizado em Bauru (SP) e formado por 17 colaboradores, entre programadores, controladores e supervisão, o CLP atende clientes de todas as áreas de negócios da empresa que demandam cilindros.

O principal compromisso da operação de logística Packaged é com a confiabilidade na entrega. O Centro de Logística administra dois tipos de demandas: as já programadas e os pedidos de última hora, que chegam via Central de Atendimento. No dia a dia, os programadores usam o Sistema de Previsão de Demanda, uma plataforma que monitora as necessidades dos grandes clientes e auxilia no agendamento das entregas de acordo com o nível de consumo. Depois que os caminhões saem das unidades, os controladores do CLP passam a acompanhar todo

o percurso, até a chegada aos clientes, um a um, auxiliando as tripulações se houver necessidade.

Como forma de avaliar o trabalho, identificar pontos de melhoria e trocar experiência com outras áreas, o Centro de Logística Packaged realizou, em 2018, um *workshop* que contou com a participação de lideranças de Operação, Produtividade e Força de Vendas da White Martins.

O maior desafio da área de logística no último biênio foi a greve dos caminhoneiros, que parou estradas em todo o Brasil com manifestações, no primeiro semestre de 2018. A prioridade durante o período foi o atendimento dos clientes de gases medicinais, essenciais para salvar vidas em hospitais e clínicas.

Diante desse quadro, a White Martins buscou alternativas e soluções para atender a demanda. Os caminhões da empresa conseguiram passar pelos pontos de bloqueio, cobriram os hospitais e percorreram diferentes rotas para fazer novos atendimentos. Nas unidades, os Diálogos Diários de Segurança (DDS) incluíram orientações especiais aos motoristas. Leia mais na página 42.

## CONFIABILIDADE NA ENTREGA DURANTE A GREVE DOS CAMINHONEIROS

O compromisso com a segurança e a agilidade na tomada de decisões foram essenciais para garantir a confiabilidade na entrega de produtos durante o mês de maio de 2018 – período da greve dos caminhoneiros autônomos. Durante 10 dias, os manifestantes bloquearam estradas em todo o Brasil com protestos contra o aumento dos combustíveis, principalmente do óleo diesel, e outras reivindicações, como o fim da cobrança de pedágio por eixo suspenso e fim do PIS/COFINS sobre o diesel.

Naquele momento crítico para o país, que passava por episódios de indisponibilidade de alimentos e remédios, a empresa priorizou o atendimento dos clientes de gases medicinais, essenciais para salvar vidas em hospitais e clínicas. Para que nenhum hospital ficasse desabastecido, as carretas da companhia foram identificadas com adesivos para sinalizar o transporte de gases hospitalares e, quando abordados, os motoristas apresentavam folhas de rotas e uma carta aos grevistas, informando que os



produtos transportados naqueles veículos eram vitais para a preservação de vidas.

A partir dessas medidas, os caminhões passavam pelos pontos de bloqueio e conseguiam abastecer os hospitais e voltar para fazer novos atendimentos. Para que isso fosse possível, as equipes do Centro Nacional de Logística e dos Centros de Distribuição de Líquidos da White Martins precisaram se manter alinhadas e trabalhar de forma contínua, inclusive nos fins de semana e feriados. Nas unidades, os Diálogos Diários de Segurança (DDS) incluíram orientações especiais aos motoristas, como as de não tentar furar o bloqueio e não fazer outro caminho.

Após a greve, com os desafios superados, a empresa reconheceu suas unidades que participaram da ação. A Unidade Campinas (SP), por exemplo, concedeu um certificado de agradecimento às empresas transportadoras que prestam serviço à White Martins na cidade e realizou um evento de comemoração com a participação dos funcionários.

Os diferenciais do trabalho durante a greve dos caminhoneiros foram as ações para a liberação dos abastecimentos medicinais, as orientações dadas aos funcionários e o trabalho em equipe. A empresa reforçou com os colaboradores a importância da segurança da informação e não autorizou a divulgação externa de informações sobre o tema, mesmo nas redes sociais, assim como as cartas destinadas a clientes e aos grevistas. Todas as demandas de imprensa sobre a greve e a atuação da companhia ficaram sob responsabilidade da Gerência de Comunicação Institucional.

Esse esforço permitiu que fossem abastecidos 100% dos clientes do segmento Medicinal, contribuindo para salvar as vidas de milhares de pessoas.

# ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS

[ GRI 103-1 | 103-2 | 416-1 ]

A White Martins tem forte preocupação com o uso seguro do produto, sua disposição e utilização, com foco em prevenir acidentes e contaminação ambiental. Na área de Packaged (cilindros envasados dentro da companhia), as embalagens são retornáveis e todas possuem etiquetas. Elas são de propriedade da White Martins ou do cliente, quando o abastecimento é feito periodicamente.

Todo produto distribuído pela White Martins tem uma etiqueta com informações sobre as características dos gases, manual de segurança e volume do cilindro, entre outras. O *site* da companhia também apresenta todas as especificações dos produtos. Além disso, fornece a Ficha de Informação de Segurança de Produtos Químicos (FISPQ), que pode ser solicitada pelo cliente via Central de Atendimento. A legislação exige que essas informações sejam disponibilizadas, principalmente na linha medicinal, em que a Anvisa fiscaliza tanto rotulagem como o processo, desde a fabricação até o consumo final do cliente.

Os processos da área medicinal são fiscalizados pela Anvisa, anualmente, com o objetivo de garantir a qualidade dos produtos e o atendimento aos padrões determinados. A White Martins precisa estar em conformidade com o processo aprovado pela legislação para que o Certificado de Boas Práticas de Fabricação seja emitido e a comercialização viabilizada. Não existe legislação própria para gases industriais, mas normas regulamentadoras já preveem o mesmo processo com relação à integridade física da embalagem, regulação da pressão dos cilindros, entre outros cuidados. No Brasil, a empresa segue a norma internacional GHS (Sistema Globalmente Harmonizado para Classificação e Rotulagem de Produtos Químicos - substâncias e misturas) e de comunicação de perigos por meio de rótulos e fichas de dados de segurança padronizados, desenvolvido pela Organização das Nações Unidas.

A White Martins tem indicadores, metas e planos de ação para avaliar a eficiência da etiquetagem e padronização das embalagens de seus produtos.



# CRM E CENTRAL DE RELACIONAMENTO

A área de CRM tem como missão criar valor para os clientes internos e externos da White Martins, atuar com antecipação para prover informações estratégicas e garantir excelência e satisfação, sempre com foco em inovação.

A cada seis meses, é realizado um fórum com as Diretorias de Operações e Comercial, no qual a alta liderança discute soluções operacionais que visam melhorar o atendimento ao cliente e dar agilidade à resolução dos processos.

Em 2017, a empresa investiu no aprimoramento da Central de Atendimento, com o objetivo de aumentar a satisfação do seu público, com base em um atendimento mais humanizado e ágil, garantindo excelência na experiência do usuário.

Com foco na qualidade da interação e na resposta imediata ao usuário, a área promoveu uma série de ações para capacitar e engajar a equipe. Entre as iniciativas, estão o Sorriso na Voz (treinamentos para os operadores atenderem as ligações de clientes demonstrando simpatia e bom humor, o que torna o atendimento mais próximo e humanizado), Sorrisômetro (um recipiente onde são depositadas

bolinhas smiles toda vez que o atendimento é elogiado) e capacitações (treinamentos presenciais para os atendentes sobre temas relacionados aos produtos e segmentos de atuação da companhia) – toda a equipe participa do processo de certificação.

Ao todo, são cinco atendimentos auditados por mês. Todos os funcionários são envolvidos em campanhas motivacionais e de engajamento. A área passa por auditorias internas anuais dentro do Sistema de Gestão de Qualidade.

A empresa realiza pesquisas junto aos operadores e clientes, baseadas na metodologia Design Thinking. Uma iniciativa sugerida nas pesquisas foi o projeto-piloto, lançado em 2018, para o atendimento via WhatsApp. Por meio desse canal, podem solicitar inclusão de pedidos, previsão de entrega, assistência técnica, entre outros serviços.

Para medir a eficiência das iniciativas, a empresa monitora um KPI para verificar se o problema do cliente foi resolvido na primeira chamada. Em dois anos, esse indicador atingiu uma efetividade de 80%.

**2017:**  
A EMPRESA INVESTIU NO  
APRIMORAMENTO DA  
**CENTRAL DE  
ATENDIMENTO**  
OBJETIVO:  
AUMENTAR A SATISFAÇÃO  
DO SEU PÚBLICO

As diretorias de Operação e Comercial promovem fóruns regionais do Projeto de Revitalização do Relacionamento com os Clientes, voltados para a excelência operacional. Nos encontros, organizados a cada seis meses, a alta liderança discute soluções operacionais que visam melhorar o atendimento ao cliente e dar agilidade à resolução dos processos. Em 2018, eles ocorreram em cinco cidades – Recife, Belo Horizonte, Sapucaia do Sul, Campinas e Rio de Janeiro –, e reuniram 136 colaboradores. Neste mesmo ano, diferentes equipes se engajaram na campanha #Todospelocliente.



A Central de Atendimento tem como foco a qualidade da interação

## CANAIS DE COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE

A Gestão do Relacionamento com o Cliente é baseada em dois programas principais. O primeiro é o Cliente Mais, que promove reuniões presenciais de avaliação com o cliente três vezes ao ano, treinamentos presenciais e periódicos, além de monitoramento e *feedback* das resoluções. O Cliente Mais é composto por 400 grandes clientes da empresa e, em 2019, completa 15 anos.

Já o Programa NEO (Nova Excelência Operacional) possibilita que o cliente avalie o atendimento no momento que o produto chega ou imediatamente após a prestação de serviço, via palmtop. Em 2018, a equipe que integra o programa lançou a Certificação NEO, um teste de conhecimentos aplicado a todos os

profissionais que interagem diretamente com os clientes e participam da avaliação: motoristas dos segmentos de Líquidos e Packaged, assistentes técnicos e operadores da Central de Relacionamento. Mais de mil pessoas foram certificadas por semestre.

O objetivo é conscientizar esses profissionais sobre a importância das avaliações por parte dos clientes, que contribuem para entender a percepção deles sobre produtos e serviços da White Martins e permitem atuar com urgência em alguns casos.

Outros canais de relacionamento com o cliente da White Martins são Ouvidoria, Redes Sociais (LinkedIn e Facebook da Praxair) e o Fale Conosco do *site* oficial da empresa.

Capítulo 3

# COMO CUIDAMOS DO MEIO AMBIENTE

## A WHITE MARTINS PREZA PELA REDUÇÃO DO CONSUMO DE RECURSOS NATURAIS E DAS EMISSÕES E BUSCA ESTABELECE UMA CULTURA DE IMPACTO AMBIENTAL LÍQUIDO POSITIVO, ALÉM DE AUMENTAR O NÚMERO DE SITES COM ZERO EMISSÃO DE RESÍDUOS.

Entre os principais investimentos no tema, estão projetos de prevenção, redução do uso e reúso de água, atenuação da emissão de ruídos e gestão de resíduos.

Por meio do Sistema de Gerenciamento de Desenvolvimento Sustentável, a empresa gerencia e reporta sistematicamente as informações sobre consumo de energia, água e combustíveis e sobre geração de resíduos em todas as unidades do grupo. Com o monitoramento permanente dos EKPIs (indicadores-chave de desempenho ambiental), a companhia está apta a gerenciar os impactos de todos os seus processos produtivos. A existência desses indicadores temáticos reflete recomendações de iniciativas externas, como o Índice Dow Jones de Sustentabilidade, o Carbon Disclosure Project (CDP) e a metodologia de indicadores da Global Reporting Initiative (GRI).

Para avançar na redução do impacto de suas operações, a White Martins conta com os centros de produtividade, que monitoram sistematicamente

as 35 plantas e indicam o andamento das metas, iguais para toda a América do Sul e definidas anualmente, assim como a evolução das ações. Uma vez por ano, uma *conference call* é realizada com as equipes de todas as regiões para definir quais iniciativas serão implantadas em cada unidade. Especialistas da área de eficiência operacional da Praxair, vindos dos Estados Unidos, também visitam as unidades e o Centro de Produtividade, a cada dois anos, para avaliar as plantas e sugerir melhorias nos projetos em desenvolvimento.

A cada nova operação planejada pela empresa, riscos ambientais são avaliados – dependendo da dimensão do projeto, a análise é global –, inclusive as questões relacionadas a água e efluentes, ruído e limites legais de emissões, atendendo aos protocolos de Montreal e Kyoto, por exemplo.

Entre os principais impactos relacionados às operações da companhia, estão o consumo de energia, que é a própria base do processo de

transformação de gases, e o ruído, relatado esporadicamente quando ocorre despressurização – escape de produto na tubulação. Para prevenir incômodos às comunidades vizinhas às operações da White Martins, a empresa comunica as ações de manutenção potencialmente causadoras de ruído ao órgão ambiental e ao cliente. Também avalia as reclamações que chegam via Central de Relacionamento, direto nas unidades ou pelos órgãos públicos. Quando adequado, a companhia responde e toma providências para mitigar os impactos, como incluir barreiras e isolar tubulações.

Visando reforçar o seu compromisso com a manutenção da qualidade ambiental e com a sustentabilidade, a White Martins desenvolveu ferramentas de apoio ao gestor das unidades para garantir que eles identifiquem e cumpram os requisitos para a conformidade. Uma delas é a Certificação Mensal de Conformidade Ambiental,

iniciada em 2018, na qual o responsável pela regional deve informar, mensalmente, se a unidade está atendendo aos requisitos aplicáveis. Caso alguma não conformidade seja identificada dentro daquele mês, ela deve ser registrada no sistema. A ferramenta abrange todas as unidades na América do Sul e tem os resultados divulgados mensalmente.

Para garantir a Renovação das Licenças Ambientais e a conformidade ambiental das operações, a White Martins criou o Sistema Radar SSMAQ. Esta ferramenta garante que a verificação da documentação necessária para abertura do processo de renovação da licença junto ao órgão ambiental se inicie 250 dias antes do vencimento da licença vigente. Cem dias depois, quando faltam 150 dias para a expiração, as unidades são alertadas sobre os prazos das ações. Nesses dois momentos, é preciso anexar no sistema as evidências das ações tomadas.

Para controlar os demais prazos a serem atendidos para a garantia da validade das licenças ambientais, foi desenvolvido o Portal de Condicionantes de Licenças Ambientais, que envia notificações automáticas próximo ao prazo do atendimento. O reporte de conclusão com anexo de evidências passou a ser obrigatório e é feito por meio do Airwaves. Para auxiliar os gestores das unidades, o sistema abriga os documentos oficiais das unidades, dentre eles as licenças ambientais e os cadastros das unidades no IBAMA (órgão ambiental federal). E-mails de alerta prévios ao vencimento de cada um dos documentos são enviados pela ferramenta.



## ENERGIA

[ GRI 103-1 | 103-2 ]

Reduzir o consumo de energia elétrica e produzir o volume necessário para atender as necessidades dos clientes é o objetivo da White Martins na área de energia. Um pacto assumido pela Praxair e suas afiliadas em todas as suas regiões prevê 1% de otimização energética, isto é, a redução da métrica do consumo específico de energia, a cada ano. Para isso, a empresa tem metas mensais que vêm sendo cumpridas com ajuda de planos de ação focados na eficiência e flexibilização das plantas.

Por meio de tecnologias desenvolvidas por sua controladora nos Estados Unidos, a White Martins vem modernizando seu parque de equipamentos. Os centros de operação (IMPAC) e otimização (RPC) garantem que o conhecimento técnico chegue a todos os níveis da operação e recebam de volta as ideias e sugestões para melhorias das equipes.

A cultura Six Sigma, arraigada no sistema de trabalho da empresa, e a interação com os centros de tecnologia, possibilitam a transferência de conhecimento e garantem a adoção das melhores práticas de forma acelerada. A Central de Confiabilidade, estruturada para cobrir todo o espectro de equipamentos usados na operação e na Fábrica de Equipamentos Criogênicos (FEC), mantém o nível de prevenção a falhas da White Martins compatível com os melhores padrões internacionais, o que garante a máxima disponibilidade das unidades e impacta indiretamente nos índices de otimização energética da operação.

O suporte dos profissionais da área de Pesquisa e Desenvolvimento da Praxair, nos Estados Unidos, além de um grupo dedicado no Brasil, reforçam o trabalho da companhia para melhor eficiência energética e atingimento da meta anual.

**Indicador redução de consumo**  
[ GRI 302-4 ]

REDUÇÕES  
DE CONSUMO DE  
ENERGIA, POR TIPO  
– BRASIL

|   | 2015          | 2016           | 2017        | 2018       |
|---|---------------|----------------|-------------|------------|
| Energia elétrica (kWh)                            | 78.818.606,61 | 123.102.278,13 | 61.162.039  | 93.435.922 |
| Diesel (l)  | 1.865.537,99  | 1.805.084,97   | 2.281.475   | 2.848.508  |
| Gasolina (l)                                      | 70.843,98     | 59.612,66      | 133.682     | 150.878    |
| Gás natural (BTU)                                 | 6.144,14      | 2.847,17       | 179.700.000 | ND         |
| QUANTIDADE DE PROJETOS<br>COM GANHOS SUSTENTÁVEIS | 329           | 272            | 328         | 433        |

REDUÇÕES  
DE CONSUMO DE  
ENERGIA, POR TIPO  
– PH

|   | 2015          | 2016          | 2017       | 2018       |
|---|---------------|---------------|------------|------------|
| Energia elétrica (kWh)                            | 33.821.163,74 | 33.267.181,00 | 17.138.748 | 15.274.515 |
| Diesel (l)  | 235.610,07    | 234.619,31    | 315.691    | 203.436    |
| Gasolina (l)                                      | 106.570,70    | 127.451,03    | 109.136    | 558.590    |
| Gás natural (BTU)                                 | ND            | ND            | ND         | 35.477.804 |
| QUANTIDADE DE PROJETOS<br>COM GANHOS SUSTENTÁVEIS | 125           | 96            | 116        | 102        |

REDUÇÕES  
DE CONSUMO DE  
ENERGIA, POR TIPO  
– AMÉRICA DO SUL

|   | 2015           | 2016           | 2017        | 2018        |
|---|----------------|----------------|-------------|-------------|
| Energia elétrica (kWh)                            | 112.639.770,35 | 156.369.459,13 | 78.300.787  | 108.710.437 |
| Diesel (l)  | 2.101.148,06   | 2.039.704,28   | 2.597.165   | 3.051.943   |
| Gasolina (l)                                      | 177.414,68     | 187.063,69     | 242.818     | 709.468     |
| Gás natural (BTU)                                 | 6.144,14       | 2.847,17       | 179.700.000 | 35.477.804  |
| QUANTIDADE DE PROJETOS<br>COM GANHOS SUSTENTÁVEIS | 454            | 368            | 444         | 535         |



## EMISSÕES

A White Martins desenvolve soluções para reduzir e mitigar os efeitos das suas emissões de gases do efeito estufa (GEE) com auxílio de ferramentas e tecnologias, além de um programa global de metas, que, a cada ano, até 2020, prevê:

REDUÇÃO DE 1,5%, NA RELAÇÃO ENTRE CO<sub>2</sub> EMITIDO POR QUANTIDADE DE PRODUTO ENTREGUE;

MELHORIA DE 1% NA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA DAS PLANTAS DE SEPARAÇÃO DE AR;

GANHO DE 2% NA INTENSIDADE ENERGÉTICA NA RELAÇÃO DE EMISSÕES DE CO<sub>2</sub> POR H<sub>2</sub> PRODUZIDO NAS PLANTAS DE HIDROGÊNIO, ACUMULADO AÓ LONGO DO QUADRIÊNIO QUE VAI DE 2016 A 2020.

Na área de logística, a empresa busca otimizar as rotas de distribuição e empregar veículos com maior capacidade de carga e recursos inovadores que permitem planejar a reposição dos produtos aos clientes, estratégia que reduz o número de quilômetros rodados pela frota do Brasil. Leia mais na página 40.

No Brasil, a empresa tem quase 300 veículos circulando com monitoramento constante

# ÁGUA E EFLUENTES

O Plano de Gerenciamento de Recursos Hídricos (PGRH), implementado nas fábricas da companhia com o intuito de melhorar a performance e controle do uso da água e alinhado ao objetivo global da White Martins/Praxair, apresentou, em 2018, uma economia de 56,3 milhões de litros nas dez plantas monitoradas no Brasil. Esse resultado representa uma redução de 2,26% no consumo de água em comparação ao ano anterior. O número é ainda mais significativo quando analisamos a totalidade das plantas da América do Sul: somadas, elas representam uma economia de mais de 167 milhões de litros de água. Das 14 existentes nas 12 unidades integrantes do Plano, oito apresentaram redução no volume de água consumida em relação à média de 2017.

O sistema de reaproveitamento foi implantado há três anos em unidades que estão instaladas em áreas de alto e médio estresse hídrico, em regiões em que a

escassez de água é maior e nas que têm consumo elevado – superior a 100 mil metros cúbicos de água. As fábricas desenvolveram planos de ação para a reutilização de água e prevenção do desperdício, além do aprimoramento da medição em todos os processos, tanto sanitários como industriais. O controle minucioso de consumo propicia uma melhoria na eficiência dos processos internos e impacta positivamente as comunidades onde a companhia atua.

As iniciativas implantadas nas unidades envolvem aproveitamento de água da chuva e de volumes provenientes de processos de condensação, que são direcionados para uso na torre de refrigeração ou em outras etapas da operação, como limpeza e refrigeração de equipamentos. Ações como a verificação e o reparo de vazamentos reforçam a economia.

A planta com melhor desempenho nesses indicadores é a Usina Cabo (PE), que alcançou uma economia de 15,8%, equivalente a cerca

de 31.677 milhões de litros de água. Ela foi seguida pela Usina Jacareí (SP), com redução de 7,2% em comparação ao ano passado, o que representa 26.320 milhões de litros economizados. Além do menor consumo total, as usinas conseguiram otimizar a demanda por água em relação à produção e ao uso de eletricidade, mostrando o crescimento da produtividade sustentável nas operações. Também fazem parte do Plano de Gerenciamento de Recursos Hídricos plantas de produção de líquido, CO<sub>2</sub> e hidrogênio em Minas Gerais, Peru e Venezuela.

Em 2017, foi registrada uma redução de 50% do consumo de água na planta Lima Callao, no Peru. A meta foi atingida após a adaptação de uma linha para o correto direcionamento da água para o poço de recuperação.

Dentre as ações de otimização de 2018, merece destaque o reaproveitamento da água condensada dos compressores/condensadores nas bacias da torre de refrigeração para reduzir

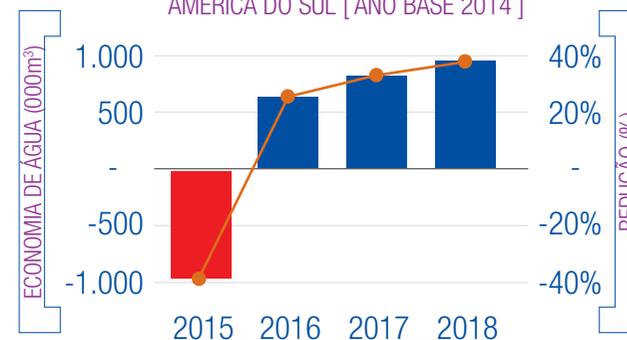


a necessidade de água de reposição proveniente de fontes tradicionais. Esta iniciativa trouxe uma economia de 23.949 m<sup>3</sup> nas usinas de líquidos de Americana (SP), Cabo (PE) e Vitória (ES). Na planta de CO<sub>2</sub> de Cagua, na Venezuela, a água condensada reaproveitada na caldeira da unidade representou uma economia de 17.127 m<sup>3</sup>. Em Juiz de Fora (MG), além da recuperação do condensado na torre de refrigeração, a unidade coleta a água da chuva – em 2018, ambas as ações representaram uma redução de 5.252 m<sup>3</sup> da tomada de água do Ribeirão da Estiva, afluente do Rio Paraibuna.

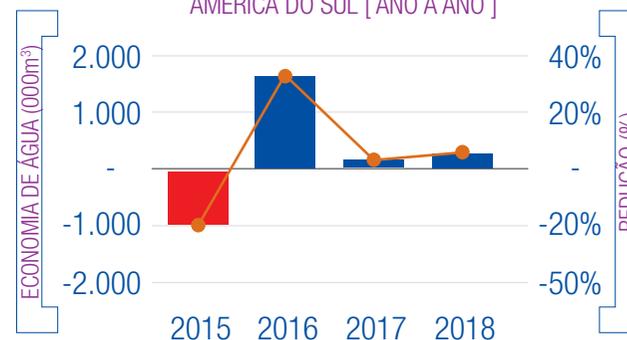
A unidade de Osasco (SP) conseguiu reduzir o consumo de água potável, por meio da organização do fluxo para checagem de pontos de vazamentos na planta. Além do ganho de 300 mil litros, a melhoria gerou uma redução do custo do metro cúbico recebido por caminhão pipa. Em Jacareí (SP), a distribuição da água, que era manual e, por isso, não operava da forma mais eficiente, recebeu um controlador automático para a válvula distribuidora do sistema. A redução no consumo de energia foi de 1.600.000 kWh no ano, que equivale a 1% da energia total do *site*.

## Plano de Gerenciamento de Recursos Hídricos

ECONOMIA DE ÁGUA NAS OPERAÇÕES DA WHITE MARTINS AMÉRICA DO SUL [ ANO BASE 2014 ]



ECONOMIA DE ÁGUA NAS OPERAÇÕES DA WHITE MARTINS AMÉRICA DO SUL [ ANO A ANO ]



A meta global para 2020 é de 1%. Desde o primeiro ano de programa, em 2016, a White Martins superou essa expectativa.

# GESTÃO DE RESÍDUOS

O Programa Desperdício Zero é a principal iniciativa da White Martins para a gestão de resíduos. Ele tem como foco evitar o envio de pelo menos 90% dos resíduos gerados para aterros sanitários, garantindo a eles destinos mais sustentáveis, como o reaproveitamento, a reciclagem e a compostagem.

Uma das características desse programa tem sido o alto engajamento das lideranças e das equipes. Em 2017, o Desperdício Zero contou com a participação de 102 unidades, que conseguiram desviar dos aterros sanitários 98,3% dos resíduos gerados, evitando o descarte de mais de 29 milhões de toneladas. No ano seguinte, 108 unidades aderiram ao programa e o total alcançado foi de 97,97% de resíduos com destinação mais sustentável.

Com o objetivo de dar visibilidade e valorizar os esforços das unidades que participam do Programa Desperdício Zero, a White Martins implantou, em 2017, um sistema de avaliação com base em três critérios: cumprimento do prazo de reporte, ausência de erros e atingimento da meta do Programa (considerando o resultado acumulado do ano).

## Resultado



CARA VERDE  
OS 3 CRITÉRIOS  
SATISFEITOS



CARA AMARELA  
1 OU 2 CRITÉRIOS  
NÃO SATISFEITOS



CARA VERMELHA  
OS 3 CRITÉRIOS  
NÃO SATISFEITOS



NÃO DESTINARAM  
RESÍDUOS

A empresa também investe na prática da compostagem, reaproveitamento do lixo de origem orgânica para fertilizar o solo, como uma das principais formas de evitar o descarte de resíduos e a emissão de gases de efeito estufa. Em 2018, os funcionários usaram esta técnica para impedir que 377 quilos de CO<sub>2</sub> fossem emitidos na atmosfera. A compostagem evita também a emissão do gás metano, que é muito mais poluente do que o dióxido de carbono. Na filial Belo Horizonte (MG), foi criada uma composteira – local para reciclagem de lixo orgânico.

Materiais que seriam descartados, como cilindros condenados, pneus das carretas, holofotes de lâmpadas, pallets, carrinho de mão, filtros de caminhão e capacetes de cilindros, serviram para viabilizar o desenvolvimento de iniciativas sustentáveis.

Por meio da criação de hortas comunitárias, funcionários de diferentes unidades fomentam bons hábitos alimentares e práticas ambientalmente sustentáveis dentro e fora da empresa. Nas usinas de Sapucaia do Sul (RS), Juiz de Fora (MG), Bauru (SP) e Belo Horizonte (BH), colaboradores usam os recursos orgânicos para adubar a terra destinada às plantações. Na unidade de Divinópolis (MG), os capacetes usados passaram a ser expostos como vasos de plantas em espaços verdes, reduzindo a quantidade de descarte.



Colaboradores do CENA usam copos orgânicos que substituem os copos de plástico

Em 2017, no CENA (RJ) – a unidade com maior número de colaboradores da empresa na América do Sul –, copos de plástico usados pelos funcionários para beber água foram substituídos por outros, orgânicos, distribuídos como presente no Dia Mundial do Meio Ambiente. Mais de 20 mil copos plásticos eram utilizados por mês na unidade. A iniciativa contribuiu com a redução desse número para 2.500 por mês.

No mesmo ano, a White Martins implantou um programa de descarte de lixo eletrônico em diversas unidades do Brasil, por meio de uma parceria com duas empresas, uma delas direcionada para descarte correto e outra especializada em reaproveitamento. Ao longo do ano, 7,5 toneladas de materiais obsoletos foram recolhidas.

Outra iniciativa que promove o engajamento ambiental é o tradicional programa Verde & White, que tem como objetivo difundir a consciência e a importância da preservação do meio ambiente em todo o Brasil para estudantes e professores da rede pública de ensino. A média de participação, nos últimos dois anos, foi de 40 escolas.

A empresa também conseguiu reduzir o alto custo no descarte de perlita, em alguns casos, a zero. O projeto, implementado na Fábrica de Equipamentos Criogênicos, consistiu em oferecer o produto a empresas de segmentos como estonagem e construção civil, para ser usado em suas linhas de produção. Além do lucro operacional com a redução de 250 toneladas de perlita e do custo do descarte, a ação diminuiu o volume de materiais destinado a aterros.

O QUE FAZEMOS  
PELA GERAÇÃO  
DE IMPACTO  
SOCIAL POSITIVO

AINDA SOB OS EFEITOS DA DESACELERAÇÃO ECONÔMICA ENFRENTADA PELO PAÍS DESDE 2013, COM UMA LENTA RETOMADA A PARTIR DE 2017, A WHITE MARTINS SE MANTÉM FIRME NO COMPROMISSO DE GERAR IMPACTO POSITIVO POR MEIO DE SUAS ATIVIDADES. [GRI 103-1 | 103-2]

No biênio 2017-2018, fatores como a volatilidade do dólar e os aumentos do custo da energia, principal insumo da empresa, representaram desafios adicionais para a gestão da White Martins.

A saída para driblar o cenário desfavorável foi investir em projetos de produtividade e inovação, apostando na sua comprovada afinidade com esses temas: há equipes totalmente dedicadas a eles em todas as áreas de operação e negócios da White Martins. No mesmo sentido, a operação da empresa é atrelada a metas financeiras regionais de produtividade.

Um dos destaques do período – e que representa como inovação e produtividade podem ser conjugadas em favor de melhores resultados – foi a renegociação do contrato com a Usiminas, uma das principais siderúrgicas do país com unidade fabril em Ipatinga (MG). Confira case completo na página 58.

As alterações pelas quais passou a Unidade Rio de Janeiro, com o intuito de receber as operações da Unidade Cachambi, abrigando novos colaboradores e instalações também foram relevantes no biênio. No local, funcionam ainda o Centro de Tecnologia Rio (CTR), a Fábrica de Transportes (FATRAN) e o Centro de Operações de Homecare.

Na operação, um dos destaques é a construção de uma planta de enchimento de cilindros de CO<sub>2</sub> com alta tecnologia de produção aplicada e equipamentos de ponta. É a primeira planta com operação 100% nível zero da White Martins do Brasil – ou seja, que não precisa de plataforma para armazenar, carregar e descarregar os cilindros. No processo, totalmente paletizado, o operador usa uma empilhadeira para realizar toda a movimentação de cilindros, na carga e na descarga dos veículos.

As ações adotadas permitiram um resultado que contemplou a manutenção dos compromissos da empresa de investimento em sua equipe e nas comunidades vizinhas às suas operações, assim como os valores repassados ao governo por meio do pagamento de impostos. Foi possível também distribuir aos acionistas, sob a forma de juros sob capital próprio, R\$ 200 milhões em cada ano, referente aos resultados de anos anteriores. O Lucro Líquido do biênio esteve no patamar de 10% sobre as vendas.

# INOVAÇÃO E PRODUTIVIDADE: RENEGOCIAÇÃO DE CONTRATO BENEFICIA EMPRESA E CLIENTE



A renegociação do contrato com a Usiminas, uma das principais siderúrgicas do país, com unidade fabril em Ipatinga (MG), foi um dos destaques do biênio na área de Negócios BRIG.

A conversa com o cliente teve início quando a Usiminas identificou, em 2018, a necessidade de ajustar parâmetros operacionais de fornecimento que não estavam em conformidade com sua demanda atual de produção, como pressão, vazão, nível de estoque e pureza.

A Usiminas é cliente da White Martins há mais de 20 anos. O primeiro contrato entre as empresas foi assinado em 1996. O documento foi renovado por um novo ciclo a partir de 2018.

A primeira etapa da renegociação foi concluída em fevereiro de 2018 com a assinatura de um aditivo contratual para a continuidade do fornecimento dos gases industriais via gasoduto.

Dois meses depois, a negociação foi retomada, evoluiu conforme as necessidades da White Martins e do cliente e, em outubro do mesmo ano, as empresas chegaram a um acordo para ajuste de equilíbrio dos principais parâmetros contratuais.

A renegociação do contrato com a Usiminas Ipatinga envolveu diferentes equipes da White Martins, como os profissionais da Controladoria e de Produção para validação de todas as questões inerentes ao processo, que trouxeram, para ambas as empresas, melhorias e benefícios significativos, tais como:



- NOVOS AJUSTES OPERACIONAIS DAS PLANTAS CRIOGÊNICAS;
- ALTERAÇÃO NA VAZÃO HORÁRIA;
- ALTERAÇÃO NA PUREZA DE FORNECIMENTO DOS GASES ATENDENDO ÀS NOVAS ESPECIFICAÇÕES NECESSÁRIAS DO PROCESSO DO CLIENTE;
- MUDANÇA NO NÍVEL DE ESTOQUE DE PRODUTO NO CLIENTE, COM MAIS SEGURANÇA AO FORNECIMENTO;
- EQUILIBRAR CONDIÇÕES COMERCIAIS VINCULADAS A VARIAÇÕES DE CUSTOS DE ENERGIA, NÃO INERENTES AO PROCESSO.

### Valor econômico gerado e distribuído [ GRI 201-1 ]

|  | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Acionistas   | 0            | 0            | 226          | 201          |
| Colaboradores (remuneração e benefícios pagos para empregados)                           | 445          | 444          | 450          | 431          |
| Governo  | 905          | 1.132        | 919          | 813          |
| Lucro retido   | 279          | 575          | 425          | 332          |
| Juros e aluguéis (custos de operação)  | 929          | 266          | 297          | 526          |
| Investimentos nas comunidades  | 0,867        | 0,235        | 0,350        | 0,214        |
| <b>Total valor econômico distribuído</b>   | <b>2.280</b> | <b>1.843</b> | <b>1.892</b> | <b>1.972</b> |
| <b>Valor econômico gerado</b>  | <b>2.559</b> | <b>2.418</b> | <b>2.317</b> | <b>2.304</b> |
| <b>VALOR ECONÔMICO RETIDO<br/>(VALOR ECONÔMICO GERADO - VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO)</b> | 279          | 575          | 425          | 332          |

EM R\$ MILHÕES

## Transferência da FEC busca mais produtividade e sinergia

A Fábrica de Equipamentos Criogênicos (FEC) – originalmente instalada na Avenida Brasil, no Rio de Janeiro (RJ) – foi transferida, em dezembro de 2018, para um polo industrial na cidade de Sorocaba (SP). No modelo que vinha sendo adotado, a empresa contava com duas fábricas criogênicas no Rio de Janeiro, que operavam separadamente.

No modelo que vinha sendo adotado, a empresa contava com duas fábricas criogênicas no Rio de Janeiro, que operavam separadamente, porque não havia espaço e nem condições técnicas para unificar as operações (plantas e tanques, em Cordovil, e transportes, em Duque de Caxias).

Além da questão do crescimento demográfico na região onde a FEC funcionava, o esvaziamento do fornecimento local de peças (grande parte dos fornecedores migrou para São Paulo) impulsionou a mudança.

Nesse sentido, os esforços da White Martins foram direcionados a buscar alternativas que contribuíssem com o crescimento sustentável dos negócios, aumentando a produtividade e a sinergia nas operações, além de liberar espaço para a modernização da unidade de Duque de Caxias.



A NOVA FEC SERÁ A MAIOR E MAIS MODERNA DO SETOR DE CRIOGENIA NA AMÉRICA DO SUL, COM CONSUMO REDUZIDO DE ENERGIA ELÉTRICA E APROVEITAMENTO DA ÁGUA DA CHUVA PARA LIMPEZA E REFRIGERAÇÃO DE EQUIPAMENTOS.

O local escolhido em Sorocaba, um terreno de 22,5 mil m<sup>2</sup>, exigiu investimentos de cerca de R\$ 9 milhões e apresenta estrutura compatível com o negócio da companhia, além de estar situado em um polo industrial que também conta com prestadores de serviços e fornecedores que já atendiam a demanda da empresa. O fato de ser em Sorocaba também contribui para a proximidade com os prestadores de serviços e com os centros de distribuição na região de São Paulo.

A nova FEC será a maior e mais moderna do setor de criogenia na América do Sul. No local, serão fabricados tanques criogênicos, colunas de separação e vasos de pressão para plantas de separação de gases do ar e tanques para carretas, utilizados na produção, armazenamento e transporte de gases consumidos por indústrias e hospitais, além de equipamentos industriais. A unidade está sendo planejada para que tenha consumo reduzido de energia elétrica e aproveitamento da água da chuva para limpeza e refrigeração de equipamentos.

O projeto obteve todas as licenças municipais e estaduais para sua operação e, durante o período de construção das novas instalações e transferência dos equipamentos, o cronograma de produção e distribuição da FEC foi mantido e executado na própria unidade, no Rio de Janeiro, e na FATRAN.

A sede da White Martins para a América do Sul continua no Rio de Janeiro, onde tem oito unidades e trabalham quase 50% dos seus funcionários.

A empresa segue investindo no estado e inaugurou em sua unidade em Duque de Caxias a maior e mais moderna planta de produção de gases industriais em termos de tecnologia de produção e segurança, além de estar construindo no local o mais moderno laboratório de tecnologia de soldagem e seu centro de memória.

# Geração de valor em compras e contratações

Na rotina de Suprimentos, os desafios são, em sua maioria, relacionados à necessidade constante de assegurar a manutenção dos patamares de *saving* (um dos principais indicadores da área de Compras, que apresenta o quanto foi feito de economia e quanto de custo foi evitado) históricos, sem rupturas nos fornecimentos críticos.

Em 2018, o cenário econômico, influenciado pela disputa presidencial, teve impacto relevante no câmbio, o que afetou a capacidade da White Martins de gerar *savings* em compras internacionais críticas para o segmento medicinal, o negócio de revenda, aquisição de gases especiais e equipamentos para a produção.

De maneira inédita, as demandas para a preparação da fusão entre a Praxair e a Linde foram um desafio adicional e se tornaram o foco da empresa no biênio. Desde o último trimestre de 2017, a área de Compras passou a trabalhar no levantamento dos mais variados itens, como políticas, modelos de contratos, lista de fornecedores, dados de compras, preços praticados, fluxos dos processos e modelos de BIDs, entre outros.

Tais conferências, que envolveram as equipes da Praxair Legacy e da Linde Legacy (respeitando os limites legais de troca de informações), auxiliavam na identificação de melhores práticas e preparação de planos de ação com o objetivo de mitigar eventuais riscos de ruptura. Já os levantamentos de dados visavam apoiar o mapeamento de potenciais *savings* pelo Clean Team (profissionais das duas empresas, segregados de suas atividades regulares, sob rígidas regras jurídicas e monitoramento constante com acesso aos dados das duas companhias).

Como destaques nesse ciclo, a White Martins teve algumas importantes negociações envolvendo categorias representativas, como frete para distribuição de produtos líquidos e cilindros, equipamentos para suporte respiratório e terapia do sono, carvão ativado, telefonia móvel, nitrato de amônia, óxido de etileno e serviço de segurança, entre outros.

Outras iniciativas do período foram:

TRÊS AÇÕES DE ENGAJAMENTO COMUNITÁRIO;

SEIS TREINAMENTOS APLICADOS À EQUIPE, VISANDO AO FORTALECIMENTO DO GRUPO;

INTENSIFICAÇÃO DA INTEGRAÇÃO COM AS OPERAÇÕES DOS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL (DIRETAMENTE OU INDIRETAMENTE, POR MEIO DA CENTRAL DE SERVIÇOS NA COLÔMBIA);

PREPARAÇÃO PARA OBTENÇÃO DA CERTIFICAÇÃO DE OPERADOR ECONÔMICO AUTORIZADO (UM IMPORTANTE SELO DE GARANTIA PARA OS PROCESSOS DE IMPORTAÇÃO);

USO DA METODOLOGIA DESIGN THINKING PARA O APRIMORAMENTO DA RELAÇÃO COM AS DEMAIS ÁREAS DA EMPRESA QUE INTERAGEM COM SUPRIMENTOS.

# RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

[ GRI 102-9 ]

A White Martins reconhece a importância de seus fornecedores para a garantia da entrega dos melhores resultados e entende que seu relacionamento com eles deve ser pautado pelos mesmos e elevados padrões que impõe às suas próprias operações. Por isso, lançou, em 2016, o Código de Conduta do Fornecedor, com o objetivo de disseminar seus valores e diretrizes. Nele, estão contemplados temas como mapeamento de fatores de risco, diversidade e produtividade sustentável.

Outra característica importante do relacionamento da companhia com os fornecedores é o modelo de *business partners*, que permite a maior proximidade das empresas com as áreas usuárias, o que resulta em mais assertividade e eficácia no acompanhamento.

Segurança e direitos humanos também são temas inegociáveis em toda a cadeia de valor. Os padrões adotados devem ser os mesmos usados pela White Martins, incluindo treinamentos, avaliações de saúde e condições laborais.

Entre as principais iniciativas para engajar a cadeia de valor na promoção e respeito aos direitos humanos, destaca-se o programa Na Mão Certa, criado pela Childood Brasil, do qual a White Martins é signatária desde 2018. Ciente da sua significativa presença nas estradas por meio do transporte de produtos e, conseqüentemente, da responsabilidade social, a empresa aderiu à iniciativa, que tem o objetivo de mobilizar governos, empresas e organizações do terceiro setor para o enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias. Além disso, a White Martins busca orientar motoristas próprios e terceiros sobre esse assunto, realizando treinamentos e encontros periódicos junto a esses profissionais.

Em dezembro de 2018, a White Martins marcou presença no encontro anual do programa, em São Paulo. Na ocasião, recebeu o reconhecimento de signatária do Pacto Empresarial contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras.



O gerente de Distribuição de Líquidos, Alexandre Prado, recebeu o reconhecimento no encontro anual do programa, em 2018

# INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO: IMPACTOS NA SOCIEDADE

[ GRI 203-2 ]

A partir das diretrizes determinadas pela Praxair nos 50 países onde operou, a White Martins investe em ações sociais e de sustentabilidade nas áreas próximas às suas unidades, com iniciativas educacionais e ambientais, de capacitação ou com o apoio a projetos desenvolvidos localmente.

A empresa também apoia, desde 2008, o projeto “Detecção de Talentos na Diversidade”, desenvolvido pelo Instituto Superar, que promove a inclusão de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Descobrir talentos no esporte, desenvolvendo o protagonismo de cada pessoa com deficiência na sociedade é o principal objetivo do instituto. Entre maio de 2018 e abril de 2019, a instituição fez mais de 56 mil atendimentos a famílias e realizou mais de 28 mil oficinas esportivo-pedagógicas de natação e atletismo adaptadas para os alunos, com consultas com nutricionistas e atendimentos psicológicos inclusos. Além disso, os atletas do Superar conquistaram

cinco medalhas em competições do calendário paradesportivo. A White Martins se orgulha em fazer parte de iniciativas como essa, que promovem e valorizam a diversidade e a inclusão.

Em 2017, a empresa lançou, em parceria com o Instituto da Criança e a Comunidade Empodera, o programa de orientação voluntária InspirAR, com o principal objetivo de direcionar e auxiliar jovens afrodescendentes de comunidades de baixa renda da cidade do Rio de Janeiro em desenvolvimento profissional. Trata-se de uma oportunidade para funcionários que desejam compartilhar suas experiências profissionais de forma voluntária e auxiliar no desenvolvimento de jovens talentos. Dentro do programa, atualmente implementado na sede da companhia, no Rio de Janeiro, cada funcionário mentor acompanha um dos 20 jovens selecionados durante quatro meses. O projeto foi um dos vencedores globais do Pace 2018 - Prêmio Praxair de Engajamento Comunitário.

Outras duas iniciativas também reconhecidas na premiação foram os projetos “Idosos Vivendo com Dignidade”, da Unidade Juiz de Fora (MG), e “Ingeniería sin Fronteras”, da Praxair Argentina. O primeiro promove o bem-estar biopsicossocial do idoso atendido pela instituição Abrigo Santa Helena, enquanto o segundo consiste na ampliação do centro de atendimento a dependentes químicos da ONG Ingeniería sin Fronteras, além da construção de um novo espaço para a instituição.

No Rio de Janeiro, o Banco da Providência, patrocinado pela White Martins desde 2012, beneficiou mais de 200 pessoas em 2018. Com formação em diversos cursos profissionalizantes, o projeto prepara os alunos para conquistar oportunidades no mercado de trabalho e mudar a realidade de suas famílias por meio do aumento da geração de renda e da redução da desigualdade social.



A MOBILIZAÇÃO SOCIAL TEM UM PAPEL ESSENCIAL NA HISTÓRIA DO PEQUENO PRÍNCIPE. A PARTICIPAÇÃO DE DIFERENTES INSTITUIÇÕES E PESSOAS NOS PERMITE OFERECER TRATAMENTO DE PONTA E TRANSFORMAR A VIDA DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES.

ETY CRISTINA FORTE CARNEIRO  
DIRETORA EXECUTIVA  
DO HOSPITAL PEQUENO PRÍNCIPE

A White Martins patrocina o Hospital Pequeno Príncipe há oito anos

O Banco da Providência atua em cinco bairros do Rio de Janeiro que abrangem 60 comunidades com os mais baixos índices de desenvolvimento humano (IDH) do município.

Com o objetivo de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, a White Martins patrocina, há oito anos, o maior hospital pediátrico do Brasil, o Pequeno Príncipe. Localizada em Curitiba (PR), a instituição oferece atendimento para meninos e meninas em situação de vulnerabilidade social em todo o país. O hospital realiza, por ano, mais de 300 mil atendimentos ambulatoriais e 20 mil cirurgias. Em 2017,

a White Martins destinou recursos para o Saúde Integral, projeto do hospital que contribui para garantir direitos fundamentais aos pacientes e o acolhimento integral de seus familiares durante todo o processo de tratamento. A iniciativa viabilizou, ainda, mais de 10 mil assistências psicológicas e seis mil atendimentos com foco no acompanhamento escolar dos pacientes para assegurar sua continuidade nos estudos.

Outro investimento da White Martins que se manteve no biênio 2017-2018 foi na usina criogênica na cidade de Pecém (CE), com apoio às iniciativas de desenvolvimento social para a

região, especialmente a cinco instituições próximas à unidade: a Associação da Família do Pecém, a Associação do Sindicato das Famílias (AUFAM), o Conselho da Comunidade da Taíba (CCT), o Projeto Frente Beneficente para a Infância e a Fundação Educacional André Luiz.

A soma dos investimentos da companhia nos projetos locais atingiu cerca de 100 mil dólares em 2018.

Capítulo 5



# COMO VALORIZAMOS OS NOSSOS FUNCIONÁRIOS

## A WHITE MARTINS ACREDITA QUE CUIDAR DAS PESSOAS, TREINAR E CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS É UM DOS PILARES PARA O APERFEIÇOAMENTO DE HABILIDADES QUE FACILITAM O DIA A DIA DOS FUNCIONÁRIOS E QUE PODEM TRANSFORMAR A PERFORMANCE DA EMPRESA.

[ GRI 102-8 | 102-41 ]

A companhia crê na importância de valorizar pessoas das mais diversas origens e tipos e se empenha anualmente para investir em projetos que tragam benefícios tanto para a evolução pessoal do colaborador como para sua atuação profissional.

A empresa pratica a gestão de pessoas<sup>1</sup> sustentada no reconhecimento dos talentos, no respeito e valorização das diferenças e na busca por um ambiente de trabalho que privilegie a integração e a troca de experiências. As iniciativas pensadas e colocadas em prática, como ações presenciais e a distância, treinamentos e campanhas que envolvem todos os colaboradores, a diretoria e a alta liderança, dialogam também com a busca constante por maior produtividade, engajamento e eficiência, resultados conquistados nos últimos anos.

O principal programa da White Martins para atrair e reter talentos é o Recrutamento e Seleção, que realiza processos de contratação interna e externa. Aproveitar profissionais que já fazem parte do time para as vagas em aberto é uma prática tradicional da empresa. As oportunidades são divulgadas pelo e-mail do Transformar em Ação, programa de valorização do funcionário, e a avaliação dos candidatos é feita pela área de Recursos Humanos junto à área requisitante. Quando a vaga não é preenchida internamente, a equipe de Recrutamento e Seleção da White Martins

realiza seleção externa, por meio de ferramenta que busca profissionais no mercado, e conta com o apoio do gestor da área solicitante nesse processo, desde a escolha do candidato até a contratação.

Para realizar as melhores contratações, a White Martins adota o modelo de seleção por competências, recurso que permite avaliar o profissional com base em competências-chave preestabelecidas com o líder da área, para assegurar que ele se encaixe no perfil desejado.

Entre as preocupações da empresa também está estimular o desenvolvimento pessoal. Com a participação das lideranças, o programa de *mentoring* promove encontros entre o colaborador e um líder sênior, uma oportunidade para discutirem sobre carreira, tomada de decisão, gestão, processos e estratégia. Outra iniciativa importante é o programa de *coaching*, conduzido por uma consultoria externa e que estabelece metas específicas de desenvolvimento para os participantes.

Até o fim de 2018, a White Martins contava com 3.136 colaboradores no Brasil, entre empregados próprios, com contrato de trabalho por tempo indeterminado, e outros contratados por prazos determinados. Em toda a América do Sul, o total de colaboradores da Praxair chegou a 3.876.

1. 100% dos colaboradores são cobertos por acordos de negociação coletiva

COLABORADORES  
POR CONTRATO  
DE TRABALHO  
- BRASIL

|  | 2017         |          | 2018         |          |
|--|--------------|----------|--------------|----------|
|  | HOMENS       | MULHERES | HOMENS       | MULHERES |
| Tempo Determinado / Meio Período       | 25           | 29       | 28           | 31       |
| Tempo Indeterminado / Jornada Integral | 2.489        | 634      | 2.435        | 642      |
| Total por Gênero                       | 2.514        | 663      | 2.463        | 673      |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>3.177</b> |          | <b>3.136</b> |          |

COLABORADORES  
POR REGIÃO  
- BRASIL

|                  | 2017         |          | 2018         |          |
|------------------|--------------|----------|--------------|----------|
|                  | HOMENS       | MULHERES | HOMENS       | MULHERES |
| Centro-Oeste     | 76           | 16       | 78           | 14       |
| Nordeste         | 325          | 74       | 320          | 77       |
| Norte            | 146          | 41       | 137          | 42       |
| Sudeste          | 1.763        | 482      | 1.725        | 490      |
| Sul              | 204          | 50       | 203          | 50       |
| Total por Gênero | 2.514        | 663      | 2.463        | 673      |
| <b>TOTAL</b>     | <b>3.177</b> |          | <b>3.136</b> |          |

COLABORADORES  
POR PAÍS  
- PHS E BRASIL

|                  | 2017         |          | 2018         |          |
|------------------|--------------|----------|--------------|----------|
|                  | HOMENS       | MULHERES | HOMENS       | MULHERES |
| Argentina        | 210          | 67       | 216          | 68       |
| Bolivia          | 42           | 10       | 40           | 11       |
| Brasil           | 2.514        | 663      | 2.463        | 673      |
| Chile            | 33           | 9        | 31           | 9        |
| Paraguai         | 40           | 20       | 42           | 20       |
| Peru             | 194          | 51       | 199          | 54       |
| Uruguai          | 39           | 11       | 40           | 10       |
| Total por Gênero | 3.072        | 831      | 3.031        | 845      |
| <b>TOTAL</b>     | <b>3.903</b> |          | <b>3.876</b> |          |

# COMUNICAÇÃO E ENGAJAMENTO

A White Martins preza pela comunicação próxima e direta com os funcionários como forma de valorização e reconhecimento de seus talentos. Para isso, investe em canais de comunicação interna que informam e estabelecem vínculos cada vez maiores entre empresa e colaboradores, a partir do conhecimento sobre suas atividades, projetos e planos para o futuro. Essa linha de ação tem resultados que se estendem para o meio externo: a partir do momento em que o profissional da White Martins domina os temas relacionados à empresa e seus interesses, ele consegue com que outros públicos entendam melhor os valores da companhia e sua colaboração para a sociedade.

O diálogo com os funcionários é promovido por meio de canais de comunicação pensados estrategicamente para informar e aproximar. O mais novo deles, lançado em 2018, é o aplicativo de celular ConectAR WM – plataforma que reúne as principais notícias e informações sobre a White Martins. A ferramenta tem o objetivo de tornar a Comunicação Interna mais ágil, moderna e acessível. Disponível para os sistemas iOS e Android, a iniciativa é uma resposta às sugestões de

funcionários na Pesquisa de Comunicação Interna, realizada entre 2016 e 2017, que envolveu mais de 800 respondentes. Veja case na página 70.

O ConectAR WM substituiu a Revista White Martins, que há 15 anos era distribuída para todos os colaboradores da empresa. O veículo, embora muito apreciado pelos funcionários, ao longo do tempo, passou a apresentar índice de leitura de 51% do quadro funcional, percentual abaixo de outros veículos *online* como o Airwaves (intranet da White Martins, em que o funcionário encontra informações sobre políticas, benefícios, ferramentas de trabalho entre outros conteúdos que facilitam o seu dia a dia) e o WM Comunica (canal de comunicação entre empresa e funcionário via e-mail), que registraram índices de 97% e 86% neste quesito, respectivamente. Ferramenta efetiva de diálogo com os funcionários, os comunicados divulgam informações práticas e de serviços via e-mail corporativo.

A empresa produz ainda o White Notícias, um informativo mensal, também enviado por e-mail, que apresenta as notícias corporativas e das unidades

que foram destaque no período. Recentemente, este produto passou a ser exposto nos murais das unidades, que reúnem ainda os principais comunicados da semana. Os funcionários também podem acompanhar a White Martins pelo *site* oficial da empresa e pela rede LinkedIn.

Parte da dinâmica entre gestores e funcionários inclui, eventualmente, o compartilhamento de conteúdo institucionais via WhatsApp. A empresa não tem, ainda, uma conta corporativa para promover essa conversa, mas o público interno, inclusive os gerentes de negócio (GNs), já reconhece e valoriza esse meio de contato, que se estende ao público externo, como clientes e fornecedores, a quem são enviadas informações institucionais da White Martins. No entanto, os funcionários são orientados a formalizar as conversas por WhatsApp por outros canais institucionais, como o e-mail.

Trimestralmente, o presidente da White Martins e a diretoria executiva se reúnem em uma teleconferência para conversar com os funcionários de todo o Brasil, apresentando resultados, orientando, motivando e abordando expectativas da empresa.

O encontro é realizado na matriz da empresa, no Rio de Janeiro, unidade Cena, e transmitida via *call* para todo o país. Ao fim de cada sessão, os colaboradores têm a oportunidade de tirar dúvidas com os líderes e questioná-los sobre diferentes assuntos.

Entre 2017 e 2018, o Oxigenar, plataforma *online* para cadastro e engajamento em projetos de trabalho voluntário da White Martins, tanto no Brasil como nos demais países da América do Sul, ampliou seu protagonismo e já conta com mais de 630 funcionários cadastrados.

Periodicamente, a White Martins seleciona alguns dos projetos para receber aporte financeiro. Os colaboradores podem se cadastrar nas iniciativas e participar de ações promovidas por ONGs e instituições sociais em diversas localidades. Por meio da consulta à descrição dos projetos, eles têm a possibilidade de decidir quais são os mais adequados ao seu perfil. Há iniciativas nas áreas de saúde, esporte, infância e juventude, idosos e sustentabilidade, entre outras.

De forma interativa, é possível programar quando e como participar de cada ação e compartilhar as informações com colegas da mesma empresa. No último biênio, foram registradas 149 ações, que beneficiaram mais de 30 mil pessoas ao longo dos últimos dois anos.

## CONECTAR WM: A COMUNICAÇÃO INTERNA MAIS PRÓXIMA E ACESSÍVEL AOS COLABORADORES

De acordo com a pesquisa ‘State of Sector’, da Gatehouse, divulgada em 2017, os aplicativos de notícias cresceram 16% no Brasil, desde 2016, e serão uma das prioridades de investimento dos departamentos de Comunicação das grandes empresas nos próximos anos. Focada em inovação e sustentabilidade, a White Martins não fica para trás quando o assunto é informação via digital. Em 2018, lançou o aplicativo para smartphones Conectar WM, que reúne as notícias e informações mais importantes sobre a empresa, com publicações diárias.

O principal objetivo do projeto era fazer as informações corporativas chegarem a todos os funcionários que trabalham nas mais de 90 unidades espalhadas por todas as regiões do Brasil, um dos desafios da área de comunicação. Com conteúdo exclusivo para este público, o app substituiu a Revista White Martins, publicação quadrimestral impressa que, durante 15 anos, foi o principal veículo de Comunicação Interna.

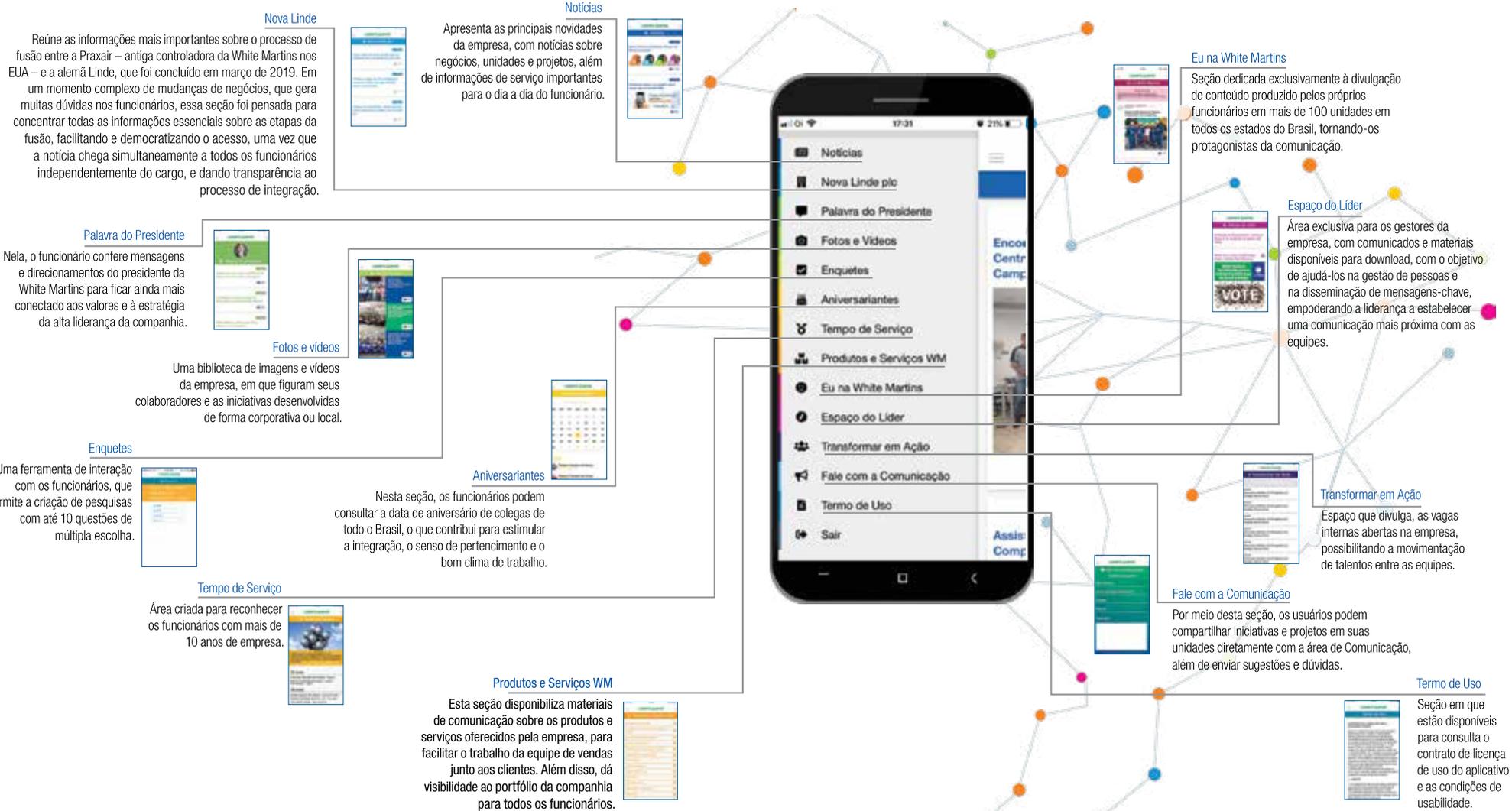
Um fator decisivo para lançar o ConectAR WM foi assegurar velocidade à distribuição de mensagens-chave estratégicas a toda a organização. De forma veloz e tempestiva, hoje é possível alcançar, simultaneamente, os cerca de três mil funcionários dispersos em todos os estados do país e, sobretudo, integrar os mais de 300 que não acessam desktops em sua rotina de trabalho. A Revista White Martins tinha um processo longo de produção, que impactava diretamente no *timing* de divulgação das notícias. Além disso, a mudança permitiu eliminar os custos de impressão e distribuição da publicação e evitar possíveis problemas de confiabilidade na entrega deste veículo aos colaboradores.

A decisão ousada e inovadora de substituir um veículo tradicional por um aplicativo, tornando, assim, a comunicação mais alinhada ao universo digital, também atendeu às sugestões de funcionários na última Pesquisa de Comunicação Interna, realizada pela empresa entre 2016 e 2017, e que envolveu mais de 800 respondentes. De acordo com os dados coletados, 80% dos colaboradores já se informavam prioritariamente por veículos *online*, tendo preferência por um modo de leitura mais ágil e dinâmico.

Disponível para os sistemas operacionais iOS e Android, o aplicativo ConectAR WM não é obrigatório e reúne as principais notícias e informações úteis para o dia a dia dos funcionários da White Martins. A interface do app é totalmente intuitiva, de fácil navegação, e dividida por seções. Apenas oito meses após o lançamento do aplicativo, em janeiro de 2019 – atendendo a sugestões dos próprios colaboradores –, a empresa já disponibilizou uma versão mais atualizada, com novas funcionalidades e a possibilidade de comentar as notícias, ampliando a possibilidade de diálogo direto com os funcionários.

O ConectAR WM também marca um momento em que o funcionário se torna cada vez mais protagonista do processo de comunicação, sendo ele também um produtor de conteúdo, uma vez que pode enviar sugestões, fotos e vídeos de iniciativas realizadas nas unidades pela própria ferramenta.





## METAS ALCANÇADAS

**ATINGIR 70% DO QUADRO FUNCIONAL, EM ESPECIAL OS COLABORADORES DO PLANO OPERACIONAL, QUE NÃO TÊM ACESSO A COMPUTADOR EM SUA ROTINA DE TRABALHO**

70% dos funcionários com o ConectAR WM instalado no primeiro ano de lançamento.

100% de unidades no app em todas as regiões do país (com pelo menos um funcionário de cada unidade com o aplicativo instalado no celular).

Pioneirismo no lançamento de um aplicativo para Comunicação Interna.

**AUMENTAR O SENSO DE PERTENCIMENTO DOS FUNCIONÁRIOS E TORNÁ-LOS PROTAGONISTAS DA COMUNICAÇÃO, CONTRIBUINDO PARA UM BOM AMBIENTE DE TRABALHO.**

117 conteúdos produzidos pelos funcionários e publicados no aplicativo, uma média de 9 por mês.

Engajamento de mais de 2.100 funcionários nas campanhas.

19 álbuns com mais de 700 fotos de iniciativas realizadas nas unidades.

96% dos usuários acham que acompanhar as notícias pelo aplicativo contribui para o seu trabalho no dia a dia (de acordo com a Pesquisa de Satisfação do app de junho de 2019).

**TORNAR A COMUNICAÇÃO INTERNA MAIS ÁGIL E ACESSÍVEL**

513 matérias publicadas, média de 42 por mês e duas por dia.

Mais de 50 mil curtidas e quase mil comentários nas matérias.

Média de 540 acessos por matéria.

O aplicativo conquistou a nota geral de 4,3 em uma escala de 1 a 5 na Pesquisa de Satisfação do app de junho de 2019 (sendo 1 considerado péssimo e 5 excelente).

O canal foi considerado o principal meio de comunicação sobre a White Martins (antes de comunicados por e-mail, intranet e murais).

**Comentários positivos no app**

**José Sacerdote da Silva Filho**

Excelente!

A nova versão do ConectAR WM, amplia a conexão e comunicação com os seus colaboradores, oferecendo um meio de consulta de informações, mercado, eventos, ações sociais e de sustentabilidade.

[Responder](#)



**Alexandre do Espírito Santo**

Excelente aplicativo chegou para somar. Essa é a nossa white Martins. 🍌🍌🍌

[Responder](#)



**Mauricio Vilarinho**

E um excelente meio de comunicacao white martins e os colaboradores.tem bastante informacoes importantes e um meio de ficar por dentro de varias noticias

[Responder](#)

# DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

[ GRI 103-1 | 103-2 | 404-2 ]

A White Martins tem como premissa o desenvolvimento profissional e pessoal dos seus funcionários no Brasil e nos Países Hispânicos. Na prática, promove programas internos, como treinamentos presenciais ou *e-learning*s, sobre temas relacionados a habilidades comportamentais, técnicas e aos negócios e operações da empresa. O valor desse trabalho muitas vezes se estende às famílias e à comunidade, principalmente quando os temas tratados são ligados a diversidade e inclusão, uma das prioridades da sua gestão de pessoas.

Focada na melhoria contínua dos processos, a empresa acompanha o desempenho da gestão de pessoas, avaliações de reação respondidas pelos participantes no fim de cada treinamento, e a partir do desenvolvimento das competências dos funcionários treinados ou que tenham participado de programas de desenvolvimento.

A média alcançada em 2018 ficou em torno de 98% de favorabilidade – isto é, de pessoas que avaliaram os treinamentos como bons ou ótimos. O resultado obtido nessas avaliações, incluindo sugestões e queixas dos funcionários, é analisado para que sejam feitos os ajustes necessários.

Outra ferramenta usada pela White Martins para medir a eficácia do trabalho promovido pela área de Desenvolvimento Organizacional, em parceria com Recursos Humanos, é a avaliação de desempenho anual, que alcança toda a equipe, inclusive gestores. É nesse resultado que se baseiam as metas da equipe de Desenvolvimento Organizacional. Aspectos como evasão, participação, homem/hora de treinamento, aprovação e comparativo ano a ano são indicadores levados em conta no processo de planejamento e avaliação.

Com base nos *feedbacks* e nas demandas do contexto de negócios da companhia, é elaborado anualmente um planejamento de Desenvolvimento Organizacional, no qual são definidos metas e objetivos, com prazos de cumprimento específicos para cada programa/projeto. A partir de um calendário anual, a empresa distribui as ações de acordo com a necessidade e urgência do treinamento e a disponibilidade dos envolvidos (instrutores e turma).

Programas consistentes de avaliação de desempenho, identificação de talentos, plano de sucessão e calendários de treinamento, com cursos formatados para o Brasil e para os Países Hispânicos,

estimulam o crescimento profissional, sempre com envolvimento das lideranças. A White Martins aposta no *e-learning* para capacitar colaboradores em diferentes regiões do Brasil. Por meio de um Catálogo de Treinamentos, disponibilizado no Airwaves (a intranet da empresa), os profissionais têm acesso aos mais de 50 treinamentos *online* e presenciais, divididos por temas: Desenvolvimento Pessoal, Saúde, Segurança e Meio Ambiente, Conhecimento Técnico e Negócios.

Para facilitar e garantir o acesso dos funcionários de toda a América do Sul à capacitação, o ambiente virtual Capacitar reúne todos os treinamentos *online* e conteúdos educativos. A empresa também oferece aos colaboradores o Portal da Carreira, um ambiente na intranet com materiais exclusivos para o planejamento e a gestão de carreira. São módulos *online* de treinamento e ferramentas para avaliação de perfil comportamental, competências e valores, alinhados com o Plano de Desenvolvimento Profissional (PDP) – que orienta a progressão de carreira do funcionário.



As lideranças também têm a liberdade de identificar as necessidades das diferentes áreas da empresa e dos funcionários. No entanto, todas as unidades e segmentos devem seguir a política de Desenvolvimento Organizacional da companhia, que existe há mais de 30 anos e está publicada no Airwaves, canal acessível a todos os profissionais.

Todo o processo é baseado e orientado pelas leis antitruste do Brasil e dos Estados Unidos, além dos padrões de ética e integridade da companhia, tanto os treinamentos presenciais como os *e-learning*s.

Os compromissos da White Martins com relação à gestão de pessoas, seu treinamento e desenvolvimento, também estão registrados em outras políticas, que foram reeditadas ou lançadas recentemente, como a Política de Idiomas, a Política de Pós-graduação/MBA e a Política de Avaliação de Desempenho.

Colaboradores participam de treinamento na unidade CENA (RJ)

# Novas metodologias para novas competências

A White Martins está em constante busca por desenvolvimento e inovação, tanto nos processos internos como também na forma como se coloca no mercado. Nos últimos dois anos, investiu em novos conceitos e metodologias para estar cada vez mais próxima do que a empresa quer para o futuro. Em 2017, 141 líderes de diferentes níveis, áreas e regiões do país foram treinados em cinco turmas do *workshop* VUCA, Mudança e Transição – uma delas foi exclusiva para as diretorias executivas de Negócios.

O termo VUCA surgiu nos anos 90 e é uma sigla para descrever um ambiente, uma situação ou condições de volatilidade (*volatility*), incerteza (*uncertainty*), complexidade (*complexity*) e ambiguidade (*ambiguity*). O conceito foi logo adotado pelo mercado, pois traduz bem as condições do mundo dos negócios atualmente e está influenciando a gestão nas empresas.

O treinamento teve a missão de conscientizar para a importância da adaptação a esse ambiente e sua relação com as práticas

de competitividade. Na ocasião, houve troca de experiências, percepções e informações que resultou em algumas ações de melhoria implantadas na White Martins.

Outra ferramenta que passou a ser utilizada pela empresa no mesmo ano foi a inovadora metodologia Design Thinking, pensada para a solução de problemas que envolvem o usuário, sua jornada e sua experiência com os produtos oferecidos pela companhia. Foram realizadas duas turmas envolvendo membros estratégicos nesses processos, num total de 105 funcionários, e a empresa passou a desenvolver projetos com a utilização prática da metodologia.

Um dos resultados desse treinamento foi o Projeto de Desenvolvimento da Força de Vendas. A ideia da iniciativa é revitalizar as práticas de relacionamento com o cliente, com objetivo de entender o seu comportamento, identificar os atributos importantes em seu processo decisório e desenvolver estratégias de retenção que atendam às expectativas de cada perfil. Veja case na página 79.

Com foco no aperfeiçoamento de sua liderança, em 2018, a White Martins lançou sete capacitações, somando quase 90 horas e 150 líderes treinados. Entre os destaques, pode ser citado: “Conversas de Liderança”, para funcionários de diferentes áreas e regiões (21 líderes foram treinados); “Habilidades Comportamentais para o Sucesso nas Relações”, centrado no autodesenvolvimento, focado na Inteligência Emocional (26 líderes treinados); “Desenvolvimento de Equipes para a área de Suprimentos”, focado na diversidade e inclusão nas equipes e no autodesenvolvimento através da ferramenta DISC, usada para potencializar os resultados de gestão de pessoas (22 funcionários treinados); “Palestra Liderança em Segurança”, duas turmas, uma para o GSS e outra para a FEC. O objetivo foi sensibilizar os líderes de quanto sua atuação e proximidade com os liderados têm importância para manter os padrões de segurança (20 líderes treinados); e lançamento da “Trilhas de Desenvolvimento” por Diretoria.

A empresa realizou também o *workshop* “Estratégia e Inovação” para um grupo de 28 líderes, no CENA (RJ), com o objetivo de atualizar o corpo gerencial no tocante a estratégia empresarial para ecossistemas de negócios, assim como estimular a reflexão coletiva acerca desse tema.

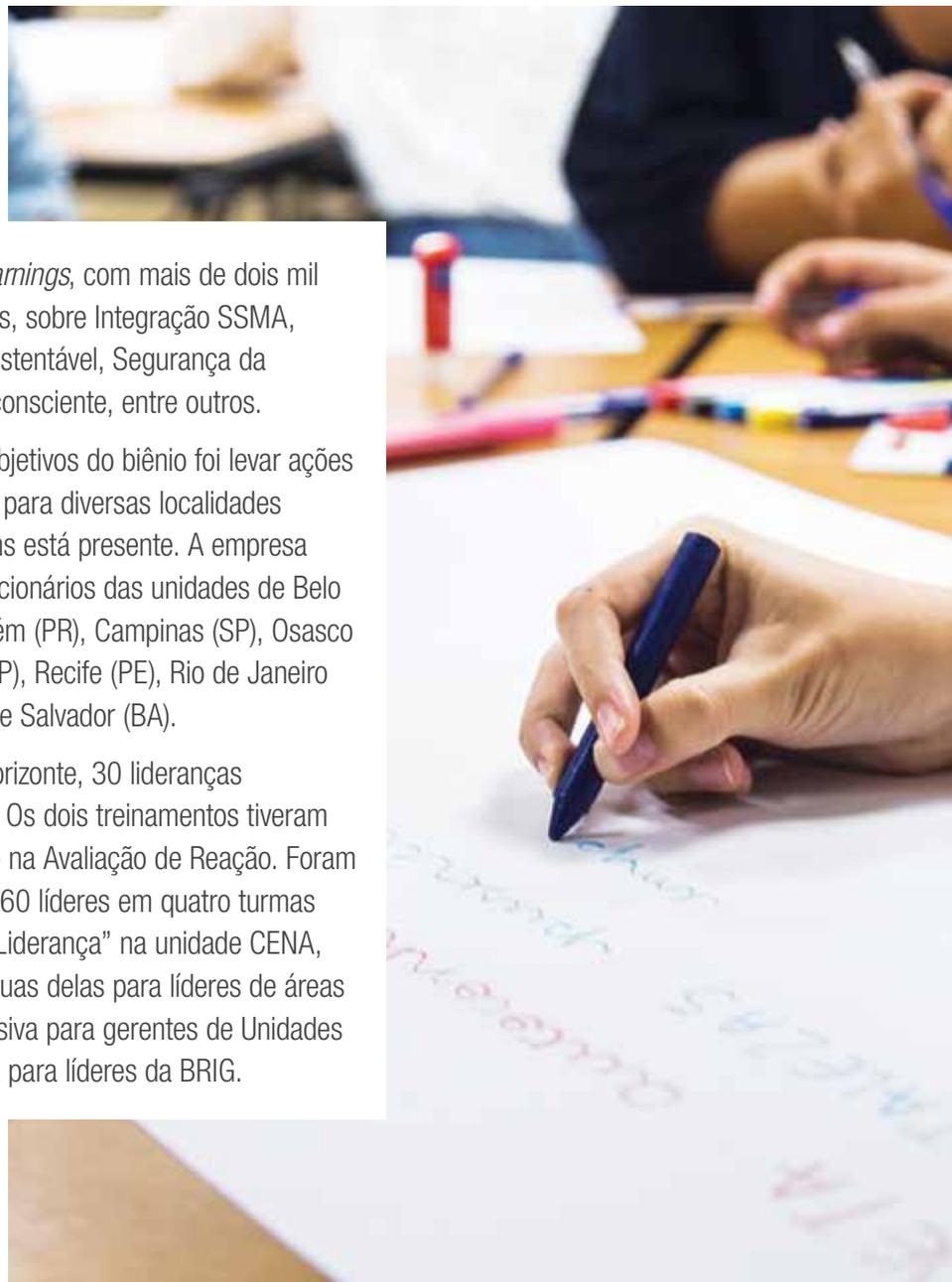
Para incentivar o desenvolvimento dos funcionários, a White Martins promoveu seis treinamentos, dentre eles três turmas do Leading in Praxair (LIP), uma exclusiva para mulheres, realizada no CENA (RJ), e outra para líderes de Osasco (SP), totalizando 55 gestores treinados. A empresa investiu, ainda, em seis novos *e-learning*s, entre eles “Integração SSMA”, “Direção Defensiva” e “Segurança da Informação”.

Em 2018, foram promovidas sete edições do Radar do Saber, com temas relacionados ao papel do funcionário como guardião da marca e de sua função na era do cliente como centro da estratégia, e cinco edições do Saber White, que abordaram estratégia digital, diversidade e importância do mercado de gases medicinais. Além disso, foram

realizados seis *e-learning*s, com mais de dois mil funcionários inscritos, sobre Integração SSMA, Desenvolvimento Sustentável, Segurança da Informação, Viés Inconsciente, entre outros.

Um dos principais objetivos do biênio foi levar ações de desenvolvimento para diversas localidades onde a White Martins está presente. A empresa treinou líderes e funcionários das unidades de Belo Horizonte (MG), Belém (PR), Campinas (SP), Osasco (SP), Sertãozinho (SP), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Sapucaia (RJ) e Salvador (BA).

Em Recife e Belo Horizonte, 30 lideranças participaram do LIP. Os dois treinamentos tiveram 100% de aprovação na Avaliação de Reação. Foram capacitados, ainda, 60 líderes em quatro turmas do “Habilidades de Liderança” na unidade CENA, no Rio de Janeiro, duas delas para líderes de áreas diversas, uma exclusiva para gerentes de Unidades de Negócios e outra para líderes da BRIG.



Indicadores de treinamento e avaliação de desempenho | Número de horas de treinamento por função por país  
[ GRI 404-1 ]

| HORAS DE TREINAMENTO       | 2015       |             |             | 2016       |             |             | 2017        |             |             | 2018       |             |             |
|----------------------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
|                            | T          | H           | M           | T          | H           | M           | T           | H           | M           | T          | H           | M           |
| Brasil                     |            |             |             |            |             |             |             |             |             |            |             |             |
| Diretoria                  | 0,1        | 0,1         | 0           | 7,4        | 6,8         | 13,3        | 6,90        | 7,20        | 8,70        | 9,20       | 9,20        | 11,9        |
| Gerência/Chefia/supervisão | 5,9        | 5,8         | 6,4         | 8,4        | 7,1         | 14,3        | 10,14       | 8,44        | 18,08       | 14,20      | 12,88       | 19,76       |
| Técnica                    | 5,7        | 5,3         | 6,8         | 8,5        | 7,3         | 11,2        | 2,23        | 2,25        | 0,90        | 2,34       | 2,28        | 5,48        |
| Administrativo             | 4,8        | 5,6         | 3,3         | 3,3        | 2,9         | 4,2         | 3,12        | 2,54        | 3,74        | 4,04       | 3,35        | 4,74        |
| Operacional                | 7,1        | 7,1         | 10,8        | 4,2        | 4,2         | 14,1        | 2,77        | 2,84        | 0,60        | 1,14       | 1,13        | 1,65        |
| Aprendizes                 | 5,2        | 5,3         | 5,2         | 5,2        | 4,3         | 5,9         | 5,3875      | 5,15        | 5,59        | 3,57       | 2,35        | 4,71        |
| Estagiários                | 18         | 26,4        | 9,7         | 12,2       | 12,4        | 12          | 12,14       | 10,92       | 13,47       | 13,2       | 13,24       | 13,18       |
| <b>Total</b>               | <b>6,3</b> | <b>6,55</b> | <b>5,18</b> | <b>5,4</b> | <b>4,75</b> | <b>7,67</b> | <b>4,84</b> | <b>4,10</b> | <b>7,46</b> | <b>5,8</b> | <b>4,85</b> | <b>8,82</b> |
| Colômbia                   | 8,2        | 8,14        | 8,18        | 5,2        | 4,76        | 5,84        | 6,8         | 5,90        | 6,20        | 7,9        | 8,40        | 8,10        |
| Venezuela                  | 15,6       | 18,2        | 10,7        | ND         | ND          | ND          | ND          | ND          | ND          | ND         | ND          | ND          |
| Peru                       | 2,4        | 2,73        | 1,2         | 7,5        | 8,3         | 3,86        | 14,77       | 14,43       | 15,76       | 11,09      | 11,88       | 9,34        |
| Bolívia                    | 4          | 4,05        | 3,98        | 3,6        | 3,38        | 4,37        | 10,17       | 11,33       | 6,28        | 13,26      | 10,2        | 11,9        |
| Chile                      | 5,1        | 5,2         | 3,98        | 2,9        | 0,73        | 10,34       | 12,40       | 11,51       | 14,87       | 14,01      | 14,6        | 12,41       |
| Paraguai                   | 12,4       | 11,6        | 14          | 12,7       | 13,2        | 12,1        | 12,8        | 13,1        | 13,7        | 13,2       | 12,1        | 12,7        |
| Argentina                  | 5,4        | 5,39        | 5,57        | 8,1        | 7,74        | 9,16        | 9,74        | 4,6         | 9,91        | 10,3       | 6,54        | 16,78       |
| Uruguai                    | 12,2       | 11,1        | 16,1        | 8,6        | 8,5         | 9           | 9,7         | 10,70       | 9,80        | 10,3       | 7,90        | 11,50       |

# PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DA FORÇA DE VENDAS

Nos últimos dois anos, a White Martins investiu fortemente em treinamentos para capacitar funcionários a atuarem na superação de desafios, com foco na melhoria da qualidade dos serviços e processos, sob a perspectiva dos negócios e dos clientes.

Com apoio da metodologia Design Thinking, a proposta foi a de treinar a Força de Vendas da empresa para resolver desafios com o usuário como protagonista do processo, com ajuda de ferramentas que promovem a colaboração e estimulam a inovação.

O trabalho teve início em 2017, com o mapeamento do dia a dia dos Gerentes de Negócios (GNs). O objetivo era compreender a realidade de trabalho, tarefas executadas, interações e suporte das equipes, processos internos e infraestrutura disponível. Esse processo foi chamado de Jornada do GN.



Em todas as regiões do Brasil, mais de 50 pessoas de nove áreas foram entrevistadas, incluindo sete diretores, 20 GNs, 14 profissionais de áreas de apoio, além de oito líderes da diretoria executiva, entre outros funcionários: GAPs (gerentes de Aplicações e Processos), GDNNs (gerentes de Desenvolvimento de Novos Negócios), gerente executivo, técnico de atendimento e gerente regional. Entre as ações e ferramentas usadas nesse trabalho, destacam-se entrevistas individuais e em grupo, *shadowings* (16 horas de trabalho, cinco profissionais da Força de Vendas envolvidos) e *desk invasion* (seis profissionais da Força de Vendas envolvidos).

Cerca de 200 profissionais da Força de Vendas e de outras áreas da empresa de todo o país foram ouvidos para garantir que esse grupo de funcionários tivesse, a partir de então, o melhor suporte possível.

Uma pesquisa eletrônica foi enviada para toda a Força de Vendas com o objetivo de aprofundar informações captadas durante as entrevistas (136 respondentes, 56% dos convidados a participar). Houve ainda um trabalho em campo, com sete dias de imersão da equipe do projeto para análise e síntese das informações, além de reuniões de compartilhamento.

A partir desses estudos, criaram-se equipes multidisciplinares para analisar, estruturar e implementar ações que motivam e facilitam o dia a dia da Força de Vendas.

Uma das iniciativas resultantes foi o projeto Impulsionar. Implantado em 2018 em todas as operações da empresa no Brasil, ele propõe que um profissional mais experiente atue como um facilitador e motivador do novo GN, para que ele desenvolva habilidades, supere desafios e conquiste os melhores clientes.

Outra alteração proporcionada pelo planejamento foi a decisão de que os novos gerentes passassem a participar do On Boarding – programa que envolve uma série de treinamentos, visitas e

reuniões com diversas áreas que têm interface com o GN no dia a dia.

Para acelerar a adaptação do GN e o conhecimento das operações da empresa, o On Boarding ganhou um novo roteiro de treinamentos on the job e *online*. Durante as capacitações, os colaboradores recém-contratados desenvolvem habilidades de negociação e aprimoram seus conhecimentos, além de passarem por treinamentos sobre competências e prospecção de mercado. Eles também têm a oportunidade de conhecer a estratégia, os objetivos e a atuação da companhia no mercado. Os novos GNs recebem um kit com carta de boas-vindas, mochila para laptop, agenda, camisa personalizada, carregador portátil para celular e porta cartão de visita.

Em 2018, 29 GNs foram matriculados para o On Boarding no segundo semestre. Como forma de reconhecimento, a White Martins lançou o “GN Destaque” do trimestre, indicado pela diretoria executiva e anunciado na teleconferência, realizada a cada três meses.

## Academia de vendas

Outro programa de treinamento que ganhou força em 2018, com um escopo mais consolidado e robusto dentro do Projeto de Desenvolvimento da Força de Vendas, foi a Academia de Vendas. Desenvolvida pela área de Recursos Humanos, em parceria com as áreas de Produtividade e CRM, é voltada para o treinamento desses colaboradores e inclui ambientação, capacitações nas regiões e treinamentos de liderança direcionados aos gestores de negócios.

Ao longo do ano, quase 20 capacitações foram oferecidas, envolvendo temas como Instalação de Gases, Negociação, Finanças e Gestão de Equipes para Alto Desempenho. Mais de 300 colaboradores foram treinados nesses dois anos em Belém (PR), Belo Horizonte (MG), Campinas (SP), Osasco (SP), Recife (PE), Salvador (BA), Rio de Janeiro (RJ) e Sapucaia do Sul (RS). As políticas que mais impactam o dia a dia da Força de Vendas, como combustível, computadores, telefonia celular e veículos, também foram revisadas.



Atenta às novas tecnologias que proporcionam mudanças nas formas de relacionamento entre as marcas e seus públicos, a White Martins promoveu, em 2018, um Radar do Saber em diferentes unidades do Brasil com o tema “Qual é o seu papel na era do cliente como centro da estratégia?”. A iniciativa, que contou com a participação de 100 colaboradores do Cena (RJ), de Araucária (PR), de Belo Horizonte (MG) e de Sertãozinho (SP), tinha como foco sensibilizar os funcionários sobre a importância de entregar ao cliente experiências cada vez melhores.

O relançamento do Portal da Força de Vendas foi outra necessidade identificada no processo de fortalecimento da atuação desse grupo de profissionais da White Martins no mercado. O objetivo foi propiciar um canal de troca e disponibilizar as principais informações que possam impulsionar os negócios. A nova versão do Portal é dividida em quatro áreas: Capacitação e Desenvolvimento, Gestão de Negócios, Procedimentos e Políticas, Melhores Práticas. O aplicativo ConectAR WM ganhou uma seção de produtos e serviços da White Martins.

A Campanha Todos Pelo Cliente promoveu ações para reforçar como o trabalho em equipe é decisivo para conquistar, reter ou encantar um cliente. Ao longo da campanha, marcada pela *hashtag* #TodosPeloCliente, mais de 60 colaboradores enviaram seus depoimentos sobre como melhorar a experiência na prestação dos serviços.

# DIVERSIDADE E INCLUSÃO

[ GRI 103-1 | 103-2 ]

A White Martins tem um forte comprometimento em promover a conscientização de seus funcionários com relação a Diversidade e Inclusão. Por meio de treinamentos presenciais e *e-learning*s específicos, o propósito da empresa é o de engajar e preparar os líderes para dialogar com suas equipes e explorar o pleno potencial de cada talento. Desde 2009, a companhia tem uma estratégia global de Diversidade consolidada, que é trabalhada a partir de três pilares: Cultura (projetos trabalhados pela área de Comunicação), Desenvolvimento (gestão feita pela área de Desenvolvimento Organizacional) e Atração (iniciativas propostas pela área de Recrutamento e Seleção). Um Comitê de Diversidade, formado pela alta liderança da empresa, traça estratégias e planos de ação para promover a Diversidade e Inclusão e garantir igualdade de oportunidades.

A gestão do tema é responsabilidade da Diretoria Executiva de Talentos e Sustentabilidade, que está amparada pela Política de Diversidade – alinhada à Política Global de Direitos Humanos, aos Padrões de Integridade Empresarial e às Diretrizes do Sistema de Gestão Integrada da companhia.

Globalmente, o objetivo é incorporar a temática Diversidade e Inclusão nas regiões de negócios.

É realizado um acompanhamento trimestral, no qual a alta liderança de diversidade e inclusão da White Martins apresenta para a matriz resultados e ações de destaque. Entre as principais iniciativas acompanhadas, estão resultados qualitativos e quantitativos dos treinamentos obrigatórios de Viés Inconsciente e Liderança Inclusiva (presencial e *online*) e do programa de Sponsorship (líderes da White Martins atuam como patrocinadores de mulheres de alto desempenho).

A adesão a pactos e iniciativas de desenvolvimento, cultura e comunicação para fomento da diversidade e da inclusão colaboram para que a empresa seja reconhecida como referência no tema perante a sociedade. A White Martins é signatária da Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, do Fórum de Empresas e Direitos LGBT, do Women's Empowerment Principles (Princípios de Empoderamento das Mulheres, WEPs na sigla em inglês), da ONU Mulheres e do Movimento Mulher 360. Seus compromissos estão publicados no *site* da empresa e, muitos deles, se baseiam nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no Pacto Global e na meta 50-50, estabelecida pelas Nações Unidas com o objetivo de alcançar a equidade de gênero.

As peças de comunicação produzidas pela White Martins sobre esse tema complementam as diretrizes da política e orientam os colaboradores sobre como praticar a diversidade no dia a dia, como o Manual de Diversidade e Inclusão e a Cartilha de Diversidade e Inclusão. Externamente, a empresa ministra palestras com o objetivo de compartilhar a estratégia e o conhecimento sobre o tema em empresas parceiras e eventos.

Com o objetivo de analisar a efetividade das ações e campanhas propostas internamente, os resultados são avaliados qualitativamente, para identificar de que forma as iniciativas impactam os funcionários. A empresa não tem uma meta definida para as ações de diversidade, mas acompanha globalmente os números em cada região em que atua, com relação a questões de gênero, sexualidade e raça. Com relação às PCDs (Pessoas com Deficiência), a White Martins – que é pioneira nesta questão, com atuação desde 1975 – vem trabalhando para atender todas as vagas, trazendo pessoas que possam ocupar diferentes cargos dentro da companhia.



A White Martins valoriza um ambiente diverso e inclusivo

### Diversidade entre os colaboradores [ GRI 405-1 ]

| GRUPO               | HOMENS | MULHERES |
|---------------------|--------|----------|
| Administrativo      | 50%    | 50%      |
| Especialistas       | 71%    | 29%      |
| Supervisão          | 81%    | 19%      |
| Gerência            | 80%    | 20%      |
| Diretoria           | 83%    | 7%       |
| Diretoria Executiva | 87%    | 13%      |

| GRUPO               | HOMENS | MULHERES |
|---------------------|--------|----------|
| Administrativo      | 293    | 34%      |
| Especialistas       | 99     | 21%      |
| Supervisão          | 31     | 25%      |
| Gerência            | 30     | 10%      |
| Diretoria           | 2      | 8%       |
| Diretoria Executiva | 2      | 12%      |

## Ações promovem diversidade e inclusão

Nos últimos dois anos, foi forte o investimento da White Martins em programas voltados para a ampliação da diversidade de gênero e racial, com consultorias e parcerias estratégicas.

Para promover a diversidade e o desenvolvimento de talentos, a White Martins criou e implantou em 2011 o curso online “Viés Inconsciente – com versão em espanhol para os Países Hispânicos –, que visa capacitar colaboradores no tema por meio de testes, desafios e reforços de conceito, apoiando os colaboradores na construção de consciência para evitar o desenvolvimento de potenciais estereótipos sociais. O curso faz parte do portal Capacitar, plataforma de treinamentos *online* da companhia com mais de 80 cursos e já capacitou mais de 1.312 funcionários e 479 líderes treinados.

Como empresa centenária, em um setor majoritariamente masculino, a White Martins promove iniciativas há mais de 10 anos em prol da inclusão do talento feminino. Hoje, a companhia conta com 20% de mulheres líderes, sendo 1/3 delas mapeadas com alto potencial para futuras promoções. Em 2018, 37% dos currículos recebidos foram de mulheres, contra 20% em

2012 – um avanço alcançado por meio de um trabalho estruturado em atração, desenvolvimento e cultura. Além disso, o índice de demissão voluntária nos dois primeiros anos após retorno da licença-maternidade é de 9%, percentual abaixo dos 48% de mercado, de acordo com a pesquisa “Licença maternidade e suas consequências no mercado de trabalho do Brasil”, realizada pela Escola Brasileira de Economia e Finanças da Fundação Getúlio Vargas (FGV EPGE).

Em 2017, a empresa realizou o treinamento presencial “Liderança Inclusiva” com 17 funcionárias do Rio de Janeiro e marcou presença em eventos, como o Fórum Empresarial LGBT, além de oficinas do Instituto Ethos sobre Equidade de Raça, Gênero e PCDs. A White Martins sediou o primeiro fórum Women Empowerment Principles (WEPs), em parceria com a ONU Mulheres, no Rio de Janeiro, com a presença de 150 convidados, representantes de mais de 100 empresas interessadas e signatárias dos WEPs. Também patrocinou o Fórum Mulheres em Destaque, com uma delegação de 25 funcionários, 22 mulheres e 3 homens.

Para trazer os homens ao centro da discussão sobre equidade de gênero e engajá-los no tema, a White Martins fechou uma parceria com a consultoria Papo de Homem, que realizou, em 2018, 10 rodas de conversa em oito unidades da empresa, com a participação de mais de 100 funcionários, incluindo as principais lideranças das unidades e também fornecedores, colaboradores terceirizados, maridos, filhos e namorados de funcionárias. A companhia também promoveu a campanha Paternidade Responsável, com o lançamento de um guia que aborda a importância da participação ativa dos homens na criação dos filhos. Além disso, incentivou a adesão de mais de 800 funcionários ao Movimento Eles por Elas (HeForShe), promovido pela ONU Mulheres, com a participação da alta liderança na campanha de comunicação. Esses resultados são fruto de um esforço contínuo para romper vieses inconscientes, com o engajamento da liderança e dos homens em prol da equidade de gênero. O objetivo é incentivar um ambiente propício à inovação com foco na sustentabilidade dos negócios.

ADESÃO DE MAIS DE  
800 FUNCIONÁRIOS AO  
MOVIMENTO  
ELES POR ELAS

(HeForShe)  
PELA  
ONU  
ONU  
MULHERES



Campanha de comunicação interna para engajamento de funcionários com a participação da alta liderança

Em 2017, foi lançado o Programa Inspirar, em parceria com a Comunidade Empodera (plataforma para promover a diversidade como alavanca para inovação, eficiência, sustentabilidade e melhor performance nos negócios) e o Instituto da Criança (um gestor de projetos sociais que, através de suas ações, inspira e promove o exercício da solidariedade). O Inspirar é um programa de mentoria voluntária para jovens em situação de vulnerabilidade social no Rio de Janeiro, todos da primeira geração de suas famílias a ingressar no ensino superior. A iniciativa proporciona orientação de carreira para universitários e recém-formados talentosos, com a participação de 25 líderes voluntários da empresa.

Ainda na temática racial, a White Martins tem em sua porta de entrada mais uma ação afirmativa no programa de estágio Novos Ares, que fechou 2018 com 30% de estagiários negros. Além das vagas convencionais, o programa possui 10 posições extraquadro para jovens afrodescendentes, que recebem a bolsa de inglês como benefício para o seu desenvolvimento profissional.

Com foco na Diversidade e Inclusão, foram realizadas seis edições do Radar do Saber – um projeto que promove uma série de palestras com temas alinhados a algum aspecto do negócio, ministradas por um consultor externo – e a empresa contou com a participação de cerca de 140 pessoas. Os temas envolveram a comunicação para o alto desempenho e o respeito com temáticas de diversidade: Gênero, PCDs, LGBT e Racial, como a celebração ao Dia da Consciência Negra.

A White Martins investiu também em seis campanhas internas, uma delas promovendo a Diversidade Cultural, que mobilizou 100 funcionários em um concurso de fotos e frases da Campanha de Diversidade. Dois lançamentos importantes marcaram o período, as campanhas Paternidade Responsável, que incentivou pais da empresa a tirarem uma foto demonstrando sua participação como pais que atuam na educação e cuidados com seus filhos (a companhia recebeu 165 fotos, com participantes de mais de 40 unidades diferentes do Brasil), e UNA-SE Pelo Fim da Violência contra as Mulheres, da ONU Mulheres, um convite aos funcionários para usarem seu perfil nas redes sociais, em apoio aos “16 dias de Ativismo Pelo Fim da Violência Contra as Mulheres”, marcando as publicações com as hashtags: #OrangeDay #DiaLaranja #16Days #16Dias, além de utilizar uma peça do vestuário na cor laranja, em um dia específico, com envio de fotos para posterior divulgação.

Reforçando a preocupação da White Martins em promover cada vez mais a participação feminina nos negócios da empresa, foi lançado, juntamente com outros projetos, em 2018, o “Liderabeta: Programa de Liderança Feminina”, em parceria com a consultoria Impulso Beta. Realizado com 26 colaboradoras da unidade CENA, no Rio de Janeiro, tem objetivo de levar as mulheres a refletir sobre sua atuação e posição no mundo corporativo atual.

Além da realização de *workshops*, treinamentos, palestras e campanhas internas, a White Martins patrocinou projetos sociais com foco na valorização das diferenças e na construção de uma sociedade mais inclusiva, por meio de parceria com hospitais, escolas, entre outras instituições.

## Grupo de Valorização da Diversidade

Em 2017, para incentivar ainda mais o diálogo interno sobre o tema Diversidade e Inclusão, foi criado o Grupo de Valorização da Diversidade (GVD), composto por cerca de 20 funcionários voluntários, engajados em questões de gênero, raça, pessoas com deficiência e LGBT e na abordagem da inclusão no ambiente corporativo, valorizando o ser humano. A maioria dos participantes do grupo é de negros e mulheres: 20% são pessoas da área administrativa; 15% são estagiários; 15% são funcionários do plano executivo; e 50% do plano profissional. Do total de participantes, 75% são identificados como geração Y e 25% geração Z. O projeto piloto do GVD foi realizado na unidade CENA, no Rio de Janeiro, e a expectativa é que seja levado para outras regiões nos próximos anos.

A necessidade de criar uma equipe de diálogo sobre o tema surgiu após a assinatura do Fórum de Empresas e Direitos LGBT, em 2015, mas a

aderência dos colaboradores ocorreu de forma mais intensa quando o grupo abriu espaço para discussões amplas sobre diferentes assuntos que envolvem Diversidade e Inclusão. Eles participam de reuniões mensais, trocam experiências, produzem conteúdo e geram iniciativas, sempre a partir da identificação de práticas que incentivem a inclusão, o desenvolvimento e a melhoria contínua no ambiente de trabalho.

Em 2017, palestras e capacitações abordaram temas como equidade de gênero. No ano seguinte, o apoio da consultoria Papo de Homem trouxe avanços acerca do tema masculinidade. Outra conquista foi o lançamento do Guia de Paternidade Responsável – um informativo com orientações aos pais sobre a importância da presença e participação no dia a dia dos filhos. Mais iniciativas relevantes também foram colocadas em prática a partir das conversas do GVD, como o Estudo de Equidade Salarial entre Gêneros, a revisão

das Políticas de Diversidade e Direitos Humanos, a revisão do valor do auxílio-transporte para estagiários, a criação de uma identidade visual para o grupo e a criação de um e-mail de contato específico para as questões que envolvem a valorização da diversidade.

A expectativa do GVD é criar o primeiro manifesto da White Martins sobre Diversidade e Inclusão, escrito por funcionários, com o apoio da Promundo, uma organização não governamental que atua em diversos países do mundo, buscando promover a igualdade de gênero e a prevenção da violência com foco no envolvimento de homens e mulheres na transformação de masculinidades. A ideia é levar a importância do Grupo de Valorização da Diversidade à toda empresa e evidenciar seus debates e soluções.

# Reconhecimentos e premiações

Como reconhecimento ao seu compromisso com a promoção da diversidade e da inclusão, a Praxair se destacou em dois importantes índices nos Estados Unidos, pelo trabalho realizado nos últimos anos. A empresa é uma das integrantes, pela segunda vez consecutiva, do Índice de Igualdade de Gênero da Bloomberg, empresa global de informações e tecnologia, que reconhece as organizações comprometidas em reportar com transparência as questões de gênero no ambiente de trabalho e em promover o avanço da igualdade das mulheres.

A revista Forbes reconheceu a Praxair como uma das Melhores Empresas Empregadoras da América para a Diversidade. A lista com 500 empresas é resultado de uma pesquisa independente na qual funcionários avaliaram seus próprios empregadores e outras organizações sobre os temas geração, igualdade de gênero, etnia, deficiência, LGBTQ+ e diversidade em geral. O levantamento considera ainda a diversidade presente nos altos cargos executivos e na diretoria.

A Praxair foi incluída no *ranking* das Melhores Empresas Empregadoras da Forbes e na lista das mil Empresas com Forte Liderança Feminina em 2018 pela Mogul, organização social americana que capacita mulheres em todo o mundo por meio do acesso a informações, oportunidades econômicas e educação.



A White Martins conquistou em 2017, ainda, o prêmio Guia Exame de Mulheres na Liderança, promovido pela Exame, reconhecida na categoria “Estrutura, Processos e Estratégia da Empresa”, além de ter sido destaque entre as companhias do setor “Química e Petroquímica”.

Em 2018, a empresa foi reconhecida como a empresa do ano na categoria étnico-racial, com o prêmio Guia Exame de Diversidade, a primeira publicação do veículo com esta temática.

# SAÚDE E SEGURANÇA DO FUNCIONÁRIO

[ GRI 103-1 | 103-2 | 403-2 ]

Garantir a segurança e o bem-estar das pessoas e das comunidades vizinhas às operações é um dos valores prioritários da White Martins. Por meio de um Sistema de Gestão Integrada (SGI), a área de Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Qualidade (SSMAQ) estabelece critérios e métodos para o gerenciamento contínuo dos riscos das operações, priorizando a prevenção de situações capazes de impactar seus colaboradores, terceirizados, clientes, população e meio ambiente.

A política de Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Qualidade da White Martins e suas diretrizes estão alinhadas com o direcionamento estratégico da Praxair. Por meio de programas e treinamentos contínuos, capacitações e campanhas, assim como procedimentos e sistemas inovadores voltados exclusivamente para o aprimoramento da segurança no ambiente de trabalho, a empresa busca promover uma cultura de prevenção entre funcionários, terceirizados e fornecedores de produtos e serviços.

A área de SSMAQ é a responsável pelo monitoramento dos indicadores relacionados

à segurança nas operações da empresa. Todos os eventos são devidamente reportados e analisados em reuniões periódicas. A equipe também faz uma avaliação anual do desempenho das unidades em saúde e segurança e desenvolve planejamentos de melhorias a partir da aplicação das melhores práticas. Todas as unidades são devidamente classificadas (a empresa entende os riscos de cada localidade, cada uma com sua especificidade) e análises mais rigorosas do que as exigidas pela legislação são promovidas para aquelas com maiores níveis de risco.

A White Martins examina qualquer acidente que envolva colaboradores (contratados ou terceiros), produtos ou atividades de prestação de serviços, com o objetivo de identificar suas causas e eliminara possibilidade de ocorrência similar.

A segurança é uma questão fundamental na gerência da operação. A liderança é responsável por garantir que os procedimentos sejam realizados por pessoas capacitadas, utilizando os equipamentos adequados, conduzindo a atividade de forma correta evitando, desta forma, danos e lesões aos envolvidos na operação, ao cliente e ao meio ambiente.

Para reduzir cada vez mais riscos de falhas humanas, a White Martins busca, sempre que possível, automatizar os processos. Um exemplo disso foi o lançamento do Sistema de Gerenciamento de Mudança (SGM), em 2017, que otimizou o controle em cada *on-site*, das mudanças de instalações, das modificações em equipamentos e do risco envolvido em cada pedido – essas solicitações eram feitas analogicamente. A ferramenta eletrônica possibilitou uma avaliação mais profunda dessas mudanças antes de serem colocadas em prática, trazendo mais agilidade e simplicidade ao processo. Outras ferramentas de controle das operações também foram digitalizadas nos últimos dois anos, garantindo *sites* mais eficientes e seguros e contribuindo para a identificação de melhorias durante as auditorias.

O processo de distribuição dos produtos também conta com investimentos contínuos em tecnologias modernas e veículos mais seguros. Regularmente, são realizados treinamentos e capacitações com motoristas e demais profissionais envolvidos na operação de distribuição em todo o Brasil.



A White Martins revisou o processo de qualificação e de *coaching* dos motoristas. Este último, que era feito anualmente, passou a ser realizado a cada ocorrência de um evento crítico. Por meio do sistema Seva, a equipe de Segurança acompanha em tempo real as operações nas estradas e apura ocorrências na condução dos veículos.

Com o objetivo de conscientizar as equipes, a empresa realiza Diálogos Diários de Segurança (DDS) com toda a operação e, periodicamente, líderes participam de diálogos com os motoristas. A White Martins é pioneira nessa conversa face a face com os condutores de seus veículos. Em 2018, o Centro de Distribuição de Líquidos (CDL/RJ) conquistou um número inédito na companhia: três meses sem nenhuma ocorrência de evento no Seva. A conquista é fruto de um trabalho contínuo focado em treinamentos de direção defensiva, a realização dos DDSs e premiações.

Com o objetivo de fortalecer a cultura de segurança e a prevenção de acidentes entre os colaboradores, foi realizada nas diferentes unidades da White Martins, em 2018, a Semana de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SEPAT) com a coordenação das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes. Esses encontros reforçam o compromisso com a prevenção de acidentes e fomentam práticas para melhorar a qualidade de vida dos colaboradores.

Em 2017, a empresa não registrou acidentes fatais nem eventos com gravidade. Entretanto, em 2018, um acidente incapacitante com funcionário aconteceu durante uma operação de hidrogênio no Rio de Janeiro. Uma das causas identificadas foi um erro durante o gerenciamento de uma mudança na planta.

### Taxas de saúde e segurança de colaboradores (funcionários e contratados) [GRI 403-2]

|                              | 2015 |      |      | 2016 |      |      | 2017 |      |      | 2017 |      |      |
|------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                              | BR   | PH   | AS   |
| Taxa de acidentes*           | 0,11 | 0,12 | 0,11 | 0,06 | 0,09 | 0,07 | 0,16 | 0,06 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,14 |
| Taxa de dias perdidos**      | 0,03 | 0,09 | 0,05 | 0,04 | 0,06 | 0,05 | 0,04 | 0,03 | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0,07 |
| Taxa de doenças ocupacionais | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |

\*Quantidade de acidentes sérios + quantidade de acidentes incapacitantes)  $\times$  200.000  $\div$  total de horas trabalhadas/ano

\*\*Quantidade de acidentes incapacitantes  $\times$  200.000  $\div$  total de horas trabalhadas/ano

## Promoção da saúde

A conversa com os colaboradores também envolve o incentivo a hábitos saudáveis, que contribuem para a qualidade de vida e bem-estar, e a disseminação desses hábitos junto a seus familiares. Por meio de campanhas informativas, divulgadas pelos canais de comunicação interna, a White Martins reforça os benefícios da alimentação balanceada e saudável, da prática regular de atividades físicas e da realização de exames preventivos que podem auxiliar na identificação de doenças ainda em fase inicial, com maiores chances de êxito no tratamento.

A empresa oferece um programa de assistência à saúde, com acesso a hospitais, laboratórios e médicos especialistas, como parte do pacote de benefícios aos funcionários. Os colaboradores em toda a América do Sul podem participar de atividades oferecidas pela companhia, como a ginástica laboral durante o expediente, voltadas para a saúde e o bem-estar.

## PAF AJUDA FUNCIONÁRIOS A ENFRENTAR MOMENTOS DIFÍCEIS

Auxilia na resolução de problemas pessoais do colaborador e de seus dependentes e ajuda a transformar o ambiente de trabalho. Foi com esse pensamento que a White Martins implantou, em 2017, o Programa de Apoio e Assistência ao Funcionário (PAF), um benefício que faz parte do compromisso da empresa em promover o bem-estar e a saúde integral da equipe. Baseado no International Guide Line Employee Assistance Program e desenvolvido pela Employee Assistance Professional Association International (EAPA), o programa é orientativo e conta com a experiência de psicólogos, assistentes sociais, advogados e consultor financeiro.

A gestão do PAF é feita pela PGP, empresa focada em serviço de assistência ao empregado, que faz

o primeiro atendimento no telefone 0800, disponível para todos os funcionários do Brasil, e o encaminha para o especialista após uma triagem. O atendimento é gratuito para empregados e dependentes, de segunda a sexta-feira, das 8h às 20h, e pós-expediente para situações emergenciais. Em 2018, cerca de 160 atendimentos foram realizados, dentre eles, 15 foram dependentes de funcionários que entraram em contato com o programa para tentar solucionar problemas.

As orientações envolvem diferentes assuntos, como situações de mudanças de vida e crises; preocupações familiares com idosos ou crianças; problemas conjugais ou de relacionamentos; temores e ansiedades; mudanças no estado de ânimo (tristezas, angústia, desânimo); situações de perda/luto; conflitos interpessoais dentro e fora do trabalho; e compulsões (drogas, álcool, jogos, web, compras). As informações

são confidenciais e o processo de aconselhamento envolve identificar o problema, pensar em alternativas, desenvolver um plano de ação e acompanhar o funcionário, para avaliar o desenvolvimento do tratamento e melhorias.

Para verificar a eficácia e receptividade do PAF, a empresa criou um espaço na Intranet para os funcionários que queiram falar sobre o programa – como este é um canal aberto, o colaborador acaba se identificando.

COMO PRESTAMOS  
CONTA DAS  
AÇÕES EM  
SUSTENTABILIDADE

## A WHITE MARTINS É RECONHECIDA POR SER REFERÊNCIA EM GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE, UM TEMA QUE É TRATADO DE MANEIRA TRANSVERSAL AO NEGÓCIO E ENGLIBA ASPECTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E AMBIENTAIS.

[ GRI 103-1 | 103-2 | 103-3 ]

As diretrizes globais de sustentabilidade orientam as estratégias de negócios e trazem resultados para as operações, clientes, sociedade e meio ambiente. Para estimular a cultura sustentável, a empresa investe em programas, campanhas, ações presenciais e atividades virtuais. Os colaboradores valorizam a promoção de temas relacionados à sustentabilidade, interna e externamente, e reconhecem a importância dessas questões nas tomadas de decisão.

A White Martins segue uma Política Global de Sustentabilidade com orientações que refletem na governança da empresa. Por meio de um Comitê de Sustentabilidade, formado por diretores e pela alta liderança da companhia, traça estratégias e planos de ação, incluindo iniciativas de cultura, desenvolvimento e comunicação que são realizadas durante o ano.

A gestão do tema é liderada pela diretoria de Talentos e Sustentabilidade, criada em 2008, e pela Gerência de Sustentabilidade e Diversidade, que têm como missão construir um planeta mais sustentável.

Para garantir e evidenciar que o pensamento sustentável faça parte da estratégia corporativa, a empresa conta com uma série de ferramentas que norteiam e influenciam planejamento e decisões, entre as quais estão o Código de Conduta, as Diretrizes de Governança Corporativa e de Gestão Integrada e a Política de Direitos Humanos.

A eficácia dessas ações vem sendo reconhecida pelos mais importantes índices globais de desempenho empresarial. A companhia participa globalmente do Índice Mundial de Sustentabilidade Dow Jones (DJSI) e está presente no Índice de Liderança de Divulgação do CDP.

Por meio de metas, tanto qualitativas como quantitativas, a White Martins busca a redução de consumo de energia elétrica, resíduos e água. Indicadores também avaliam o desempenho da empresa nas áreas de *compliance*, diversidade e direitos humanos, envolvendo o engajamento comunitário, por exemplo. A equipe responsável pela sustentabilidade da empresa dialoga sobre o tema com os líderes corporativos e faz a interface com quase todas as áreas, a partir da distribuição e acompanhamento das metas estabelecidas anualmente. O resultado é controlado e avaliado pelo Conselho de Sustentabilidade, que é formado pelos diretores executivos e pelo presidente da companhia.

Mensalmente, é realizado um acompanhamento das métricas e do desempenho em sustentabilidade em todas as áreas da empresa. O trabalho de gestão das metas é feito a partir de uma plataforma, na qual as unidades reportam seus resultados. Além da gerência de Comunicação e Sustentabilidade, responsável por esse acompanhamento, a equipe de Saúde, Segurança e Meio Ambiente também se envolve no levantamento e avaliação das informações publicadas no sistema.

Para otimizar a gestão, a diretoria de sustentabilidade realiza *conference call* mensal

com as equipes responsáveis pelo desenvolvimento do tema na empresa e, anualmente, uma apresentação sobre os projetos realizados em cada região é levada ao comitê para análise e avaliação das melhores práticas.

Dentre as ações globais realizadas pela empresa no biênio, pode ser destacado o Programa Desperdício Zero, que contribuiu significativamente para a redução de impactos ao meio ambiente, assim como o Dia da Terra e o Dia da Água, duas iniciativas importantes para lembrar sobre a importância da preservação dos recursos naturais. Em 2018, a White Martins passou a apoiar a The Nature Conservancy (TNC), idealizadora do projeto “Coalizão Cidades pela Água”, que tem como objetivo aumentar a segurança hídrica de doze regiões metropolitanas brasileiras.

Outro destaque é o Programa Na Mão Certa, que tem o compromisso de disseminar entre os motoristas da empresa o combate à violência sexual contra crianças e adolescentes, seja nas estradas ou fora delas. Esse projeto é uma iniciativa da ONG Childhood Brasil, em parceria com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. A companhia integra o programa desde 2010 e, devido a sua forte atuação nesta causa, recebeu o reconhecimento de signatária do Pacto

Empresarial contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas rodovias brasileiras, em 2018.

A atuação sustentável da White Martins se reflete em reconhecimentos concebidos nos últimos anos, como o Índice Dow Jones de Sustentabilidade e o Guia Exame de Sustentabilidade. Em 2018, foi premiada pela 5ª vez consecutiva pelo Guia como uma das empresas mais sustentáveis do Brasil.

O trabalho em diversas frentes para promover o desenvolvimento sustentável, aliando negócios e preservação do meio ambiente, resultou também no reconhecimento do cliente Braskem, pelo protagonismo da White Martins no programa de engajamento em sustentabilidade voltado para fornecedores, que contribuiu para que a Braskem atingisse os indicadores de desempenho ambiental definidos pela ONG CDP, uma das principais organizações globais desse setor.

A empresa foi eleita, ainda, uma das 100 empresas mais sustentáveis do mundo pelo Index Americas – sendo a única empresa do setor de gases industriais a entrar no índice, que avalia organizações na América Latina e no Caribe com base em critérios como governança corporativa e desempenho ambiental e social.

# Públicos e engajamento

[ GRI 102-40 ]

Consciente da sua importância para a sociedade e para a economia, além de sua responsabilidade de zelar pelo melhor uso dos recursos naturais, a White Martins busca manter o melhor e mais transparente relacionamento possível com os públicos mapeados como os que estão mais próximos de suas atividades e eventuais impactos, positivos ou negativos.

Entre os seus principais públicos de relacionamento, destacam-se colaboradores, gestores, fornecedores, clientes, meio acadêmico (professores, pesquisadores e alunos de graduação e pós-graduação), imprensa e comunidades próximas às plantas.

Para manter a comunicação e engajar esses grupos e toda a sua cadeia de valor nas principais questões voltadas para o desenvolvimento sustentável, a White Martins busca manter constante relacionamento tanto pelo contato direto, por meio das nossas equipes, como pelos variados canais de comunicação, conforme a tabela ao lado.

## Canais de comunicação com públicos interessados

[GRI 102-42]

| VEÍCULO                       | PÚBLICO ALCANÇADO                                   | CONTEÚDOS ATENDIDOS  | FREQUÊNCIA |
|-------------------------------|---|--|------------|
| Site na internet              | Todos os <i>stakeholders</i>                        | Quem somos, produtos, serviços mercados atendidos, releases  | Variável   |
| Redes sociais                 | Todos os <i>stakeholders</i>                        | Marca empregadora, sustentabilidade, negócios  | Semanal    |
| SAC                           | Clientes  | Produtos e serviços  | Contínuo   |
| Relatório de sustentabilidade | Todos os <i>stakeholders</i>                        | Desempenho em sustentabilidade   | Bianual    |
| Assessoria de imprensa        | Mídia   | Releases, notas, entrevistas, fotos  | Contínuo   |
| Trabalhe Conosco              | Comunidade  | Oportunidades de emprego   | Variável   |
| Teleconferência               | Funcionários e terceiros Brasil                     | Negócios, recursos humanos, diversidade, sustentabilidade, <i>compliance</i>   | Trimestral |
| Canais de comunicação         | Funcionários e terceiros Brasil e Países Hispânicos | Negócios, serviços, tecnologia, <i>compliance</i> , recursos humanos, diversidade, sustentabilidade, infraestrutura, dia a dia das unidades e funcionários | Variável   |

# MATRIZ DE MATERIALIDADE

O processo de determinação da matriz de materialidade da White Martins foi realizado em 2017 e revisado no início de 2019. a primeira etapa contou com a realização de consultas junto aos públicos internos e externos. Os resultados dos questionários aplicados foram cruzados com as prioridades corporativas e com os temas apontados pela matriz global da Praxair, levantada a cada cinco anos com o objetivo de ajudar a definir os objetivos e metas de desenvolvimento sustentável do grupo (os objetivos e o desempenho da empresa ficam disponíveis no *site* corporativo da Praxair).

No início de 2019, representantes de todos os grupos de *stakeholders* foram ouvidos para avaliar a atualidade e a pertinência dos temas levantados em 2017. Também foram avaliados estudos de instituições relacionadas às práticas de relato de sustentabilidade e de engajamento de *stakeholders* que analisaram os principais impactos e temas materiais do setor de gases, como Global Reporting Initiative (GRI) e Governance and Accountability Institute (G&A).

Ao fim do processo, foi verificado um nível de aderência superior a 95%, indicativo da atualidade e pertinência dos temas listados na matriz.

## MATRIZ DE MATERIALIDADE DA WHITE MARTINS

ÉTICA E INTEGRIDADE

DESEMPENHO ECONÔMICO COM FOCO NO RESULTADO

PERFORMANCE DOS COLABORADORES

FOCO NAS NECESSIDADES E SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

ADAPTAÇÃO AO CENÁRIO ECONÔMICO

CULTURA DE SUSTENTABILIDADE

PROJETOS DE ENGAJAMENTO COMUNITÁRIO

EFICIÊNCIA NO CONSUMO DE ENERGIA

## Descrição dos temas materiais da White Martins

| TEMA MATERIAL                                   | DESCRIÇÃO E RELACIONAMENTO DA WM COM O TEMA  | ASPECTO GRI                    | INDICADORES REPORTADOS | LOCALIZAÇÃO DOS IMPACTOS |
|---|--|--------------------------------|------------------------|--------------------------|
| Ética e integridade                             | A gestão de aspectos ligados às melhores práticas corporativas, incluindo transparência, conduta de funcionários, ações de <i>compliance</i> e princípios de boa governança      | Anticorrupção                  | 205-2                  | Dentro e fora da empresa |
| Desempenho econômico com foco no resultado      | A busca de resultados financeiros e econômicos positivos, que garantam a perenidade dos negócios   | Desempenho econômico           | 201-1                  | Dentro e fora da empresa |
| Performance dos colaboradores                   | A avaliação do desempenho dos funcionários e as ações de capacitação, treinamento e estímulo ao desenvolvimento profissional   | Treinamento e educação         | 404-1                  | Dentro da empresa        |
| Foco nas necessidades e satisfação dos clientes | Inclui o relacionamento com clientes, a gestão do portfólio de produtos e serviços e o monitoramento dos níveis de satisfação  | Saúde e segurança dos clientes | 416-1                  | Fora da empresa          |
| Saúde e segurança ocupacional                   | Iniciativas voltadas à prevenção de acidentes com colaboradores, fornecedores, clientes e a população em geral, além de ações internas de qualidade de vida e campanhas de saúde | Saúde e segurança ocupacional  | 403-2                  | Dentro e fora da empresa |
| Desenvolvimento e inovação                      | Programas de estímulo ao pensamento inovador aplicado a processos, produtos e serviços   | –                              | –                      | Dentro e fora da empresa |
| Adaptação ao cenário econômico                  | A capacidade da White Martins de se adaptar às mudanças no contexto macroeconômico, minimizando impactos externos negativos e mitigando riscos ao bom desempenho econômico       | Desempenho econômico           | 201-1                  | Dentro e fora da empresa |
| Cultura de sustentabilidade                     | A disseminação entre o público interno de um pensamento voltado ao desenvolvimento sustentável e a atividades com impactos positivos nos campos social, ambiental e econômico    | –                              | –                      | Dentro e fora da empresa |
| Projetos de engajamento comunitário             | Ações focadas no desenvolvimento social, financeiro e humano das comunidades impactadas pelas operações da empresa   | Impactos econômicos indiretos  | 203-1                  | Fora da empresa          |
| Eficiência no consumo de energia                | Medidas de ecoeficiência que proporcionem redução do consumo de energia e recursos naturais  | Energia                        | 302-3                  | Dentro da empresa        |

# MECANISMOS DE QUEIXAS E DE AVALIAÇÃO

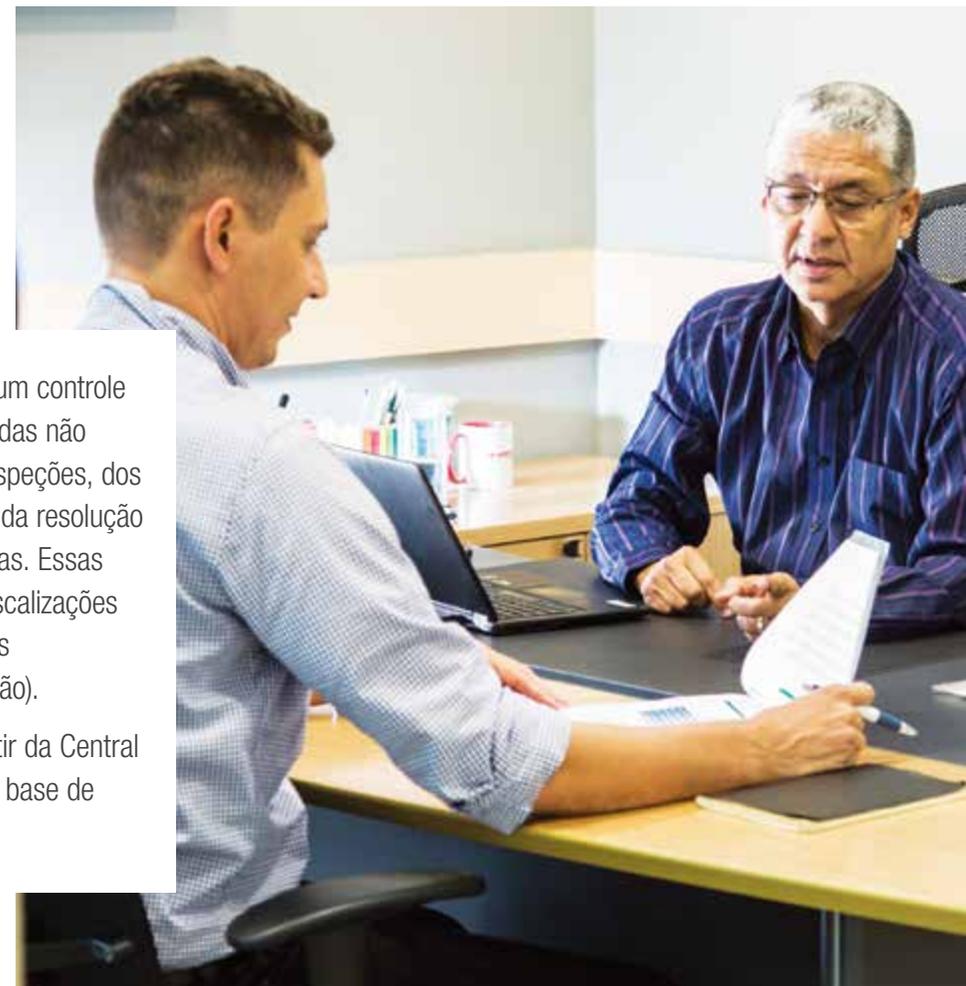
A Central de Relacionamento da White Martins é o canal oficial para queixas e dúvidas internas e externas. Todas as demandas recebidas, independente do tema e da gravidade, são redirecionadas imediatamente para as equipes de SSMA da localidade competente e, também, para o gerente da unidade envolvida no evento.

A empresa monitora o fato, avalia e retorna, para que o reclamante tenha ciência das ações que foram tomadas. Na Central é disponibilizada, ainda, uma célula dedicada à tratativa de situações de crise potencial.

A empresa recebe *feedback* externo de clientes e comunidades onde opera (reclamações ou pedidos) e das agências de controle que notificam e/ou fiscalizam seus processos/sites. A companhia cria planos de ação quando a situação exige e acompanha sua evolução.

Além disso, a White Martins mantém um controle das inspeções internas executadas, e das não conformidades encontradas nessas inspeções, dos resultados das auditorias e do avanço da resolução das não conformidades apontadas nelas. Essas informações, incluindo notificações, fiscalizações e medidas adotadas, são apresentadas trimestralmente para o CRB (alta direção).

Todos os casos que têm origem a partir da Central de Relacionamento são registrados na base de dados da empresa.



## ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI [ GRI 102-55 ]

| Standards                  | Itens de divulgação  | Página/resposta/omissão | ODS |
|----------------------------|--|-------------------------|-----|
| GRI 101 - FUNDAMENTOS 2016 | GRI 101: Fundamentos 2016  | Ao longo do relatório   |     |
|                            | <b>Perfil organizacional</b>   |                         |     |
|                            | 102-1: Nome da organização   | 9                       |     |
|                            | 102-2: Atividades, marcas, produtos e serviços                                 | 9 e 12                  |     |
|                            | 102-3: Localização da sede da organização                                      | 9                       |     |
|                            | 102-4: Localização das operações   | 9                       |     |
|                            | 102-5: Natureza da propriedade e forma jurídica                                | 9                       |     |
|                            | 102-6: Mercados atendidos  | 9 e 13                  |     |
|                            | 102-7: Porte da organização  | 9                       |     |
|                            | 102-8: Informações sobre empregados e outros trabalhadores                     | 9, 63 e 64              |     |
|                            | 102-9: Cadeia de fornecedores  | 59                      | 8   |
|                            | 102-10: Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores | 11 e 14                 |     |
|                            | 102-11: Abordagem do princípio da precaução                                    | 23                      |     |
|                            | 102-12: Iniciativas externas   | 25 e 26                 | 17  |
|                            | 102-13: Participação em associações  | 25 e 26                 | 17  |
|                            | <b>Estratégia</b>  |                         |     |
|                            | 102-14: Declaração do decisor mais graduado                                    | 6 e 7                   |     |
|                            | <b>Ética e integridade</b>   |                         |     |
|                            | 102-16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento                 | 10                      | 16  |
|                            | <b>Governança</b>  |                         |     |
|                            | 102-18: Estrutura de governança  | 16                      |     |
|                            | <b>Engajamento das partes interessadas</b>                                     |                         |     |
|                            | 102-40: Lista de grupos de <i>stakeholders</i>                                 | 91                      |     |
|                            | 102-41: Acordos de negociação coletiva   | 63                      | 8   |
|                            | 102-42: Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>                         | 91                      |     |
|                            | 102-44: Principais tópicos e preocupações levantadas                           | 91                      |     |
|                            | 102-45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas         | 4                       |     |
|                            | 102-46: Definição do conteúdo do relatório e seus limites                      | 91                      |     |
|                            | 102-47: Lista de tópicos materiais   | 91                      |     |
|                            | 102-48: Reformulações de informações   | Não houve               |     |
|                            | 102-49: Alterações no relatório  | Não houve               |     |

GRI 102  
DIVULGAÇÕES  
GERAIS 2016

| Standards  | Itens de divulgação  | Página/resposta/omissão | ODS       |
|--|--|-------------------------|-----------|
| GRI 102<br>DIVULGAÇÕES<br>GERAIS 2016            | Práticas de relato   |                         |           |
|  | 102-50: Período coberto pelo relatório   | 2017/2018               |           |
|  | 102-51: Data do relatório mais recente   | 2015/2016               |           |
|  | 102-52: Ciclo de emissão   | bianual                 |           |
|  | 102-53: Ponto de contato para perguntas sobre o relatório  | 4                       |           |
|  | 102-54: Opção de acordo do Padrão GRI  | 4                       |           |
|  | 102-55: Sumário de conteúdo GRI  | 95 a 97                 |           |
| GRI 201<br>DESEMPENHO<br>ECONÔMICO 2016          | 102-56: Asseguração externa  | Não houve               |           |
|  | 103-1: Explicação do tema material e seus limites  | 54, 89 a 94             | 1, 10     |
|  | 103-2: A forma de gestão e seus componentes  | 54, 89 a 94             |           |
|  | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |           |
| GRI 203<br>IMPACTOS ECONÔMICOS<br>INDIRETOS 2016 | 201-1: Valor econômico direto gerado e distribuído   | 56                      |           |
|  | 103-1: Explicação do tema material e seus limites  | 54, 89 a 94             | 1, 8, 10  |
|  | 103-2: A forma de gestão e seus componentes  | 54, 89 a 94             |           |
|  | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |           |
|  | 203-2: Impactos econômicos indiretos significativos  | 60                      |           |
| GRI 205<br>ANTICORRUPÇÃO 2016                    | 103-1: Explicação do tema material e seus limites  | 16 a 18, 89 a 94        | 1, 16     |
|  | 103-2: A forma de gestão e seus componentes  | 16 a 18, 89 a 94        |           |
|  | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |           |
|  | 205-2: Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção                                     | 16                      |           |
| GRI 302<br>ENERGIA 2016                          | 103-1: Explicação do tema material e seus limites  | 46, 89 a 94             | 7, 12, 13 |
|  | 103-2: A forma de gestão e seus componentes  | 46, 89 a 94             |           |
|  | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |           |
|  | 302-4: Redução do consumo de energia   | 47                      |           |
| GRI 403<br>SAÚDE E SEGURANÇA<br>OCUPACIONAL 2016 | 103-1: Explicação do tema material e seus limites  | 84 a 86, 89 a 94        | 3, 8      |
|  | 103-2: A forma de gestão e seus componentes  | 84 a 86, 89 a 94        |           |
|  | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |           |
|  | 403-2: Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho | 86                      |           |

|   | Itens de divulgação  | Página/resposta/omissão | ODS   |
|---|--|-------------------------|-------|
| GRI 404<br>TREINAMENTO<br>E EDUCAÇÃO 2016                   | 103-1: Explicação do tema material e seus limites                          | 70, 89 a 94             | 4, 10 |
|   | 103-2: A forma de gestão e seus componentes                                | 70, 89 a 94             |       |
|   | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |       |
|   | 404-1: Média de horas de treinamento por empregado                         | 70                      |       |
| GRI 405<br>DIVERSIDADE E IGUALDADE DE<br>OPORTUNIDADES 2016 | 103-1: Explicação do tema material e seus limites                          | 78 a 83 e 89 a 94       | 5, 10 |
|   | 103-2: A forma de gestão e seus componentes                                | 78 a 83 e 89 a 94       |       |
|   | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |       |
|   | 405-1: Diversidade na liderança e no corpo funcional                       | 79                      |       |
| GRI 416<br>SAÚDE E SEGURANÇA<br>DO CLIENTE 2016             | 103-1: Explicação do tema material e seus limites                          | 21, 40, 89 a 94         | 3, 12 |
|   | 103-2: A forma de gestão e seus componentes                                | 21, 40, 89 a 94         |       |
|   | 103-3: Evolução da forma de gestão   | 19, 20, 89 a 94         |       |
|   | 416-1: Avaliação dos impactos na saúde e segurança dos produtos e serviços | 40                      |       |

#### Declarações prospectivas

Este documento contém “declarações prospectivas” nos termos da lei estadunidense Private Securities Litigation Reform Act, de 1995. Ainda que baseadas nas reais expectativas e premissas da administração na data em que foram feitas, essas declarações estão sujeitas a riscos e incertezas. Esses riscos e incertezas compreendem, entre outros, as questões relacionadas à integração dos negócios das antigas Praxair e Linde na Linde plc; o desempenho dos mercados de capitais em geral; as conjunturas econômicas mundial e nacionais e outros fatos e circunstâncias internacionais; mudanças nas taxas de câmbio e de juros; o custo e a disponibilidade de energia elétrica, gás natural e outros insumos; a capacidade de repassar aumentos de custos aos preços praticados; eventos catastróficos, incluindo desastres naturais, epidemias e atos de guerra e terrorismo; a capacidade de atrair, recrutar e reter profissionais qualificados; o impacto de alterações nas normas contábeis; o impacto de alterações no passivo de planos de previdência; o impacto das leis e normas tributárias, ambientais, da saúde e de outras áreas nos países em que a empresa atua; o custo e os desfechos de investigações e processos judiciais e administrativos; o impacto de possíveis fatos não usuais ou não recorrentes; a continuidade do desenvolvimento e a aceitação no mercado de novos produtos e aplicações; o impacto de produtos concorrentes e seus preços; o desempenho financeiro e operacional futuro dos principais clientes e setores atendidos; o impacto de possíveis falhas em sistemas de informática, em redes de comunicação e na segurança de dados; e a eficácia e agilidade na integração de ativos adquiridos na empresa. Em razão desses riscos e incertezas, os resultados ou circunstâncias concretas futuras podem revelar-se significativamente distintas das projeções ou estimativas, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no país (GAAP) ou ajustadas, contidas nas declarações prospectivas.

A empresa não se responsabiliza por atualizar ou revisar qualquer declaração prospectiva diante de mudanças conjunturais. Os riscos e incertezas elencados acima estão descritos em maior detalhe no Item 1A (Fatores de Risco) do último Relatório Anual (Form 10-K) protocolado pela companhia junto à comissão de valores mobiliários dos Estados Unidos (SEC), bem como no *proxy statement* e no prospecto da oferta inclusos na Declaração de Registro (Form S-4, declaração esta ainda não declarada eficaz) protocolada pela Zamalight plc junto à SEC, os quais devem ser criteriosamente analisados. As declarações prospectivas da companhia devem ser analisadas à luz desses riscos.

Presidente |  
Gilney Bastos

Comitê Executivo |  
Anna Paula Rezende | Carlos de Marco | Edson Araújo  
Eduardo d'Ávila | Fernando Inocente | Gustavo Costa | Mário Simon | Paulo Baraúna

Gerentes Gerais dos Países Hispânicos |  
Antonio Chacín (Bolívia) | Eddy Rivas (Venezuela) | Eduardo Cardoso (Chile)  
João Rosário (Paraguai) | Julio Caceres (Peru) | Romulo Santana (Argentina)  
Sergio Novelli (Colômbia) | Victor Sanchez (Uruguai)

Diretoria Executiva Talentos e Sustentabilidade |  
Anna Paula Rezende

Diretoria Talentos e Comunicação |  
Cristina Fernandes

Gerência de Sustentabilidade e Diversidade e coordenação do projeto |  
Mariana Simões

Analistas de Sustentabilidade e Diversidade e apoio do projeto |  
Yasmin Santos e Nicole Corrêa

Consultoria GRI, Conteúdo e Projeto Gráfico |  
Approach Comunicação ([www.approach.com.br](http://www.approach.com.br))

Fotografia |  
Banco de imagens White Martins

Conheça o Relatório de Sustentabilidade Global da Praxair em [www.praxair.com](http://www.praxair.com) (Our Company > Sustainable Development > Reporting Center).

*A White Martins agradece especialmente aos mais de 60 colaboradores de diversas áreas da América Latina Sul que contribuíram para elaboração deste relatório.*



WHITE MARTINS GASES INDUSTRIAIS LTDA.

Av. Pastor Martin Luther King King Jr., 126, bloco 10,  
Corporate – Ala C, 7º andar, Del Castilho  
Rio de Janeiro, RJ  
CEP: 20760-005  
[www.whitemartins.com.br](http://www.whitemartins.com.br)



RELATÓRIO DE  
**SUSTENTABILIDADE**

DIÁLOGO EM FAVOR DAS PESSOAS E DO PLANETA

2017 | 2018

 **WHITE MARTINS**