

Relatório de Sustentabilidade Tirolez 2020



Relatório de Sustentabilidade 2020



Sumário

Mensagem dos Sócios-fundadores	6
Nossas ações na Pandemia da Covid-19.....	8
1 – O setor de lácteos no Brasil.....	13
2 – Vem com a gente conhecer a Tirolez.....	23
3 – Sustentabilidade e transparência estão no DNA da Tirolez.....	37
4 – Nosso jeito de gerir o negócio	45
5 – O ciclo do nosso negócio	55
6 – Desempenho ambiental.....	73
7 – Desempenho social	87
8 – Nossos programas e projetos sustentáveis	99
Considerações Finais	110
Índice Remissivo	112
Ficha Técnica	115

Mensagem dos sócios-fundadores

[GRI: 102-1, 102-2]

Seja bem-vindo ao mundo da Tirolez

Somos a **Laticínios Tirolez**, temos 40 anos de história e é com grande satisfação que compartilhamos com você o nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade.

Acreditamos que as organizações necessitam ser agentes ativos na construção de um futuro sustentável. Temos isso como propósito e sabemos de nossa responsabilidade para com a sociedade e o planeta. Assim, nos empenhamos em ser parte das mudanças que desejamos ver no mundo.

Por prezar pela transparência e ética em nossas relações, apresentamos a todos os públicos o nosso compromisso em oferecer com excelência alimentos nutritivos, saudáveis e saborosos.

O Relatório de Sustentabilidade é um instrumento que confere credibilidade. Nele reportamos os indicadores de acordo com as melhores práticas internacionais de gestão corporativa, apresentando nossas conquistas, ações, projetos, desempenho, oportunidades, riscos, metas e desafios relacionados aos aspectos sociais, ambientais e de governança.

A base dos dados, aqui reportados, refere-se ao ano de 2020. No entanto, eles vão além: retratam a nossa história moldada nestes 40 anos. E tem como base nossos valores:

- **Gostamos de Pessoas,**
- **Agimos como Dono,**
- **Somos Transparentes,**
- **Crescemos juntos e**
- **Amamos o que fazemos.**

E é esse jeito **Tirolez** de ser que retratamos neste Relatório.

Nós, sócios-fundadores da **Tirolez**, temos muito orgulho da história de nossa empresa e a certeza de que, se chegamos até aqui, é porque temos as nossas pessoas (colaboradores, parceiros e consumidores) como nossos principais ativos.

Convidamos a todos para conhecerem um pouco mais sobre nós nas páginas a seguir.

Boa leitura!

Cícero Hegg e Carlos Hegg

Sócios-fundadores da Laticínios Tirolez Ltda



Nossas ações na Pandemia da Covid-19

Um ano de desafios! É assim que 2020 pode ser lembrado por muitos. Afinal, a pandemia do novo coronavírus trouxe dificuldades e exigiu transformações numa rapidez e intensidade que jamais se viu na História Moderna.

Diante da ameaça da Covid-19, pessoas, famílias, empresas, países... todos tiveram que se reinventar. Assim como todo o setor corporativo, a Laticínios Tirolez também foi afetada, mas isso não nos impediu, nesse momento de mudanças, de continuar fazendo o que mais amamos: levar alimento de qualidade para a mesa do brasileiro.

Juntos, agimos com liderança, agilidade e proatividade para nos adaptar à pandemia. Adotamos todos os protocolos de segurança e conscientizamos o nosso time. Mas qual a finalidade de tanta preocupação? Assegurar o que mais importa para a família Tirolez: a saúde de nossos colaboradores, de seus familiares e de nossos clientes e parceiros.

Com o objetivo de realizar as operações em um ambiente seguro, rapidamente nossos executivos montaram um comitê de crise e desenvolveram um plano de contingência para a adoção dos protocolos sanitários focados na prevenção da Covid-19.

Nossa atividade é considerada como essencial, por isso, não paramos de trabalhar um só dia, mas trabalhamos sempre de acordo com todas as medidas de proteção.

Entre os colaboradores, os que pertencem ao grupo de risco foram afastados imediatamente. A equipe administrativa passou a executar suas atribuições em home-office. E mais de 1.100 colaboradores mantiveram o trabalho presencial em nossas unidades operacionais, além da atuação dos promotores nos pontos de venda.

Iniciativas

Para conscientizar nosso público interno sobre a importância da adesão aos protocolos de segurança, realizamos diversas ações de comunicação. Criamos um **Curso Informativo sobre a Covid-19**, com dicas práticas preventivas para evitar a contaminação. O curso foi disponibilizado para todos os colaboradores e transmitido em nossas unidades. Somente esta capacitação teve mais de 250 horas de treinamento.

Além da saúde física, nos preocupamos com o emocional de nossos colaboradores. Por isso, contamos com a participação de nossos líderes, que atuaram no sentido de **agregar e motivar a equipe**, de conscientizar seus liderados sobre as medidas preventivas e esclarecer dúvidas. A preocupação era implantar a normalidade no trabalho e, acima de tudo, ajudar cada um a lidar com o momento desafiador imposto pelo novo coronavírus. E o resultado obtido até o momento comprova que os líderes fizeram um excelente trabalho.

A pandemia reforçou ainda mais a importância de nosso programa **Hora da Conversa**, consistindo em um momento de escuta e fala entre líder e liderado. Em 2019, seu primeiro ano de criação, contou com a participação de 80% de nossos colaboradores. Em 2020, com a pandemia, a adesão ao programa atingiu 96%.

O Hora da Conversa, originalmente, abre espaço para os colaboradores falarem sobre suas aspirações profissionais. Mas, no ano passado, esse programa foi um meio importante para nossos colaboradores externarem seus sentimentos despertados pela Covid-19, como receio pelo desconhecido e isolamento social.

E os frutos dessa iniciativa puderam ser mensurados na pesquisa de clima organizacional que promovemos. Nossos colaboradores se sentiram mais próximos dos líderes, não apenas por conta do vínculo profissional, mas também de forma pessoal. A resposta positiva nos incentiva a ampliar, em 2021, as ações com foco em qualidade de vida.

Nossa visão Humanitária

Nossa proatividade na adoção de ações de prevenção à Covid-19 se estenderam à comunidade. Somos uma das empresas pioneiras no desenvolvimento e **implementação do totem de álcool gel em lojas**. Instalamos até o momento 110 dessas peças - além de fornecermos os totens, também os abastecemos.

Por nossa agilidade na implementação da ação e a quantidade de totens disponibilizados para a comunidade, recebemos, em novembro de 2020, o troféu de bronze da **Premiação Popai Brasil**, na categoria de “Projetos Inovadores Covid-19 no PDV”. A premiação é considerada a maior e mais tradicional do segmento de varejo no país, reconhecendo ações e projetos de merchandising.

No entanto, em meio a todos os desafios impostos pela pandemia, entendemos que nosso papel perante a sociedade poderia ser maior. Dessa forma, doamos **R\$ 1 milhão para instituições de saúde e entidades de apoio social** focadas em tratamento ou prevenção da Covid-19.

Por essa ação, entramos na lista das **100 empresas que mais doaram para combater os efeitos do novo coronavírus no país**, segundo levantamento da revista Forbes Brasil, divulgado em sua edição de junho de 2020.

Comunicação Interna
Destaque

Olá, colaboradores(as),

Todos nós estamos vivendo um momento diferente e temos trabalhado para nos adaptar a esse novo cenário. Se não fossem cada um de vocês, não conseguiríamos cumprir com a nossa responsabilidade social de levar alimentos saudáveis e nutritivos às mesas dos brasileiros.

Além de todas as ações que temos realizado em nossas unidades fabris, CD, promotores, vendedores e áreas administrativas, de forma a contribuir com esforços de prevenção, tratamento e apoio social durante a pandemia de Covid-19, decidimos fazer mais: destinamos o total de R\$ 1 milhão a entidades de saúde focadas em tratamento ou prevenção do Covid-19, e também em entidades de apoio social. Os recursos serão distribuídos de abril a junho.

As primeiras instituições escolhidas para a contribuição social são o Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, que receberá recursos financeiros; a Central Única das Favelas (Cufa) e Associação Obra do Berço, que serão beneficiadas com cestas básicas destinadas às comunidades.

Mais do que apoiar essas instituições, criamos em nossas mídias sociais a #Alimenteobem. Por meio dela, queremos incentivar doações entre todos os que fazem parte de nossa rede de relacionamentos.

Essa campanha deve sair nas mídias sociais durante essa semana, por isso contamos com todos vocês para acompanhar, curtir e incentivar o compartilhamento #Alimenteobem em suas próprias redes sociais, para multiplicar as doações.

Mais uma vez, agradecemos o comprometimento de todos. Juntos, ficaremos mais fortes, sempre alimentando o bem.

Sustentabilidade | Emprego | Inclusão | Meio Ambiente | Comunidade | TIROLEZ





1. O setor de lácteos no Brasil

Antes de entrarmos no Mundo Tirolez, que tal sabermos mais sobre a nossa principal matéria-prima, o leite? Essa bebida move uma das principais atividades econômicas do Brasil, com forte efeito na geração de emprego e renda.

Presente em quase todos os municípios brasileiros, a produção leiteira envolve mais de um milhão de produtores no campo, além de empregar milhões de trabalhadores em toda a cadeia.

O setor de lácteos brasileiro, composto pelos segmentos produtores de leite e seus derivados (como creme de leite, leite em pó, iogurte, manteiga e queijos), apresenta-se como o 4º maior do mundo, com Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP) de cerca de R\$ 30,4 bilhões. Internamente, a cadeia de Laticínios responde por 5,4% do VBP e por 17% das riquezas geradas na pecuária, segundo dados de 2017 da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Atualmente, a produção de leite está presente em todo o território nacional e em mais de 99% dos municípios brasileiros, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sendo uma importante fonte de renda para pequenos, médios e grandes produtores e um fator relevante para a fixação e sobrevivência das populações rurais.

Dados de 2019 do IBGE apontam que o Brasil produziu 34,8 bilhões de litros de leite distribuídos nas regiões Sudeste (34,29%), Sul (33,43%), Nordeste (13,95%), Centro-Oeste (11,91%) e Norte (6,42%). Esse levantamento mostra, ainda, que a atividade leiteira no Brasil registrou aumento no volume de leite produzido, com redução no número

de produtores e de vacas ordenhadas, indicando aumento da produção em escala e da produtividade por vaca.

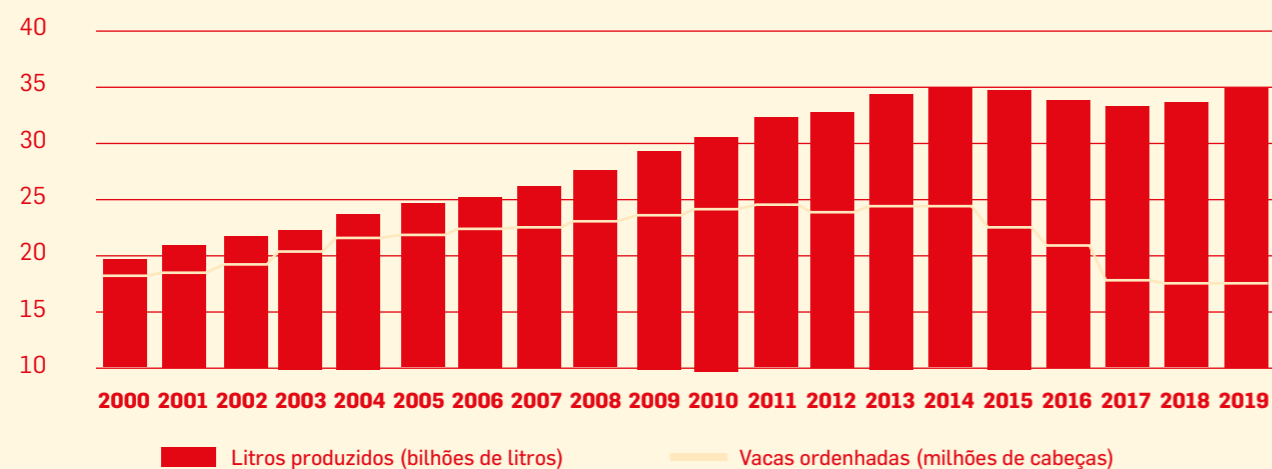
Esse progresso tem sido obtido pela gestão mais profissionalizada do setor, marcada por:

- **Programas de melhoramento genético animal;**
- **Melhorias nos sistemas de produção e de nutrição animal;**
- **Adoção de regulamentos técnicos mais rígidos de controle de qualidade nas fazendas;**

- **Melhores práticas na ordenha;**
- **Melhor gestão da atividade por meio de assessorias técnicas e pela adoção de novas tecnologias.**

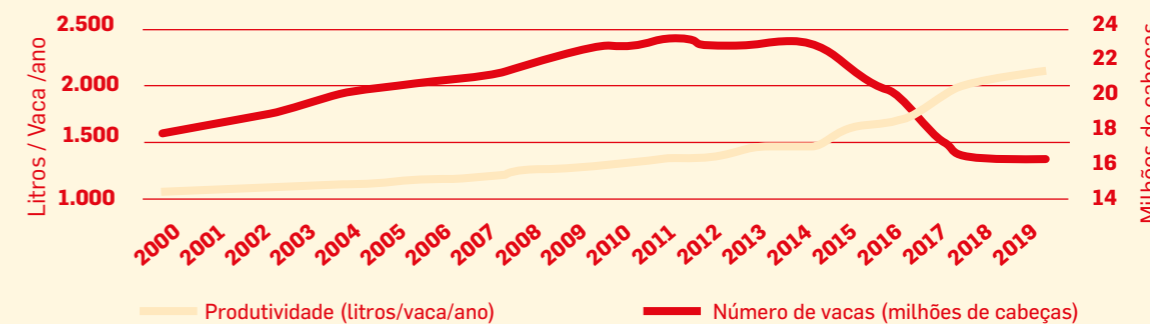
Em 2018, o valor total da produção industrial de leite e de seus derivados foi de R\$ 63 bilhões, sendo que somente o valor da produção de leite atingiu R\$ 19,5 bilhões, enquanto a fabricação de laticínios foi de R\$ 43,5 bilhões, representando cerca de 70% do valor total de produção desse setor.

Produção de leite no Brasil e vacas ordenhadas



Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Pecuária Municipal (PPM)

Número de vacas ordenhadas e produtividade



Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Pecuária Municipal (PPM)

Ao se analisar o segmento de laticínios por seus produtos, merecem destaque a produção e a geração de valor dos seguintes itens:

Valor da produção de leite (industrializado) e derivados em 2018		
Produto	Valor Produzido (R\$ Bilhões)	Participação (%)
Total setor lácteo	63,0	100%
Leite	19,5	31,0%
Fabricação de laticínios	43,5	69,0%
Queijos	17,1	27,1%
Leite em Pó	6,3	10,1%
Iogurte	4,6	7,3%
Leite condensado	3,6	5,8%
Creme de leite	3,1	5,0%
Bebidas lácteas	2,1	3,4%
Manteiga	1,7	2,7%
Soro de leite	0,9	1,4%
Outros derivados	4,0	6,3%

Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Pecuária Municipal (PPM)

E esse setor de lácteos é amplo, não se resumindo apenas à produção de leite in natura. Essa bebida origina inúmeros derivados, como leite em pó, leite UHT, leite pasteurizado, queijos, iogurtes, creme de leite, doce de leite, manteiga, dentre outros. A essa lista somam-se outras delícias ao redor do mundo, que variam de acordo com a cultura e a criatividade do produtor.

Considerando esses derivados, o setor contabiliza desempenho cada vez melhor, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA). Em 2020, o faturamento líquido dos laticínios ultrapassou R\$ 72 bilhões, ficando apenas atrás dos setores de derivados de carne e beneficiados de café, chá e cereais.

A arte milenar do queijo

Não é por acaso que o leite é considerado sagrado em muitos países. Importante para a alimentação humana desde a Antiguidade, essa bebida faz parte de nosso cardápio durante toda a vida e das mais diferentes formas: puro, como ingrediente de alguma receita ou na composição de derivados.

Dos produtos provenientes do leite, um dos mais afamados mundialmente é o queijo. Estima-se que a arte de produzi-lo surgiu há pelo menos 6 mil anos. Não se sabe ao certo se foi criado na Europa, na Ásia Central ou no Oriente Médio. Mas o que se tem certeza é que o conhecimento de fabricar o queijo se espalhou pelo mundo, criando raízes na gastronomia de diferentes países.

E no Brasil, a indústria de queijos também ganhou tradição e expertise. É bastante diversificada em tipos e tecnologias, ofertando variedades de queijos cotidianos e de queijos finos, desde uma produção mais simples, à mais complexa e especializada.

Dos queijos produzidos no Brasil, a maioria é proveniente de leite de vaca, embora produza-se também queijos de leite de búfala, de cabra e de ovelhas.

O queijo faz bem para a economia

E o queijo não conquistou os povos apenas pelo paladar, mas também pelas riquezas que gera. De acordo com a Associação Brasileira do Leite Longa Vida (ABLV), em 2020 o queijo teve grande importância para o setor, uma vez que absorveu a produção de 8,746 bilhões de litros da bebida, 2,8% a mais do que no ano anterior.

Em 2020, segundo o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), foram consumidas 776 mil toneladas de queijos no Brasil. Num ano sacudido pela pandemia da Covid-19, esse segmento registrou queda de 2,4% no consumo em relação ao ano anterior – praticamente um quadro estável em relação aos últimos anos.

A expectativa é que, em 2021, com a reabertura dos restaurantes e redes de alimentação rápida, a demanda por queijos no Brasil cresça 2,6% na comparação com 2020, atingindo 796 mil toneladas, o que é um patamar próximo ao registrado em 2019.

A receita estimada com a produção de queijos no Brasil é alta: só na indústria, é superior a R\$ 22 bilhões/ano.

A produção de queijos em 2018, de acordo com o IBGE, representa 27,1% do setor e, segundo estimativa da Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ), consome 35% da produção nacional de leite.

Puxada pelo consumo interno, a produção de queijos no Brasil atingiu 1,21 milhão

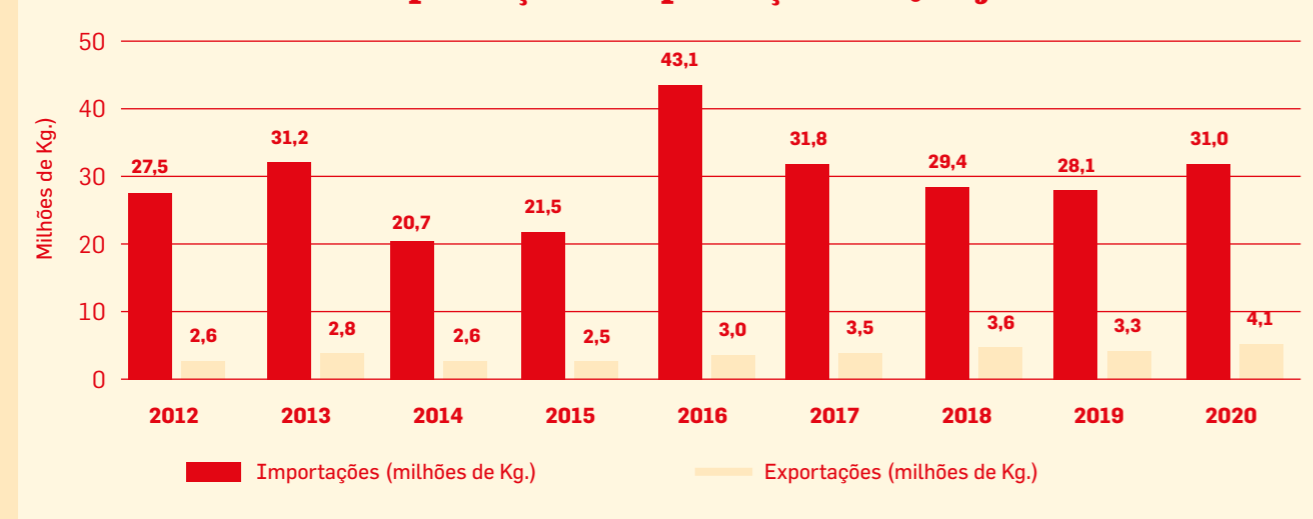
de toneladas em 2020, sendo a 5ª maior produção de queijos do mundo.

Esse ranking mundial de produtores de queijo é liderado por Estados Unidos da América (5,3 milhões de t/ano), seguido por Alemanha (2,2 milhões de t/ano) e França (2 milhões de t/ano).

Maiores produtores mundiais de queijo (2020)

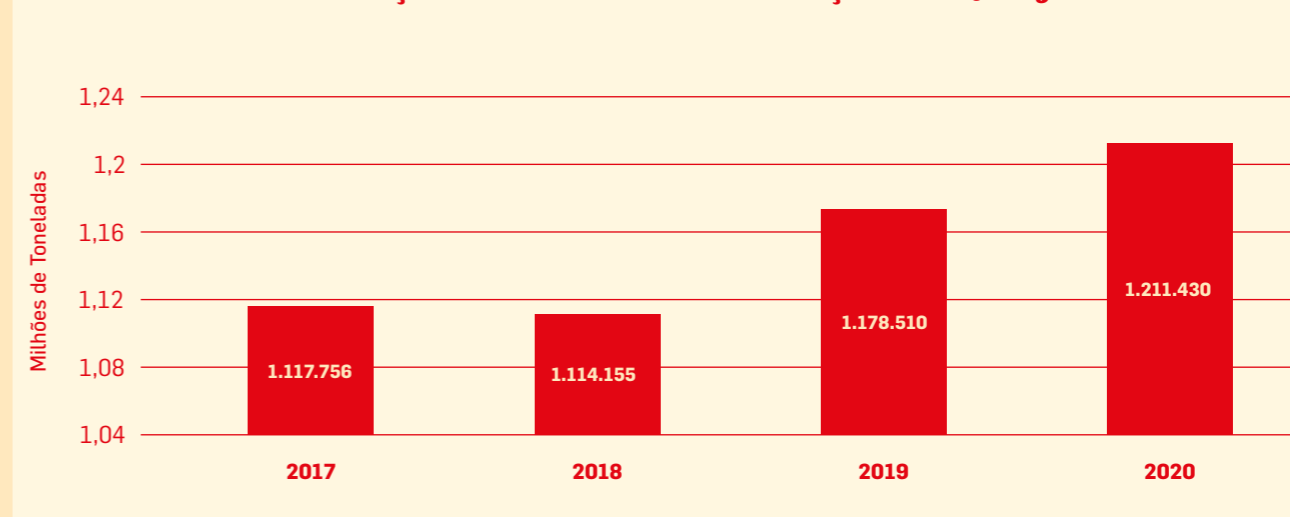
1º Estados Unidos	5,3 milhões de t/ano
2º Alemanha	2,2 milhões de t/ano
3º França	2 milhões de t/ano
4º Itália	1,26 milhão de t/ano
5º Brasil	1,21 milhão de t/ano

Importação e Exportação de Queijos



Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Pecuária Municipal (PPM)

Evolução Brasileira na Produção de Queijos



Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Pecuária Municipal (PPM)

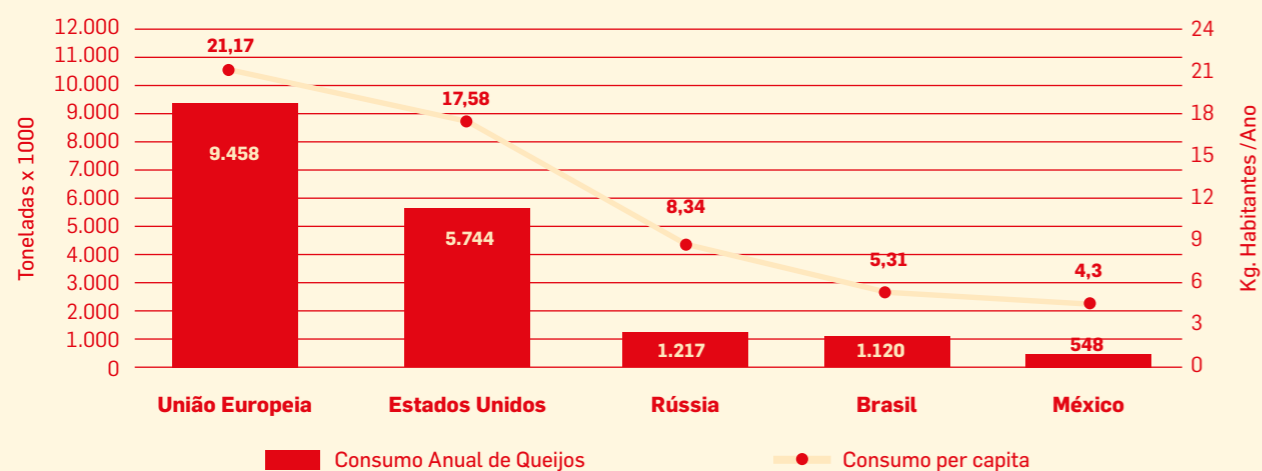
De acordo com a pesquisa Desk Research, da ABIQ em empresas com inspeção, em 2020 o consumo per capita ficou em 5,8 quilos, crescendo 35% sobre 2019. O crescimento do mercado interno tem sido exponencial. O consumo per capita dos brasileiros/ ano é bem maior do que o registrado em 2009 – 2,7 kg por habitante/ano, por exemplo.

E o consumo interno tem potencial para crescer tanto per capita, como em penetração e em ocasiões de consumo,

porém é bastante sensível à renda. Na União Europeia e Estados Unidos, o consumo per capita de queijos em 2019 foi de 21,17 e 17,58 kg, respectivamente. Já no Brasil, apenas 5,31 Kg em 2019 evoluindo para 5,8 kg em 2020, segundo informações da ABIQ.

No Brasil, a tendência é que esse consumo continue crescente no médio e longo prazo. A entidade trabalha com planos para fortalecer o mercado interno, prevendo atingir 9 kg por habitante/ano até 2030.

5 Maiores Consumidores de Queijo 2019



Fonte: ABIQ, USDA, IBGE e Scot Consultoria

Considerando a relevante participação dos laticínios na alimentação da população e diante da situação imposta pela Covid-19, o setor mostrou-se à altura para, rapidamente, se adaptar aos novos protocolos sanitários. Conseguiu, de forma exemplar, manter toda a cadeia funcionando produzindo e entregando produtos sem interrupções e preservando seus colaboradores e os produtores rurais.

O setor também soube reagir com muita agilidade frente às mudanças de mercado. Exemplo foi o aumento do consumo de lácteos dentro do lar. No setor de queijos, o consumo nos lares cresceu 27% em 2020, agregando cerca de 16 milhões de novos consumidores, conforme dados da Kantar, influenciado pelo Auxílio Emergencial e pela valorização dos queijos como alimentos saudáveis.





2. Vem com a gente conhecer a Tirolez

[GRI: 102-1; 102-2; 102-3; 102-4; 102-5; 102-6; 102-7; 102-9; 102-10]

Queijos, requeijão, creme e doce de leite, iogurte... O universo dos laticínios é composto por inúmeros produtos que não apenas dão água na boca, mas também servem de inspiração para os visionários.

Que o digam os irmãos Cícero e Carlos Hegg! Quando jovens, em 1979, decidiram empreender no setor de laticínios.

Com muito trabalho, profissionalismo e resiliência, transformaram o que era um sonho em um dos empreendimentos do setor lácteo mais bem-sucedidos do país. [GRI: 102-1]

Um importante passo para esse projeto ocorreu em 1980, quando os dois adquiriram na cidade de Tiros, no Triângulo Mineiro, a Indústria de Laticínios Franco Ltda, que fabricava a marca Mineirão.



Nessas primeiras páginas da nossa história, a empresa contava com apenas seis colaboradores e inicialmente produzia queijo prato e manteiga. Fabricávamos cerca de 400 toneladas de produtos por ano, que eram comercializados na Grande São Paulo.



Outro importante capítulo nessa nossa trajetória foi escrito em 1981, quando, por sugestão de um amigo, os jovens Carlos e Cícero substituíram a marca Mineirão pelo nome Tirolez, numa homenagem à cidade de Tiros.

A aceitação da nova marca foi tamanha que, em 1990, ganhamos um reforço e tanto: a figura estilizada de um tirolês supersimpático.

E esse nosso novo mascote deu sorte! Em 1992, já contávamos com quatro fábricas, quando então decidimos expandir nossas vendas para todo território nacional. Era o momento do tirolês pôr o pé na estrada e conquistar novos mercados pelo país afora.

O resultado desse trabalho é que hoje somos referência no setor lácteo brasileiro. Exemplo desse posicionamento de destaque da companhia foi atestado pelo levantamento da consultoria Kantar para a Revista Supervarejo. No ranking divulgado pela publicação, a Tirolez ocupou a liderança em 2020, na categoria “volume de vendas de queijos no canal supermercadista”.

Entre as empresas mais admiradas do Brasil

[GRI: 102-1; 102-2; 102-6]

Fomos ganhando escala de produção, conquistando novos mercados e, ano a ano, diversificamos nossos produtos. Hoje, produzimos cerca de 30 tipos de queijos e derivados, divididos em mais de 100 itens, propícios para as mais diversas ocasiões de consumo.

Você pode me perguntar: qual é o segredo do sucesso? A busca incessante pela qualidade.

Nossa atenção se estende por toda a cadeia de valor dos lácteos, começando pela captação do leite em nossos 1.310 fornecedores. Não por acaso que os sócios-fundadores sempre dizem: “Para se fazer um bom queijo é necessário um leite de alta qualidade. Esta sempre foi uma certeza da Tirolez”.

Dos produtores, a matéria-prima segue para beneficiamento e produção em nossas seis unidades. Para isso, contamos com um centro de distribuição que direciona os produtos para milhares de indústrias, comércios, varejistas e atacadistas, espalhados pelo Brasil, direta ou indiretamente.

Além do foco inegociável com a qualidade, a nossa história é pautada na ética, na transparência com os fornecedores e no respeito com colaboradores e consumidores. **[GRI: 102-7]**

Nosso perfil

Sob a batuta dos sócios-proprietários, a Tirolez é uma empresa de sociedade familiar e capital fechado, com forte atuação no mercado nacional.

Nossos produtos, depois de industrializados, são destinados a pontos de venda em todo o território nacional, além de serem exportados para mais de 5 países.

O portfólio que oferecemos ao mercado é distribuído por todos os 27 estados da federação, especialmente nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Bahia, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. **[GRI: 102-5;102-6;102-7]**

Os principais canais de distribuição e venda dos nossos produtos são:

- **Redes Nacionais;**
- **Redes Regionais;**
- **Pequeno Varejo;**
- **Atacados;**
- **Distribuidores;**
- **Indústrias/processadores;**
- **Restaurantes;**
- **Padarias;**
- **Exportação.**

A fim de fomentar o desenvolvimento de toda essa cadeia e em âmbito nacional, visando o crescimento do setor lácteo como um todo, entendemos a importância de atuar com protagonismo ao lado de lideranças e entidades representativas.

Participamos ativamente das seguintes entidades: **[GRI: 102-13]**

- Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ);
- Associação Brasileira de Laticínios (Viva Lácteos);
- Associação Brasileira das Pequenas e Médias Cooperativas e Empresas de Laticínios (G100);
- Sindicato da Indústria de Laticínios do Estado Minas Gerais (Silemg);
- Sindicato das Indústrias de Laticínios de Santa Catarina (Sindileite – SC);
- Sindicato da Indústria de Laticínios e Produtos Derivados no Estado de São Paulo (SINDLEITE).

Produtos para todos os gostos

A Tirolez tem um portfólio de queijos extenso e completo. Nossos produtos são comercializados em versões tradicionais, lights e zero lactose. Além disso, são disponibilizados em embalagens de diversos tamanhos e formatos para atender as necessidades dos varejistas e do consumidor final, como: peças inteiras, fracionados, fatiados, ralados etc.

Além das marcas próprias Tirolez e Mimoo, utilizamos nossa distribuição para produtos de parceiros que tenham sinergia com o nosso negócio. Um exemplo é a distribuição dos pães de queijo da marca Casa do Pão de Queijo para os varejos em que atuamos. **[GRI: 102-2 – 102-9]**

Conheça o nosso portfólio de produtos lácteos:

Spoiler: não leia essa lista se não quiser ficar com água na boca!

Queijos para o dia a dia

- Coalho
- Cottage
- Cremes de Leite
- Cremes de Queijo (Creme de Ricota e Creme de Minas Frescal)
- Fondue
- Manteiga
- Minas Frescal
- Minas Meia cura
- Minas Padrão
- Montanhês
- Mussarela
- Prato
- Provolone

- Requeijões (copo, culinário)
- Ricota

Queijos especiais

- Brie
- Camembert
- Gorgonzola
- Emmental
- Estepé
- Gouda
- Gruyère
- Prato Esférico
- Parmesão
- Reino



Onde ficam nossas unidades

Nossa matriz administrativa fica na Rua Quitanduba, nº 400, Caxingui, São Paulo.
A estrutura da companhia encontra-se totalmente no território nacional:

- **3 unidades produtivas no estado de Minas Gerais** – nos municípios de Tiros, Carmo do Paranaíba (Unidade Quintinos) e Arapuá;
 - **2 unidades no estado de São Paulo** - nas cidades e Lins e Monte Aprazível;
 - **1 unidade em Santa Catarina** - no município de Caxambu do Sul;
 - **1 Centro de Distribuição (CD)** - na cidade de São Paulo.
- [GRI: 102-3; 102-4]

A Tirolez em 2020



Arapuá - MG



Tiros - MG



Caxambu do Sul - SC



Lins - SP



Monte Aprazível - SP

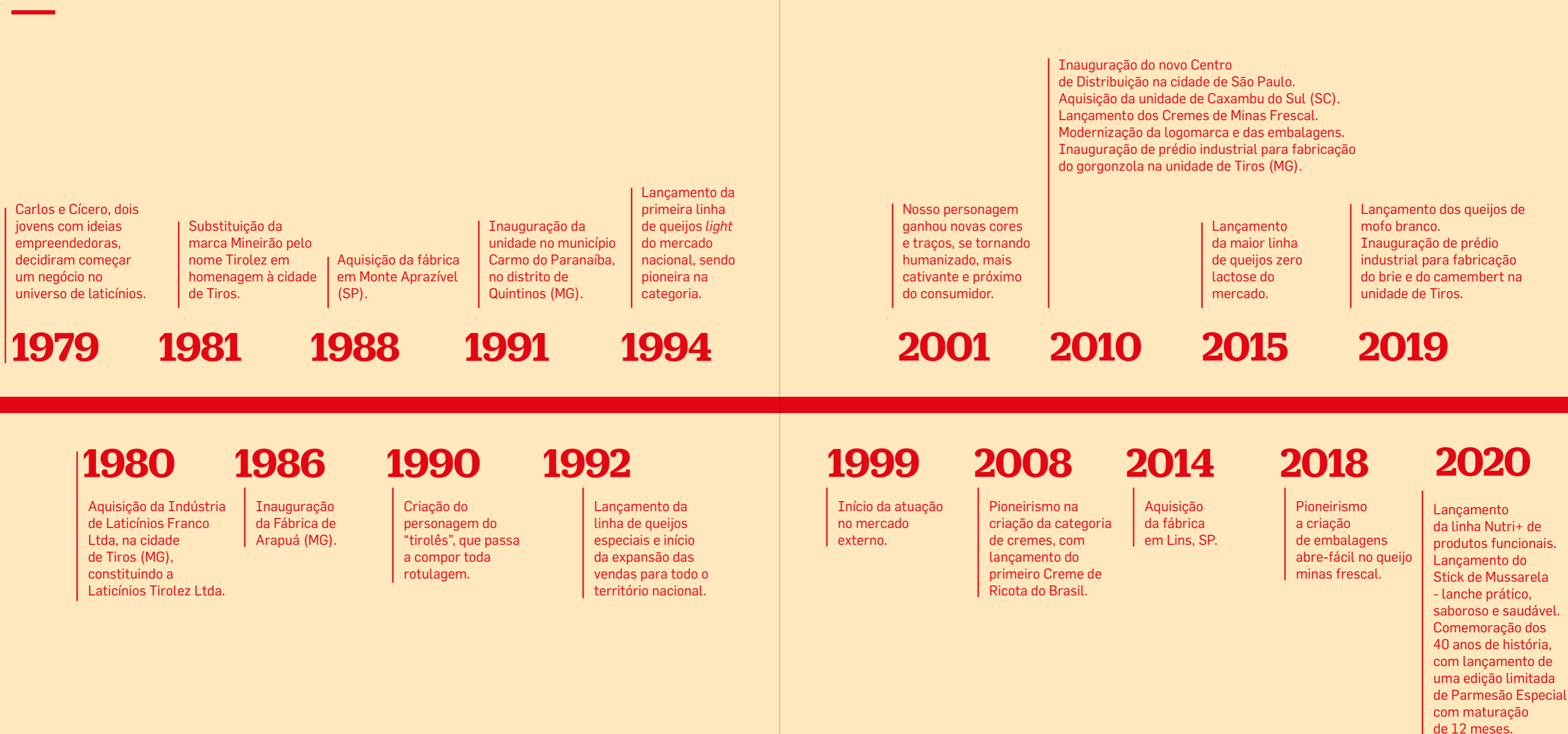


Quintinos - MG



Centro de Distribuição

Vem para o Túnel do Tempo da Tirolez!



Mudanças para melhor!

Celebramos, em 2020, quatro décadas de história, mas já estamos nos preparando para as próximas quatro décadas... E a projeção é de alçar voos ainda mais altos.

Para acomodar a projeção de crescimento dos volumes, previsto em nosso Plano Estratégico, algumas estruturas da operação já estão passando por alterações:

a) Mudança, em 2021, do Centro de Distribuição no município de São Paulo;

b) Construção de uma nova unidade produtiva em Caxambu do Sul (SC) para atender a demanda de mercado projetada no plano estratégico da empresa, com previsão de entrega para 2022;

c) Ampliação da capacidade de produção da unidade de Lins em 2021, visando fortalecer nossa posição entre os 3 maiores produtores de requeijão do Brasil;

d) Ampliação da nossa capacidade produtiva em Minas Gerais em 2021, visando acomodar as expansões dos queijos Parmesão e Reino;

e) Investimentos diversos em eficiência e sustentação da operação, buscando a melhoria contínua de processos e excelência operacional. **[GRI: 102-10]**

Nossas vantagens competitivas

- Amplo conhecimento do setor, afinal já são 40 anos de atuação;
- Temos o maior portfólio da categoria;
- Somos reconhecidos por nossa ética nos negócios, foco na qualidade do produto, parceria com os fornecedores, respeito com os colaboradores e consumidores;
- Capacitação do produtor de leite e de nossos colaboradores faz parte da nossa cultura;
- Investimentos constantes na melhoria do processo e na conscientização da equipe, visando uso racional de recursos naturais, qualidade dos produtos e redução de custos;
- Temos como pilares a inovação, a antecipação de tendências e a diversificação;
- Preservamos a natureza e gostamos de pessoas!



3. Sustentabilidade e Transparência estão no DNA da Tirolez

[GRI: 102-50; 102-51; 102-52; 102-53]

O compromisso com a produção sustentável faz parte de nossa história. E para comprovar isso, é só dar uma espiadinha em tudo aquilo que valorizamos no dia a dia da nossa empresa:

- **Adoção de boas práticas de fabricação;**
- **Ações de preservação da natureza;**
- **Respeito aos colaboradores;**
- **Parcerias com nossos fornecedores;**
- **Geração de renda e melhoria da qualidade de vida nas comunidades onde estamos inseridos.**

Nossa atuação é focada em bons princípios e valores, que vão além da obrigação de cumprir as legislações trabalhista e ambiental, tendo em vista que faz parte da nossa cultura a ética e a integridade nos negócios.

No entanto, faltava uma ferramenta para dar transparência às nossas ações, ao nosso jeito de gerir o negócio. Diante dessa demanda, vimos na elaboração do Relatório de Sustentabilidade uma forma eficiente e completa de nos comunicarmos com nossos públicos.

Uma ferramenta oficial de apresentar para nossos *stakeholders* (qualquer indivíduo ou organização que, de alguma forma, é impactado pelas ações de uma empresa) todas as práticas que estão em sintonia com nossa missão, visão e valores.

Nosso Relatório de Sustentabilidade

Decidimos pela publicação do nosso Relatório de Sustentabilidade para mostrarmos a evolução das práticas sustentáveis que nos comprometemos a trabalhar.

Enxergamos esse relato como um suporte para a gestão e o aperfeiçoamento de nossas ações, assim como um instrumento de relevância para prestarmos contas à sociedade de nossas responsabilidades e dos impactos de nossas ações. Além disso, essa ferramenta nos oferece parâmetros de avaliação do desempenho de nossa sustentabilidade em relação às normas e códigos vigentes.

Esse 1º Relatório de Sustentabilidade da Tirolez é inspirado nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), um padrão de relatório internacional utilizado para auxiliar as empresas a entenderem os impactos que seus negócios ou atividades causam no meio ambiente e na sociedade, comunicando-os de maneira sistematizada às suas partes interessadas.

Esse relato também se baseia nos índices Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) – traduzindo do inglês, Meio Ambiente, Social e Governança Corporativa. Esse índice classifica e agrupa as empresas que respeitam critérios básicos nos eixos ambiental e social, além de correlacionar os fatores de sustentabilidade da empresa com suas práticas de governança e seu desempenho econômico.

Ademais, o relatório é alinhado aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organizações das Nações Unidas (ONU), que tem em sua agenda 169 metas que devem ser alcançadas até 2030.

Esta nossa primeira edição do Relatório apresenta os resultados da empresa nos diferentes aspectos da sustentabilidade, retratando as ações e mudanças ocorridas no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020.

Esse trabalho de relato da Tirolez, que passa a ter periodicidade bianual, é fruto do compromisso da empresa com a transparência e com a melhoria contínua de práticas de gestão, visando sempre avançar nos aspectos operacional, econômico, social e ambiental.

Se você quiser obter mais informações e sanar dúvidas sobre esse processo de

relato, basta enviar uma mensagem na área “Contato” do site da empresa: www.tirolez.com.br. [GRI: 102-50; 102-51; 102-52; 102-53]

Materialidade

[GRI: 102-21; 102-29; 102-31; 102-40; 102-42; 102-43; 10246; 102-47; 102-50; 102-51; 102-52; 102-53, 103-1]

Para a publicação de nosso Relatório de Sustentabilidade, realizamos o processo de Materialidade com muito critério. Esse é um passo fundamental para o relato, uma vez que orienta a elaboração do trabalho e a definição do conteúdo a ser incluído na publicação.

Este processo consiste em uma pesquisa realizada com os públicos de interesse com a finalidade de apurar os temas mais relevantes que serão abordados. Por isso, é essencial uma pesquisa junto aos stakeholders, a fim de se levantar as expectativas que têm sobre a execução do relatório.

Para a confecção deste relatório, o processo de Materialidade se iniciou no segundo semestre de 2020, com a adoção de diferentes procedimentos e iniciativas para definir os conteúdos e indicadores que seriam incluídos no relato.

Os passos adotados são apresentados a seguir:

1. Análise de documentos da empresa

e da estratégia de sustentabilidade de seis companhias do setor lácteo nacional para analisar nosso posicionamento em relação a esse universo;

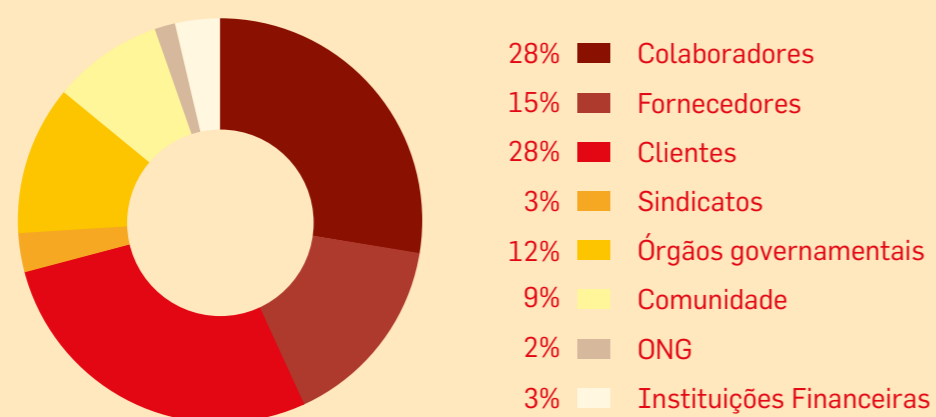
2. Entrevista com a Alta Direção

para captação de informações sobre as conquistas obtidas no período deste relato, bem como desafios, projetos e o nosso desempenho frente a diferentes indicadores. Também foi importante para mapear os nossos *stakeholders* que seriam consultados pelo processo de Materialidade e na definição dos temas prioritários;

3. Pesquisa online com 58 *stakeholders*, que resultou em 42 respostas, sendo:

- 16 colaboradores de diferentes áreas, como Gente & Gestão; Administrativo; Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SSMA); Manutenção; Operações; Qualidade e Técnico;
- 9 fornecedores de serviços, embalagens, transporte, matéria-prima, produtor rural e assessoria de imprensa;
- 17 representantes de clientes, sindicatos, órgãos governamentais, comunidades locais e ONGs.

Nossos *stakeholders* consultados no processo de Materialidade



Consultar os *stakeholders* da empresa é crucial por conferir maior riqueza, confiabilidade e credibilidade ao processo de Materialidade e à elaboração do Relatório de Sustentabilidade. Portanto, esta consulta foi realizada visando estabelecer diálogo e engajar os públicos eleitos, a partir do mapeamento e da priorização de nossas partes interessadas.

Para a consulta dos *stakeholders*, elaboramos uma lista para nosso departamento de Gente & Gestão com os nomes de possíveis indicados para participarem da entrevista. Nossa preferência era por pessoas que acompanham de perto o nosso dia a dia, nosso funcionamento, nosso jeito de ser e, assim, pudessem ter condições de melhor avaliar-nos.

Os gestores de cada área fizeram um contato via telefone com cada um dos selecionados para esclarecer a realização do Relatório de Sustentabilidade da Tirolez referente a 2020, destacando a importância da participação das partes interessadas no processo. **[GRI: 102-42]**

A partir da concordância, foi enviado aos participantes um questionário em que cada parte consultada deveria assinalar cinco

temas que gostaria que fossem abordados no Relatório. **[GRI: 102-43]**

As informações obtidas no processo de Materialidade foram analisadas por nossa alta administração e pelos membros de nosso Comitê de Sustentabilidade, assim como pela consultoria especializada que prestou suporte à Materialidade.

A contratação de uma consultoria externa tem o objetivo de garantir maior isenção à dinâmica de consulta aos *stakeholders*, de contribuir para a identificação dos principais impactos econômicos, ambientais e sociais e para a realização deste trabalho de relato. **[GRI: 102-46]**

Depois de compilarmos, os resultados obtidos a partir das entrevistas com nossa Alta Direção e as respostas aos questionários enviados aos públicos de interesse, todos os principais temas materiais abordados pelo relatório foram mapeados.

Por fim, a empresa de consultoria submeteu à aprovação de nossa Alta Gestão as temáticas com maior relevância no processo de materialidade, resultando em uma lista final com os temas a serem abordados em nosso Relatório de Sustentabilidade 2020.

Temas materiais prioritários

Vamos conhecer os temas materiais definidos para este relatório da Tirolez e a correlação de cada um com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Responsabilidade pelo produto



Relevância do tema

Oferecer produtos com qualidade e que não coloquem em risco a saúde dos consumidores faz parte de nossa missão. Por isso, esse tema é muito relevante para nós. Além disso, assumimos a responsabilidade de produzir dentro das melhores práticas, garantindo produtos com qualidade, sem ferir os aspectos sociais, ambientais e econômicos.

- Relação do tema com os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”: Respeito, Saúde e Bem-estar do Consumidor; Boas Práticas de Produção.

Gestão Ambiental



Relevância do tema

Essa temática permite dimensionar a importância dos aspectos ambientais relacionados à nossa atividade sob

diferentes enfoques, como o reuso de água, a adoção de energia renovável, a modernização do processo produtivo e de atividades logísticas, a redução de emissões, o descarte correto de resíduos, o aproveitamento dos subprodutos e o uso de embalagens que impactem menos o meio ambiente.

- Relação do tema com os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”: Água Potável e Saneamento; Energia Acessível e Limpa; Ação Contra a Mudança Global do Clima; e Vida Terrestre.

Satisfação dos colaboradores



Relevância do tema

Os colaboradores são um dos principais ativos e diferenciais de nossa empresa. Por isso, investimos na qualidade de vida e no engajamento do nosso time, além de oferecer treinamento, desenvolvimento e ações voltadas à educação.

A questão da diversidade vem ganhando relevância entre as empresas e aqui na Tirolez não é diferente. Ampliamos nosso foco na valorização de minorias, com recorte de gênero, raça, orientação sexual, religião etc., ocupação de cargos de liderança, combate à discriminação, combate à violência contra a mulher e ampliação da mão-de-obra feminina.

- Relação do tema com os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”: Emprego; Treinamento e Educação; Diversidade e Igualdade de Oportunidade.

Saúde e segurança no trabalho



Relevância do tema

Este tema contempla gestão e avaliação dos riscos relacionados às atividades laborais, manutenção de equipamentos, garantia da saúde e segurança dos colaboradores (próprios e de terceiros). O foco das empresas do segmento quanto à saúde e segurança é um critério sempre muito observado por órgãos reguladores e fortemente cobrado na legislação vigente.

Também é um tema dentre os mais escolhidos por sindicatos, sendo transversal e abrangente em toda a cadeia.

- Relação do tema com os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”: Saúde e Bem-estar; e Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

Ética e Integridade



Relevância do tema

Tema diretamente ligado a questões como Respeito ao Código de Conduta Empresarial, postura ética da Empresa e de seus colaboradores, combate ao suborno e à corrupção, concorrência desleal e respeito à legislação.

- Relação do tema com os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”: Paz, Justiça e Instituições Eficazes.



4. Nosso jeito de gerir o negócio

“Produzimos queijos de qualidade, que possam ser consumidos com prazer e segurança pelas nossas próprias famílias”

A transparência é um dos pilares da governança da Tirolez, permeando nossa relação com colaboradores, consumidores, fornecedores e clientes.

O foco central do nosso negócio é a produção de queijos, além de outros produtos lácteos, os quais fabricamos dentro dos mais modernos e rígidos padrões de qualidade. Entendemos que é assim que podemos levar um alimento que gere prazer e seja seguro para todas as famílias.

O que contribui para que possamos realizar um trabalho exemplar é a metodologia do “Cuidar com Capricho”, que adotamos há 40 anos pela empresa e faz parte da nossa cultura.

Trata-se de um conceito que disseminamos entre todos os colaboradores da companhia. Para que esse modelo de gestão focado na responsabilidade mútua se perpetue, contamos com o apoio dos gestores, que cultivam em suas áreas valores como o cuidado e o capricho.

Nosso empenho é para que esse sentimento se dissemine por cada cantinho da empresa: pela indústria, produção, limpeza, manutenção, comercial e administrativo.

E o esforço, inclusive, extrapola os limites das nossas unidades. O objetivo é levar esse conceito até os pontos de venda, para que os promotores arrumem os produtos na gôndola com capricho, atraindo os olhares dos consumidores.

O objetivo é contagiar todo o nosso time com esse sentimento de pertencimento. “Vamos cuidar da empresa, de seus ativos e equipamentos, que ela cuida da gente”, pregam nossos sócios-fundadores.

Para eles, a paixão deve mover os negócios. “É possível fazer as coisas principalmente se a gente ouve o coração. A tecnologia não vai funcionar se não houver o calor humano.”

E está na valorização de cada componente do time um dos principais ingredientes do sucesso. “Se você não gostar de gente, o seu negócio não rende. O lucro e o dinheiro são apenas consequências de um trabalho bem-feito.”

“Vamos cuidar da empresa, de seus ativos e equipamentos, que ela cuida da gente”

Princípios estratégicos da Tirolez

[GRI: 102-16]

Nossa Missão

- Oferecer com excelência alimentos nutritivos, saudáveis e saborosos.

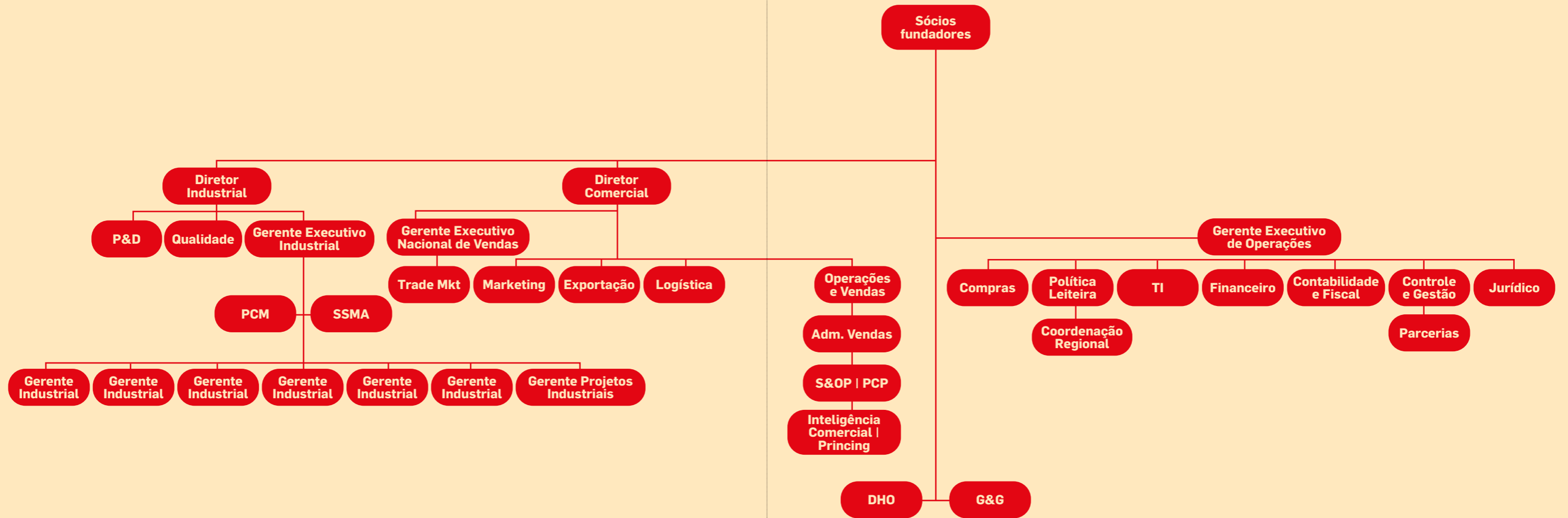
Nossa Visão

- Ser uma empresa de alimentos inovadora, presente na vida das pessoas e socialmente sustentável.

Nossos Valores

- **Gostamos de Pessoas**
Valorizamos as pessoas – colaboradores, clientes, parceiros – e queremos ajudar. Não agimos com indiferença. Somos disponíveis e atenciosos com as pessoas, independentemente da posição que ocupam. Não faltamos com respeito e educação. Respeitamos e exigimos respeito. Não deixamos que ninguém ultrapasse nossos limites e não invadimos o limite do outro.
- **Agimos como dono**
Cuidamos de nossos recursos. Não toleramos desperdício. Colocamos a mão na massa. Somos proativos, não fazemos “corpo mole”. Somos disciplinados. Entregamos os resultados acordados com qualidade e dentro dos prazos. Não inventamos desculpas. Exigimos responsabilidade de nós mesmos e de quem está ao nosso redor. Não somos omissos.
- **Somos transparentes**
Agimos com coragem e transparência. Não escondemos os nossos erros. Trabalhamos dentro da ética. Não faltamos com a integridade. Fazemos produtos de confiança. Não somos negligentes.
- **Crescemos juntos**
Trabalhamos pelo sucesso comum – indivíduo, empresa e sociedade. Não atuamos de forma isolada. Atingimos os resultados em equipe e a favor do coletivo. Não somos individualistas. Promovemos um ambiente de desenvolvimento contínuo. Não geramos intrigas e conflitos desnecessários.
- **Amamos o que fazemos**
Temos brilho nos olhos, fazemos bem-feito, com capricho. Não fazemos de qualquer jeito. Somos engajados e inspiramos as pessoas. Não somos desmotivados. Valorizamos nossa história, vivemos o presente e temos foco no futuro. Não esquecemos de onde viemos e para onde vamos.

Organograma



Nossa estrutura organizacional

Contamos com a participação de colaboradores altamente capacitados para o reporte de resultados e aprovação de projetos. Todos estão imbuídos, no dia a dia da companhia, a trabalhar em constante evolução visando o aperfeiçoamento da nossa governança, com a possibilidade da criação de um estatuto ou mandato definido e estipular funções específicas para os conselheiros. **[GRI: 102-22; 102-23; 102-26]**

O Modelo de Gestão e Governança de nossa empresa é estruturado, basicamente, como apresentamos na sequência.

Conselho Consultivo - o Conselho Consultivo é formado por conselheiros independentes, sócios, diretores e executivos-chave, com intuito de reporte mensal e alinhamento de premissas, projeções, cenários, planos e projetos necessários, além de deliberações em geral. Realiza uma reunião mensal para discussão de temas de importância, além de estratégia e resultados.

Corpo Diretivo – formado por diretores e executivos com papéis e responsabilidades bem definidas, que atuam no acompanhamento, desenvolvimento e resolução de problemas em suas estruturas.

Delegação de poderes via alçadas de aprovação para despesas e investimentos, com o envolvimento da alta liderança/diretores para aprovação de gastos mais representativos.

Auditoria Externa Independente – audita as demonstrações financeiras do grupo, visando apontar eventuais inconsistências nos processos, verificar exposições a riscos e fraudes, validar as bases das demonstrações financeiras e o seu alinhamento aos princípios contábeis vigentes (IFRS/CPC). **[GRI: 102-18]**

Comitê Estratégico – formado por conselheiros independentes, sócios, diretores e executivos-chave, com intuito de planejar o futuro da empresa em diretrizes estratégicas, seja para o crescimento de vendas, ampliação do portfólio, capacidades produtivas, estruturas de distribuição, geração de valor, estrutura de capital e/ou investimentos.

Comitê Executivo – formado por sócios, diretores e executivos, com intuito de reporte e acompanhamento semanal

de informações táticas operacionais e alinhamento do time de liderança.

Comitê de Inovação – formado por sócios, diretores e executivos, com intuito de reporte do andamento de projetos e desenvolvimento de produtos, análise de mercados, potenciais, tendências e deliberação dos planos e ações.

Comitê de Produto – formado por sócios, diretores e executivos, com intuito de revisar nosso portfólio e discutir necessidade de ajustes em formulações, embalagens, distribuição, canais de vendas, entre outros.

Comitê “Crescemos Juntos” – formado por sócios, diretores e executivos, com o intuito inicial de acompanhar os efeitos da pandemia na vida de nossos colaboradores, mas que evoluiu para um comitê de gestão com reporte de pessoas e operações na cadeia de valor (do campo até a distribuição).

Comitê Ambiental – formado por executivos, com intuito de disseminar e garantir a segurança no trabalho e meio ambiente.

Comitê de Sustentabilidade – formado pelos sócios-fundadores, diretores e executivos, com o intuito de abordar e discutir assuntos relacionados à sustentabilidade que representem oportunidades ou riscos e possam impactar os resultados dos nossos negócios no longo prazo. **[GRI: 102-18]**

Riscos e oportunidades para o nosso negócio

Apesar da importância do setor lácteo para a economia do país e a alimentação saudável da população, alguns aspectos devem ser ponderados.

No mercado como um todo, vemos como um risco o crescimento do segmento de leites sintéticos e veganos. Outro risco para a atividade diz respeito à imagem do setor, tendo em vista a proliferação de campanhas contra a produção de leite, divulgando que o processo demanda muita água. **[GRI: 102-15]**

Entre nossas oportunidades, estão o mercado interno e externo crescentes dos produtos lácteos, além da exigência

do consumidor por maior variedade de produtos com níveis elevados de qualidade.

Temos ainda o fator nutricional do leite. E pesquisas mostram que nossa cadeia se torna cada vez mais sustentável.

Desse modo, é fundamental que essas informações cheguem ao consumidor de forma correta. Por isso, se faz necessário realizar um plano de comunicação forte e transparente para sanar dúvidas, esclarecer falsas notícias e apresentar ao consumidor os benefícios nutricionais do queijo, a qualidade dos laticínios, a eficiência de nossa operação, bem como de outras organizações que atuam com excelência neste segmento.

Nosso desafio é dar visibilidade cada vez maior à importância nutricional e econômica da cadeia de lácteos, que adota práticas de

bem-estar animal, gera emprego e renda, cuida de sua gente e preserva a natureza.

[GRI: 102-15]

Nosso Código de Conduta Ética

[GRI: 102-16]

A ética permeia todo nosso ecossistema. Nosso Código de Conduta Ética, reformulado em 2020, expressa a cultura de nossa empresa, nossa missão, visão e valores. Um documento que reúne as regras fundamentais que devem ser seguidas por todos que fazem parte da família Tirolez, uma vez que é a declaração formal das expectativas que temos sobre a conduta de nossos executivos e demais colaboradores.

Esse conjunto de normas se aplica a todos os componentes do nosso time, independente de cargo ou atuação. É papel de cada colaborador e dos executivos seguirem as condutas e diretrizes que constam em nosso Código de Conduta Ética e influenciar os demais a fazerem o mesmo.

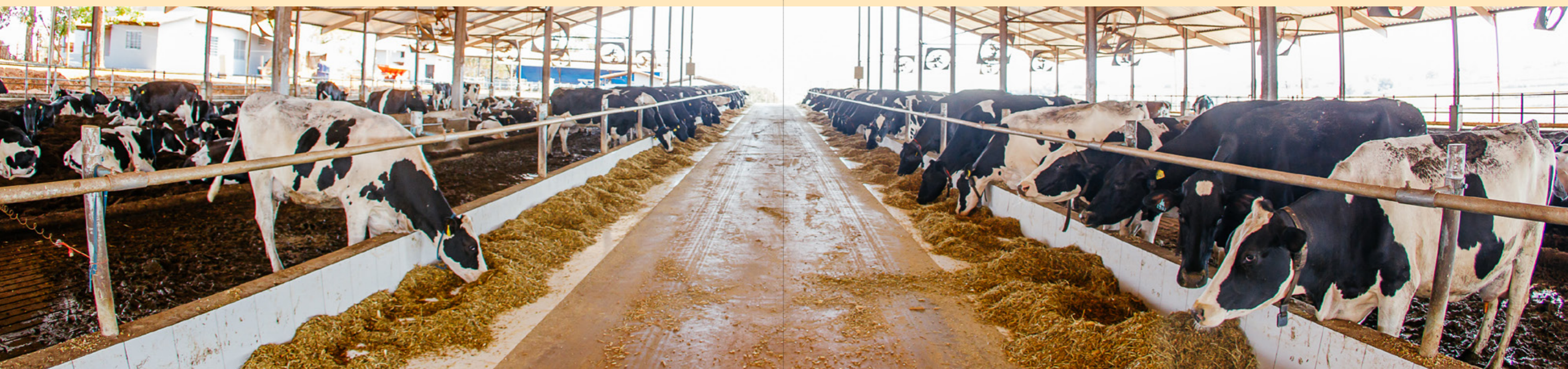
Também serve como base para as relações com clientes, fornecedores, parceiros, órgãos governamentais e outros públicos de interesse.

Para melhor gerenciar a aplicação e o cumprimento de nosso Código de Conduta Ética, em 2021 contrataremos uma empresa especializada no tema para fazer a gestão de nosso canal de denúncias, de modo que nossos públicos de interesse possam comunicar preocupações com comportamentos antiéticos ou ilícitos, e com a integridade da organização. Assim, teremos

um panorama geral e saberemos os pontos positivos e negativos e o que deveremos fazer para sanar tais problemas. No entanto, em 2021, tanto a comunicação, como a capacitação serão realizadas. **[GRI: 102-17]**

Além disso, estamos nos preparando para desenvolver nossa área de Compliance, que permitirá fortalecer ainda mais nossas práticas éticas e assegurarão que nosso negócio esteja em conformidade com legislação. **[GRI: 205-2]**

Em sua reformulação, o nosso Código de Conduta Ética enfatiza ainda mais a transparência, a ética, as medidas anticorrupção, a importância do uso racional dos recursos naturais, o respeito às pessoas, às regras de saúde e segurança do trabalho, e o combate ao assédio sexual e moral.





5. O ciclo do nosso negócio

*“Para se fazer um bom
queijo é necessário um leite
de alta qualidade”*

A excelência que procuramos conferir aos nossos produtos exige um leite de alta qualidade. Por isso, tudo começa nas fazendas dos nossos fornecedores.

A importância da matéria-prima para o negócio foi identificada pelos nossos sócios-fundadores assim que adquiriram a primeira fábrica da companhia, em Tiros. Assim que tiveram essa clareza, imediatamente saíram da empresa e foram para a roça.

Se o segredo da excelência do leite começa na fazenda, tinham que se aproximar dos produtores. Iniciaram um trabalho de relacionamento baseado em um contato próximo e transparente com cada fornecedor.

Mas te explicamos o motivo: a produtividade e a qualidade têm ligação direta com as técnicas de manejo adotadas nas fazendas. Por isso, por meio de nossa Política Leiteira, nos empenhamos em oferecer aos produtores informações técnicas e cursos de qualificação, destacando elementos como:

- **Importância da saúde animal;**
- **Conforto;**
- **Nutrição;**
- **Melhoramento genético;**
- **Adoção de práticas, como o bem-estar animal;**
- **Produção com menos impactos ambientais;**
- **Boas práticas trabalhistas.**

Por isso, saiba que, quando você está se maravilhando com qualquer uma das delícias da Tirolez, boa parte da responsabilidade vem da excelência do trabalho que o produtor leiteiro realiza na fazenda.

Hoje, para levar essas informações de boas práticas aos produtores, utilizamos uma plataforma de ensino, o Conecta, e uma plataforma de aprendizado no agronegócio, o Educapoint.

Relação com os fornecedores

Em 2020, trabalhamos com um universo de aproximadamente 1.300 produtores parceiros. Deles, adquirimos cerca de 259 milhões de litros de leite que garantiram o abastecimento de nossas seis unidades fabris.

Mesmo com todos os desafios impostos pela pandemia, demos continuidade ao nosso trabalho, seguindo todas os protocolos recomendados pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

Realizamos 2.828 visitas técnicas de qualidade do leite e 400 treinamentos individuais aos produtores e seus colaboradores. Foram realizadas 338 visitas, que visaram:



- **Levantar o perfil das propriedades que começaram recentemente a fornecer para a empresa;**
- **Atualizar o contato com produtores que já pertenciam ao quadro da Tirolez.**

Dessa forma, foi possível atender ao Plano de Qualificação dos Fornecedores de Leite, implementado por novas legislações que entraram em vigor.

Nessas visitas, também fizemos treinamentos aos transportadores de leite, promovendo a capacitação e a padronização da prestação de serviços.

Nossos supervisores realizaram ainda 3.065 visitas com ênfase em Política Leiteira. Em cada uma delas, trataram temas como negociação do preço, informações de

mercado, fomento à produção, logística de leite, e acompanhamento de projetos de assistência técnica, como Balde Cheio, Educampo, Mais Leite, Pro Campo, dentre outros.

E você acha que nosso envolvimento com a produção do leite para aí? Ledo engano!

Acompanhamos rigorosamente a alimentação do rebanho e a ordenha, que segue os mais rígidos padrões de assepsia. O nosso curral é de Primeiro Mundo!

Além disso, o leite produzido é submetido ao controle físico-químico e microbiológico. Ao ser coletado, imediatamente é resfriado e, num prazo controlado, é acondicionado em modernos caminhões isotérmicos e transportado até a indústria.

Queijo bom exige conhecimento e tecnologia

Uma estratégia importante das indústrias do setor é instalarem suas indústrias em regiões tradicionalmente produtoras de leite. Isso facilita o acesso ao fornecimento da matéria-prima, reduzindo o custo de transporte e o tempo entre a ordenha e o processamento. A qualidade do produto está garantida.

Mas a jornada do leite, antes de virar o queijo nosso de cada dia, continua!

Ao chegar em nossas unidades, a bebida é novamente submetida a controles de qualidade, o que condiciona o descarregamento do produto na fábrica. Imediatamente é resfriado e estocado em temperatura inferior a 5°C.

Também é submetido a vários processos que garantem a segurança alimentar. Primeiramente, é clarificado para retirar as impurezas naturais presentes e, na sequência, é pasteurizado via tratamento térmico. Esse último processo garante a eliminação dos micro-organismos



patogênicos. Dessa forma, poderá então ser padronizado no teor de gordura adequado para a industrialização.

Esse processo de preparo do leite é feito com equipamentos de alta tecnologia, que garantem a máxima padronização, tanto para a produção de queijos, como de quaisquer outros laticínios.

O leite padronizado é enviado a tanques, onde recebe a adição do coagulante e do fermento láctico, responsáveis pela coagulação do leite e a obtenção da coalhada, a qual é, posteriormente, cortada visando a liberação do soro.

As condições de temperaturas e de corte são variáveis de um queijo para outro. O conteúdo do tanque é descarregado numa prensa e o soro é bombeado. Os grãos de coalhada se compactam durante essa pré-prensagem, estando assim aptos ao corte e à enformagem.

Especificamente para a linha de queijos filados (Mussarela e Provolone), após a pré-prensagem, a massa passa por uma etapa chamada de filagem. Na sequência, é moldada em formas conforme o padrão de cada produto dessa linha.

E você sabe quando cada queijo ganha o seu formato específico?



Enquanto está dessorando durante a prensagem, o processo já lhe confere o seu formato específico. Ao ser retirado das formas, cada queijo passa pela etapa de salga, que tem papel fundamental na conservação do produto, no sabor e na formação da casca.

Nesse momento, essa linda jornada de fabricação do queijo já chega ao fim para alguns deles!

É que alguns tipos já podem seguir para embalagem primária e secundária, como os queijos frescos (Minas Frescal e Ricota). Já outros são maturados alguns dias ou

até meses, como o famoso Parmesão, que é retido por seis meses em câmara fria. A etapa de maturação é responsável pelo desenvolvimento das principais características de sabor, aroma e textura.

Os produtos são todos acondicionados em embalagens primárias após um eventual fracionamento, sendo alocados em caixa de papelão para que possam ser comercializados.

Esse é, basicamente, o processo de nascimento de cada queijo. Um encontro de conhecimentos, tecnologia e muita dedicação.



Mas na Tirolez são fabricados, diariamente, inúmeros outros produtos lácteos, que são oferecidos ao consumidor com a mesma maestria, mas cada qual seguindo processos específicos de produção.

Produzimos, por exemplo, requeijões e cremes de queijo, fabricados a partir de massas lácteas, queijos e creme de leite. Os fundidos requerem equipamentos para a realização da fusão, linhas de envase para acondicionamento a quente dos produtos e túnel de congelamento para o abaixamento rápido de temperatura.

O creme de leite fresco e a manteiga são produtos provenientes do processamento do creme de leite (matéria-prima). E também requerem linhas de envase dedicadas e equipamentos para a transformação do creme.

Todos os produtos são transportados para o nosso Centro de Distribuição, localizado na cidade de São Paulo, por meio de caminhões refrigerados, que garantem a alta qualidade dos produtos da marca.

Assim, estão prontos para chegar até a mesa de cada cliente!

Inovamos para agradar o seu paladar!

A história da Tirolez registra vários momentos de pioneirismo. Muitos foram frutos do trabalho do nosso departamento de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D). O mantra desse time é “inovar, inovar, inovar”.

Composto por sete colaboradores em diferentes estágios da carreira (de júnior a especialistas) e por dois estagiários, o nosso P&D atua em sintonia fina com a nossa área de Marketing, que também tem um time dedicado para o desenvolvimento de projetos. É desse trabalho em conjunto que surgem os nossos produtos desde o início. Por isso, não é equívoco afirmar que as inovações da nossa empresa são fruto desse casamento perfeito.

Para o amadurecimento de cada processo de desenvolvimento, essas duas áreas se reúnem com nossos executivos de diferentes setores da gestão para trocar conhecimentos técnicos e definir um cronograma de atividades.

Mensalmente, o time realiza reuniões para o acompanhamento de cada projeto, analisando seu estágio de maturação, o

momento ideal para o lançamento e para o monitoramento do mercado.

Sempre em busca de novos insights ou visando aprimorar os trabalhos em curso, o departamento mantém contato permanente com nossos fornecedores, buscando obter insumos, trocar informações e iniciar as prototipagens.

Os fornecedores participam e nos ajudam a encontrar soluções. E somos abertos a receber todo o suporte de especialistas em suas áreas. Inclusive participamos, muitas vezes, de testes in loco, que são importantes momentos para troca de conhecimentos e evolução do time todo.

Nossos olhares para as etapas do desenvolvimento sempre consideram a cadeia como um todo: produtos saudáveis, seguros, embalagens que protegem os produtos, processos que respeitam o time que trabalha na operação e o meio ambiente.

Testes e avaliações das pesquisas e projetos desenvolvidos são realizados até a aprovação final, com parecer que envolve a Diretoria, além das áreas Comercial e de Marketing.

Para avançar com nossos estudos, projetos e pesquisas, a cada ano o time interno se reúne para fazer uma avaliação completa dos requisitos técnicos da empresa. Um importante ponto de partida para concretizar ideias, orientar investimentos, entender os

movimentos da concorrência e do mercado, definir prazos, dentre outros fatores.

Esse processo baseia-se nas estratégias da companhia. Adotamos uma metodologia de priorização de ações, que nos permite alinhar nossas equipes, definir responsabilidades, mapear o horizonte de lançamento de produtos e até traçar uma tática comercial e de desenvolvimento para os próximos três ou quatro anos.

Esta rotina anual nos faz revisitar projetos em momentos diferentes do mercado, antever necessidades dos nossos consumidores e melhorar a nossa gestão, por exemplo, reduzindo custos sem perder a qualidade dos nossos laticínios.

Diante de nossas decisões estratégicas, como implementar um produto, adotar uma nova embalagem, automatizar o processo e aprimorar nossas práticas, as áreas de P&D e de Marketing sempre têm contribuição crucial.

Em alguns projetos, o envolvimento de Universidades também ocorre, fomentando uma rica troca de conteúdos científicos entre a academia e os nossos profissionais.

Ou seja, a área de Inovação não segue um manual restrito e imutável. Está sempre se adaptando a novos modelos e ciclos. O objetivo é acompanhar as tendências do futuro, mas sem perder a responsabilidade com o presente.

Ações de marketing: entregar valor e fidelizar o consumidor

[GRI: 417-1]

Produtos finalizados, embalados, rotulados, comercializados, transportados e colocados nos pontos de venda ao consumidor final. Essa é a nossa rota de operações. Mas ainda tem um ponto essencial: as ações de marketing para apresentar, divulgar, conquistar e fidelizar o consumidor.

Nossa área de Marketing acompanha atentamente as transformações do mundo globalizado e suas tendências, buscando ampliar a oferta de produtos alimentícios e momentos de consumo. Estratégia importante para aumentar a competitividade da companhia perante o mercado.

Levamos aos consumidores, por meio do trabalho multidisciplinar das subáreas de Inovação, Inteligência de Mercado, Categoria e Comunicação, produtos que se tornaram no mercado sinônimos de qualidade e segurança alimentar.

Na gestão do portfólio, o Marketing avalia a performance das categorias de acordo com os objetivos estratégicos da empresa, buscando rentabilidade, cumprindo as diretrizes de precificação, otimizando canais de vendas e melhorando a performance dos produtos do portfólio.

Já a área de Inteligência de Mercado, contribui com as decisões estratégicas da companhia, analisando os movimentos do mercado, tendências, concorrência e o comportamento do consumidor.

São várias as ferramentas de marketing que utilizamos, como campanhas veiculadas em diversos canais de comunicação, merchandising em programas culinários de emissoras de TV, contratação de personalidades para disseminarem nossas mensagens, inserções em rádios, além de apoio com conteúdo em nossas redes sociais.

Mas algumas ações devem ser diferenciadas! Afinal, cada vez mais, os consumidores querem que as empresas os surpreendam, antecipando demandas. Focados nessa tendência, percebemos que nossos clientes não querem apenas consumir, querem saber mais sobre o que estão consumindo, conhecer novas opções, ser especialistas no assunto.

Então, para atender aos anseios de nossos consumidores e apresentar a eles o universo tão saboroso do queijo, nossa área de

Marketing criou a Escola do Queijo Tirolez”, uma série de 20 aulas virtuais com duração de cerca de 10 minutos, apresentadas pela chef Raquel Novais.

Nas aulas, os consumidores podem conhecer mais sobre a história do queijo, tipos comuns no Brasil e no mundo, além de terem acesso a dicas de consumo, armazenamento, harmonizações e deliciosas receitas, podendo ser vistas no canal da Tirolez no Youtube: [youtube.com.br/tirolezqueijos](https://www.youtube.com.br/tirolezqueijos).

Cabe à área de Comunicação divulgar os conteúdos sobre os produtos de portfólio e os lançamentos, por meio das redes da marca no Instagram, Facebook e Youtube, além de campanhas de mídia, assessoria de imprensa, eventos e parcerias com influenciadores.

Outro olhar importante nesse processo é para o comportamento do shopper (aquele que efetua a compra no ponto de venda). É aí que entra o papel do Trade Marketing, que conecta a estratégia da companhia à execução de fato, integrando a Tirolez com os principais canais de vendas.

Nosso objetivo é promover a fidelidade do consumidor, entregando valor e garantindo a presença e o posicionamento dos produtos de maneira correta.

A área tem como especialidade o conhecimento dos canais de distribuição,

categorias e comportamento do consumidor. Dentre suas principais atribuições estão:

- **As recomendações das estratégias e táticas de marketing nos canais;**
- **Apoio à área de Marketing em ações de lançamentos e divulgação de produtos;**
- **Direcionamento dos investimentos nos canais de vendas e clientes;**
- **Desenvolvimento de calendários e ações nos pontos de venda (PDVs);**
- **Recomendação e análise de performance de vendas;**
- **Recomendação de preços e descontos aplicados;**
- **Coordenação de pesquisas de consumidores nas lojas;**
- **Desenvolvimento de campanhas de incentivos para alavancagem de vendas com o time comercial;**
- **Capacitação das equipes comerciais, com informações estratégicas de produtos;**
- **Desenvolvimento de eventos para criar laços com os varejistas e com os consumidores.**



Com o foco de atuação estratégica direcionado a cada canal de vendas, contamos com mais de 430 promotores que atuam junto aos pontos de vendas em todo o país. Esses profissionais são fundamentais, porque são o último ponto de contato da Tirolez antes de entrar nos lares brasileiros.

Boas práticas de produção [GRI: 102-11]

Seguimos os procedimentos previstos em lei para evitar ou mitigar eventuais danos

nas operações potencialmente perigosas ao meio ambiente e à saúde humana. Em caso de acidentes ambientais, possuímos procedimentos documentados para a prevenção, mitigação e resolução de eventuais danos causados.

Adotamos todos os padrões de segurança da produção de alimentos, e contamos com Boas Práticas de Fabricação (BPF), Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), estruturas robustas de controle e garantia da qualidade em nossos laboratórios nas fábricas. Também estamos em processo de certificação para a FSSC 22000 em nossa unidade de Tiros.



Na empresa, os processos são mistos, se dividindo entre:

- **Processos com alto nível de automação (realizadas por robôs encaixotadores) e mecanização (executadas por máquinas envasadoras automáticas);**
- **Processos semiartesanais, requisitados para a produção de queijos finos, os quais necessitam de um cuidado e manuseio especial por parte dos colaboradores das fábricas.**

Cuidados na Rotulagem

[GRI: 416-1; 417-1]

Além de todos os cuidados com o leite e com a industrialização, os produtos que saem de nossas fábricas precisam chegar para o consumidor com uma rotulagem adequada. Devem levar informações corretas sobre os nossos produtos e suas composições. Etapa que exige uma grande atenção de nosso time.

A rotulagem de produtos alimentícios deve seguir regulamentações estabelecidas pela Agência de Vigilância Sanitária

(ANVISA) e pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA). Essas regulamentações, quando são atualizadas, são amplamente comunicadas pelos meios de comunicação focados no setor alimentício.

Nossa área de Assuntos Regulatórios monitora constantemente e acompanha o andamento destes temas, participando de reuniões, seminários e comunicando internamente as diretrizes a serem adotadas.

Os ingredientes utilizados em nossos produtos são todos devidamente registrados nos órgãos competentes, sendo que a definição dos dados que estampamos nos rótulos é estabelecida em documentação técnica apresentada pelos fornecedores (especificações).

O processo de desenvolvimento e melhorias de produtos foram estabelecidos por nossa área de Procedimento e são seguidos e monitorados pela equipe de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D).

As quantidades e limites de adição de ingredientes nos alimentos também segue regulamentação e, portanto, seguem recomendações legais. Itens que podem ocasionar alergias são devidamente informados no rótulo.

A rotulagem é revisada por equipe treinada e os documentos são disponibilizados no site do Ministério da Agricultura, de acordo com as exigências legais e para auditorias solicitadas pelo Ministério.

Por seguirmos todas as regulamentações estabelecidas, entendemos que o uso dos ingredientes e o produto final são seguros, e toda comunicação que realizamos na rotulagem de nossos produtos é completa e eficiente.

Na imagem, confira exemplo de um dos nossos rótulos.



Na Tirolez, atualmente todos os nossos produtos seguem as regulamentações, conforme descrito na imagem do rótulo. As auditorias internas, feitas anualmente, verificam as documentações geradas

na área de rotulagem, visando avaliar a conformidade e direcionar as correções necessárias para o cumprimento das normas. **[GRI: 417-1]**

Transporte e armazenagem: etapas que exigem excelência

Nosso processo logístico é pensado de forma estratégica, privilegiando a ótima conservação dos produtos, redução de custo, agilidade das operações e menor impacto ambiental.

As atividades logísticas iniciam-se no carregamento diário dos produtos acabados em nossas seis unidades fabris. O carregamento é realizado de forma paletizada, com paletes tipo PBR retornável, cantoneiras e cintas de velcro (Bluebelt), as quais são reutilizáveis e possibilitam uma melhor refrigeração dos produtos.

O transporte entre nossas unidades e nosso Centro de Distribuição, localizado às margens da Rodovia Raposo Tavares, na cidade São Paulo, é realizado por transportadoras contratadas. Utilizam veículos refrigerados com temperatura controlada (até 5 graus), que são abastecidos por biodiesel (combustível menos poluente).

São usados dois tipos de carreta para o transporte dos produtos:

- Carreta normal (capacidade para 28 paletes);
- Carreta tipo Double Deck (para 56 paletes) – essas são utilizadas na maioria das operações. Isso porque, por terem maior capacidade, permitem reduzir uma carreta no circuito a cada transferência, o que possibilita consumo menor de combustível, de pneus e, conseqüentemente, redução de emissão de poluentes na atmosfera.

Na chegada em nosso Centro de Distribuição (CD), os veículos passam por controle na portaria e são direcionados às docas de descarregamento.

Os produtos são estocados em câmaras frias com temperatura controlada, gerador, câmeras e demais sistemas de segurança.

Em todo CD (área operacional e administrativa) há coletores de lixo diferenciados (plástico, papel, metal, orgânico e vidro), permitindo a reciclagem desses materiais e a manutenção de um



ambiente limpo e organizado. Toda equipe do CD está orientada quanto à utilização correta dos coletores e à disseminação dessa prática aos fornecedores e visitantes.

Nossas atividades são suportadas pelo sistema ERP Logix, da TOTVS, por softwares desenvolvidos internamente de coletores de dados e estamos implementando sistemas de roteirização e monitoramento das entregas em tempo real.

Prontos para chegar à mesa de cada brasileiro!

A estrutura comercial da Tirolez é robusta e profissionalizada. Nossos produtos são distribuídos nos principais municípios do

Brasil, nos 26 Estados e no Distrito Federal, além de serem exportados.

O modelo de distribuição é formatado em uma plataforma multicanal e nosso objetivo é sempre estar à mão do consumidor, independente do estabelecimento em que é comercializado ou da região do país.

A estratégia comercial é realizada por meio do mapeamento das áreas, identificação de clientes potenciais e realização de orçamento de vendas. Em seguida, esses dados são desdobrados sob diferentes prismas: geográfico, tipo de produto, preços, agente de vendas etc. Essas operações são realizadas de forma digital, minimizando o uso de papéis.

Os roteiros de vendas dos times possuem rotas geográficas diárias que trazem a concentração de clientes próximos. Assim, é possível otimizar tempo, reduzir distâncias e evitar grandes deslocamentos de veículos, gerando menores custos de transporte e riscos inerentes ao trânsito.

Quanto ao transporte dos produtos, existem protocolos de segurança que são apresentados pela área de Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SSMA) e assimilados por meio de treinamentos de direção defensiva, ministrados por terceiros com suporte do nosso time.

Nas visitas e nas prospecções aos clientes, as abordagens utilizam materiais de publicidade e propaganda recicláveis e digitais.

Em cada visita, são verificados níveis de estoques dos clientes e são feitas análises de promoções e capacidades de volumes de vendas para emissão dos pedidos. Para isso, leva-se em conta parâmetro o nível de abastecimento dos clientes, o que permite atender as expectativas das ações de vendas aos consumidores e, ao mesmo tempo, evitar perdas por devoluções e devidos descartes dos produtos.

Os pedidos capturados com os clientes são digitados e integrados em um sistema

de gestão digital (FVT), com todas as informações cadastrais dos clientes e análise de crédito, que é feita anteriormente e aprovada pela área financeira.

Na sequência, seguem para validação e interface com outros sistemas de gestão até a integração na área logística. Todo fluxo é sustentável, uma vez que é realizado por meio de sistemas digitais sem a necessidade da emissão de pedidos ou validações externas e internas com papéis.

Desse modo, se garante a rastreabilidade de todos os dados, além de validações sistêmicas e integradas dos pedidos. Dessa forma, o time de vendas pode acompanhar on-line todos os procedimentos.

O ciclo se completa com o recebimento dos produtos pelos clientes e com os devidos pagamentos dos pedidos de compra. E assim, se inicia um novo processo de prospecção, análises e vendas.



6. Desempenho ambiental

[GRI: 301-1; 302-1; 303-1; 304-1; 305-1; 305-2; 306-2; 307-1; 308-1]

O meio ambiente passou a integrar a gestão das empresas e na Tirolez isso não é diferente! Na verdade, essa sempre foi uma preocupação, mas que ganhou maior foco nos últimos anos. Produzir de forma sustentável passou a ser nossa premissa número 1.

Afinal, somos conscientes que estamos diante de recursos naturais finitos no planeta. E que, por isso, necessitamos buscar alternativas renováveis e ambientalmente corretas. Por isso, nos esforçamos cada dia mais para tornar a operação mais eficiente, com menor consumo de água, utilizando energia limpa, arborizando os arredores das fábricas e reduzindo a emissão de gases poluentes. **[GRI: 201-1]**

Como exemplos do impacto de nossas operações sobre o meio ambiente, vale citar o consumo total de água nas nossas seis fábricas, que é de 631.504m³/ano. Além disso, nossas unidades fabris, juntas, ocupam uma área de 243.725,58m², o que tem um peso sobre a flora e a fauna locais.

É por conta de impactos como esses que atuamos no sentido de aprimorar continuamente a gestão dos recursos naturais que utilizamos e minimizar quaisquer influências de nossas operações sobre o meio ambiente.

Foco nas energias renováveis

[GRI: 301-1; 302-1]

Investimos para reduzir o consumo de energia e aumentar a participação de fontes renováveis em nossos processos.

- **Mercado Livre de Energia**

As unidades da Tirolez situadas em Arapuá, Tiros, Caxambú do Sul, Monte Aprazível e Lins estão incluídas no Mercado Livre de Energia. Isso significa que toda energia elétrica consumida nessas fábricas foi oriunda de geradores renováveis, cujas fontes são eólica, fotovoltaica, biomassa ou hidroeletricidade produzida em Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs).

Além dos 21.840Mwh provenientes do mercado livre de energia, outra fonte renovável é a lenha consumida nas caldeiras, proveniente de florestas plantadas (eucaliptos). Em 2020, consumimos o correspondente a 30.135m³. **[GRI: 302-1]**

- **Biogás**

Na unidade de Tiros foi instalado um novo sistema anaeróbico, que já vem preparado para a coleta e aproveitamento do biogás gerado. Atualmente, o gás é queimado por meio de um flare (mecanismo que garante um escape de maneira monitorada), até que a sua composição seja completamente conhecida e o sistema entre em regime, estabilizando o funcionamento.

Estamos avaliando o reaproveitamento desse sistema na caldeira ou no refeitório. Essa nova concepção foi idealizada pelas



áreas de meio ambiente, produção e manutenção, como solução ao desvio da meta sobre custos relacionados ao meio ambiente.

- **Reaproveitamento energético do lodo**

Desenvolvemos um projeto de estudo, já aprovado pelos órgãos ambientais de São Paulo, para realizar a queima do lodo proveniente das Estações de Tratamento de Efluentes, que operam com Sistemas Físico-Químicos. Isso resultará num reaproveitamento energético do lodo que hoje é destinado a compostagem. Para implementá-lo, está em análise a viabilidade das adequações das caldeiras, o que permitirá a queima desse material.

- **Luminárias de LED**

A redução do consumo de energia também pode vir de pequenas, mas significantes ações, como a substituições de lâmpadas. Foi o que fizemos! Todas as nossas fábricas são equipadas com luminárias de LED, diminuindo o consumo de energia elétrica e aumentando a iluminância dos setores.

- **Economia de energia**

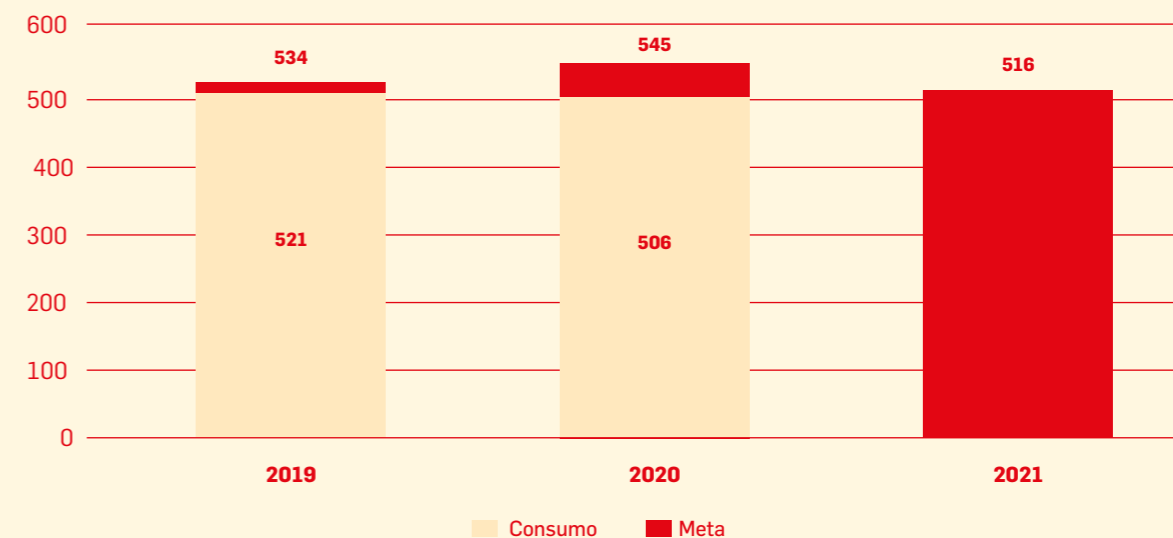
Como nosso objetivo é reduzir o consumo de energia, a cada ano estipulamos metas de consumo para nossas fábricas e as estimulamos a cumpri-las. O resultado tem sido positivo, tendo em vista que o consumo em 2019 e 2020 foi menor que a meta projetada.

Como é demonstrado nos gráficos “Taxa Consumo Energia Elétrica” e “Consumo de Lenha”, em 2019 a nossa meta de consumo de eletricidade era de 534 kwh/tonelada, mas consumimos 521 kwh/tonelada.

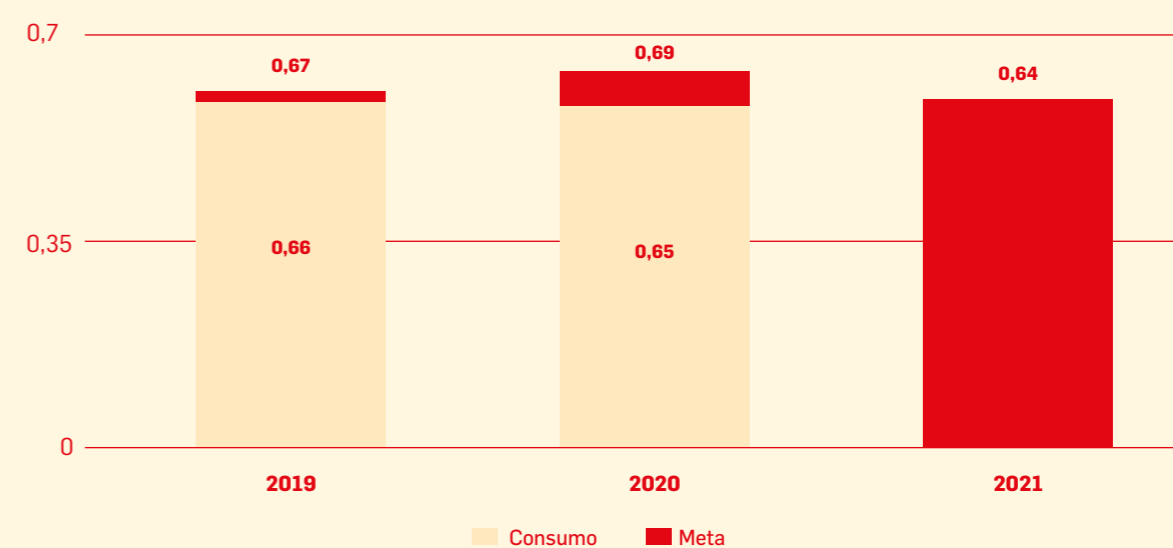
Já em 2020, nosso desempenho foi ainda melhor. Nossa meta era de 545 kwh/tonelada, mas utilizamos apenas 506 kwh/tonelada.

Também tivemos, nos dois últimos anos, consumo médio de lenha abaixo da meta: em 2019, a nossa taxa média de consumo de lenha foi de 0,66m³/tonelada de lenha, mas nossa meta era de 0,67. Em 2020, essa taxa foi de 0,65m³/tonelada, ante uma meta de 0,69.

Meta x Realizado - Taxa Consumo Energia Elétrica (em kwh/tonelada)



Taxa média - Consumo de lenha m³/tonelada



O zelo com nossos recursos hídricos [GRI: 303-1]

A água consumida em nossas fábricas é oriunda de vários tipos de fontes: surgências, superficial, subterrânea e concessionárias locais. Todas as nossas fontes são outorgadas pelos órgãos ambientais e todo o volume é utilizado diretamente na produção dos queijos, higienização dos equipamentos e do piso, além do consumo humano.

Em 2020, a nossa taxa média de consumo de água nas fábricas foi de 13,62m³/tonelada de produto produzido. Os volumes captados respeitam os limites definidos em cada outorga. Questões climáticas também são consideradas, o que é possível observar no

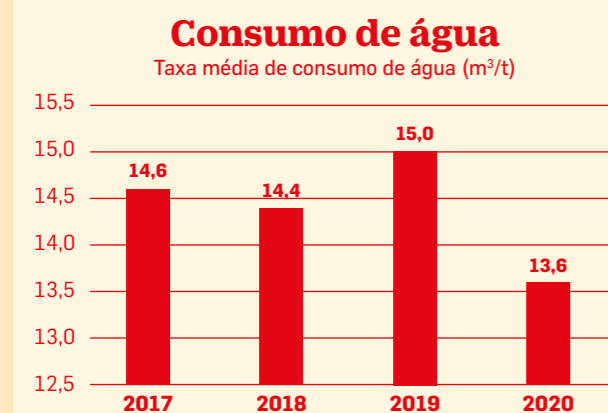
limite de consumo sazonal liberado para fontes superficiais, por exemplo.

O impacto gerado está relacionado ao consumo de água frente ao limite ofertado pelas fontes. Os volumes definidos em outorga são os norteadores do impacto gerado e as nossas ações se baseiam em programas de estímulo à redução do desperdício.

Reduzir o consumo de água, com certeza, está em nosso radar, pois esse precioso recurso está ficando cada vez mais escasso.

E estamos no caminho certo: entre 2019 e 2020 reduzimos nosso consumo em mais 56 milhões de litros de água. E nossos esforços se mantêm no sentido de reduzirmos ainda mais o consumo do nosso processo.

Os números mostram que obtivemos uma redução de 10% na taxa de consumo (m³ de água/tonelada de produto acabado). Para 2021, nossa meta de consumo é de 13,44m³/t.



Consumo de água (m³/t)*

2019 ————— 15,00

2020 ————— 13,62

Meta 2021 ——— 13,44

Iniciativa de reaproveitamento de água

O zelo com os nossos recursos hídricos inclui também algumas iniciativas de reaproveitamento. Boa parte da água consumida nas operações de lavagem de caminhões é oriunda do reaproveitamento de água das chuvas ou do rejeito do tratamento por osmose reversa.

Na unidade de Quintinos, os telhados das áreas de fabricação e câmaras frias estão preparados para coletar a água das chuvas, enquanto as unidades de Lins, Caxambu do Sul, Monte Aprazível e Arapuá usam a osmose reversa para o tratamento de água das caldeiras e para a concentração de soro, não descartando o rejeito resultante desse sistema.



Por uma melhor gestão de água e efluentes!

- **Projeto de reaproveitamento de água do Soro**

Na área ambiental, realizamos o Projeto de Reaproveitamento de Água do Soro. Essa iniciativa visa dar nova utilização a essa água que é efluente do nosso processo industrial. Uma de nossas principais iniciativas sustentáveis na unidade de Tiros, foi o reaproveitamento da água proveniente da concentração de soro. Essa ação visa dar nova utilização a essa água que seria efluente do nosso processo industrial.

Uma parte do soro gerado na fabricação de queijos é concentrada e vendida para ser usada na produção de outros alimentos.

O sistema usado nessa concentração de soro é a nanofiltração, seguida por Osmose Reversa. O permeado da Osmose Reversa é a água extraída do soro, com qualidade que permite o uso em processos externos.

- **Fertirrigar o solo com efluentes**

Fizemos uma parceria com a Universidade Federal de Viçosa (UFV) para estudar e desenvolver um projeto para a aplicação de efluentes líquidos industriais no solo.

Assim, dentro de uma área rural cedida por um de nossos produtores e aprovada pelo órgão ambiental de Minas Gerais, são aplicados 30m/dia desses efluentes.

Essa área é dividida em piquetes que são rotacionados, de acordo com a frequência definida a partir das análises

de solo e da quantidade de matéria orgânica produzida. É uma maneira sustentável de aproveitar esse resíduo para irrigação, melhorando a qualidade da pastagem dos produtores de leite.

Fazemos questão de buscar na ciência e no desenvolvimento de novas tecnologias as alternativas que precisamos para tornar o nosso negócio ainda mais sustentável.



Biodiversidade

[GRI: 304-1]

Executamos plantios de árvores nativas, cumprindo Termos de Compromisso de Recuperação Florestal, com o envolvimento da comunidade.

Nosso objetivo é interferir e impactar o menos possível no ambiente. Por isso, uma

de nossas metas é promover uma alteração arquitetônica externa das fábricas.

Há unidades que apresentam espaços vazios, o que nos abre a oportunidade de implantar um projeto de paisagismo, com o plantio de árvores nativas da região. Inclusive mesclando com espécies que florescem em diferentes épocas do ano. Com isso, o ambiente estaria florido o ano todo, contribuindo para a biodiversidade. Além de deixar a área fabril mais agradável visualmente.

Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE) [GRI: 305-1]

Anualmente, a gestora de nosso contrato de energia livre fornece informações referentes ao total de equivalentes em CO₂ recuperados, em função de nossa classificação como consumidores de energia incentivada, onde todas as fontes são renováveis. Em 2020, deixamos de emitir 1.375,94 tCO₂ equivalente. [GRI: 305-2]



Como tratamos nossos Resíduos [GRI: 306-2]

Além do aproveitamento econômico dos recicláveis, todos os resíduos orgânicos gerados são destinados para compostagem. Atendemos à exigência de logística reversa de embalagens pós-consumo, definida pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, garantindo o equivalente à reciclagem de 22% das embalagens vendidas.

Em 2004, criamos o Projeto de Coleta Seletiva do Lixo para conscientizar colaboradores, estudantes e comunidade sobre a importância que o destino do lixo tem para o meio ambiente, promovendo assim a educação ambiental na comunidade e o exercício da cidadania, da solidariedade e da conservação da natureza.

Nossas fábricas têm um trabalho de reciclagem de embalagem plásticas e de papelão dos produtos que não são reutilizáveis por nós. Com o apoio e conscientização de cada

funcionário, o lixo é separado e os recicláveis são vendidos ou doados para pessoas que trabalham com projetos de desenvolvimento de outros produtos, dando o destino correto para todo material.

Os resíduos são gerenciados pelas nossas próprias unidades fabris geradoras. O transporte e destinação são feitos por meio de terceiros, porém com contrato e certificado de destinação final.

Em 2020, utilizamos em nossas fábricas 4.644 toneladas de papel e papelão e 2.891 toneladas de plástico. [GRI: 301-1]

Conformidade ambiental [GRI: 307-1]

Contamos com uma estrutura funcional dedicada às demandas de Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SSMA), com gestão local e corporativa, com objetivos e metas definidos no nível da alta administração, cascadeadas às avaliações de desempenho da média gestão (por exemplo: consumo de água e custos são metas de desempenho).

Há um sistema para controle de requisitos legais, atualização de legislação e monitoramento de prazo de licenças.

Todas as ações de cumprimento de exigências ambientais e a maior parte de novos licenciamentos e atualizações são tratados internamente pela estrutura de SSMA. E na seleção de nossos fornecedores, exigimos a licença ambiental, uma vez que é nosso propósito contribuir para que todos os nossos stakeholders estejam alinhados às melhores práticas em meio ambiente, conforme determina a legislação vigente. **[GRI: 308-1]**

Para nos aperfeiçoarmos continuamente na área ambiental, definimos metas baseadas na utilização racional de recursos e na melhoria contínua do desempenho e performance. Essas metas são acompanhadas mensalmente por meio do painel de utilidades, gerado pela área de Saúde, Segurança e Meio Ambiente.

Nossos objetivos na área ambiental

- Eficiência Hídrica;
- Eficiência Energética;
- Substituição das fontes de energia não renováveis por outras renováveis;
- Substituição ou redução das embalagens plásticas por alternativas renováveis, eficientes e economicamente viáveis;
- Arborização das áreas externas das fábricas com o plantio de árvores nativas;
- Redução do consumo de lenha.





7. Desempenho social

Reconhecemos que são as pessoas que dão vida à nossa organização. Por isso, a satisfação de nossos colaboradores está entre nossas premissas. Adotamos práticas de valorização, investindo para que tenham desenvolvimento profissional e pessoal. Nos empenhamos para oferecer um ambiente de trabalho seguro e harmonioso, para que nossos colaboradores sejam felizes com o trabalho que realizam.

Impactos, riscos e oportunidades na área Social

Antes de nos aprofundarmos no nosso modelo de gestão de pessoas, é importante abordar os impactos, riscos e oportunidades de nosso negócio no aspecto social.

A instalação de nossas unidades produtoras proporciona desenvolvimento para as cidades da região e oportunidades para a população. Com uma atuação consistente nos municípios

onde estamos presentes, figuramos como um vetor de desenvolvimento local. Propiciamos para esses municípios emprego, renda e melhor qualidade de vida.

Como impacto positivo de nossa presença nessas comunidades, destacamos o vetor econômico-social, com geração de renda por meio da arrecadação de impostos e de emprego.

Por exemplo: O município de Tiros, em Minas Gerais, tem uma população de 6.424 pessoas, das quais, 335 são nossos colaboradores. O peso é maior ainda em outro município mineiro, Arapuá, com população de 2.835 pessoas, em que 328 trabalham conosco. **[GRI: 201-1]**



Além da geração de emprego e renda, nos empenhamos em proporcionar melhores condições às comunidades onde estamos inseridos, por meio de contribuições financeiras a entidades filantrópicas, apoio para melhoria de infraestrutura e com a criação de ações mais permanentes, como o Programa Parceria Tirolez X Escolas Municipais de Arapuá (MG), no qual o leite foi inserido na alimentação escolar.

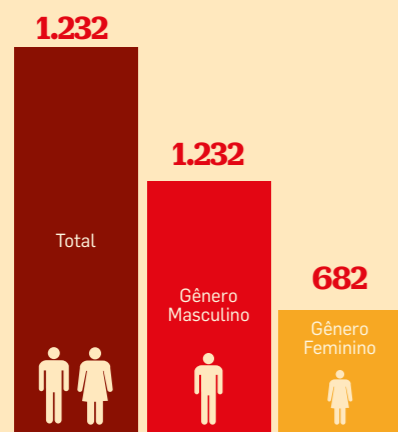
O Programa destina mensalmente um valor dirigido à compra de leite para abastecer três escolas municipais de Arapuá, atendendo um público-alvo superior a 400 pessoas.

Nosso estilo de cuidar de pessoas [GRI: 102-8]

Em 2020, a Tirolez contou com um total de 1.927 colaboradores próprios permanentes, dos quais 682 eram mulheres e 1.232 homens, que trabalharam em tempo integral. Já em programas como Jovem Aprendiz e Estágio, temos oito mulheres e cinco homens.



Colaboradores da Tirolez (2020)



Obs.: Jovem Aprendiz e Estágios: 8 mulheres e 5 homens

Em nossas três unidades de Minas Gerais temos 778 colaboradores; na fábrica de Santa Catarina, são 102; e nas duas fábricas do interior paulista são 439. Na capital paulista são 608 colaboradores, divididos entre o Centro de Distribuição e a unidade matriz, onde também estão alocados nosso time Comercial e de Trade Marketing, que têm atuação nacional. Contamos com 465 promotores de vendas, desses 235 são colaboradores efetivos Tirolez e 230 são promotores terceirizados. Dos nossos colaboradores, 98,70% são abrangidos pelos acordos coletivos. [GRI: 102-41]

Número de colaboradores nas Unidades da Tirolez (2020)



3 Unidades de MG
778 colaboradores



Fábrica de SC
102 colaboradores



2 fábricas do interior SP
439 colaboradores



Capital paulista (matriz e CD)
608 colaboradores



Quanto às tabelas referentes aos colaboradores da Tirolez, todos dados foram extraídos por meio do sistema da folha de pagamento (Sênior). Essas informações são controladas mensalmente, e a folha é auditada anualmente pela Deloitte.

Número total e taxas de novas contratações de colaboradores em 2020 [GRI: 401-1]		
por Região	Contratações	Taxa (%)
MG	224	11,6%
SC	40	2,1%
SP (Fábricas)	120	6,2%
SP (Matriz)	123	6,4%
Por Idade		
abaixo de 30 anos	296	15,4%
entre 30 e 50 anos	205	10,6%
acima de 50 anos	6	0,31%
Por Sexo		
Masculino	339	17,6%
Feminino	168	8,7%
Total	507	26,3%

Rotatividade em 2020	
MG	10,07%
SC	6,04%
SP (Fábricas)	6,16%
SP (Matriz)	6,22%
Média Geral	7,12%

Benefícios oferecidos aos colaboradores da Tirolez		
Benefícios	Colaboradores em Tempo Integral	Colaboradores Temporários ou período parcial
Seguro de vida	Sim	Sim
Assistência Médica	Sim	Sim
Assistência Odontológica	Sim	Sim
Auxílio Academia	Sim	Sim
Vale Alimentação/ Refeição	Sim	Sim
Previdência Privada	Não	Não
Empréstimo Consignado	Sim	Não
Apoio Pass	Sim	Sim
Vale Transporte	Sim	Sim
Fretado (CD SP e MG)	Sim	Sim
Cartão de Crédito WEX	Sim	Sim

Não realizamos diferenciação nos benefícios fornecidos aos colaboradores em tempo integral e aos fornecidos os colaboradores temporários ou de período parcial **[401-2]**

Licença maternidade/paternidade em 2020 [GRI: 401-3]		
	Feminino	Masculino
Colaboradores com direito à licença maternidade/paternidade:	687	1.234
Tiraram licença maternidade/paternidade:	35	-
Retornaram ao trabalho após término da licença:	24	-
Retornaram ao trabalho após a licença e continuaram 12 meses após o retorno:	19	-
Taxas de retorno e retenção de quem tirou licença maternidade:	79%	-

Saúde e Segurança do Trabalho

[GRI: 403-1; 403-2; 403-3; 403-4,403-5;
403-6; 403-7]

O Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional (SSO) implementado na Tirolez tem por objetivo promover um ambiente de trabalho cada vez mais seguro e saudável, controlando os riscos, reduzindo acidentes, atendendo a legislação e favorecendo o desempenho geral das operações. O escopo desse sistema de gestão abrange todo o público interno da empresa (Fábricas, Centro de Distribuição e Trade) e o público externo (trabalhadores terceirizados), que participam de processos de integração com reforço dessas diretrizes de conduta e cuidado com as pessoas.

Dentro desse sistema, fazemos uma contínua avaliação dos riscos por meio de mecanismos formais de controle que começam com o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA), seguido pelo Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho (LTCAT) e pelos Laudos de Insalubridade e Periculosidade (LIP), além de todas as

medições qualitativas e quantitativas que advêm dessas apreciações.

Outras ferramentas que também contribuem com essa análise de riscos e priorização dos controles são: a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), o processo de investigação de acidentes, os procedimentos de trabalho em altura e espaço confinado, as permissões de trabalho de risco, as auditorias e inspeções de segurança, os treinamentos, entre outros.

A avaliação de eficácia dessas ferramentas é feita por meio de uma análise crítica da Alta Gestão que coordena o Comitê Estratégico de SSMA. Outros dois comitês apoiam no atingimento dos objetivos de segurança: o Comitê Tático, que aprova as ferramentas que serão implementadas; e o Comitê Operacional, que é responsável pela execução das ações aprovadas.

Capacitação do nosso time

[GRI: 404-1; 404-2]

Aprimorar as competências técnicas e comportamentais do colaborador é um

dos propósitos das ações oferecidas por nossa área de Desenvolvimento Humano Organizacional com o objetivo de valorizar o ambiente de aprendizado contínuo. Nossa área de Gente & Gestão tem como sustentação três pilares: Gente certa no lugar certo; Gestores preparados e Colaboradores engajados.

Áreas em que são divididos os treinamentos na Tirolez

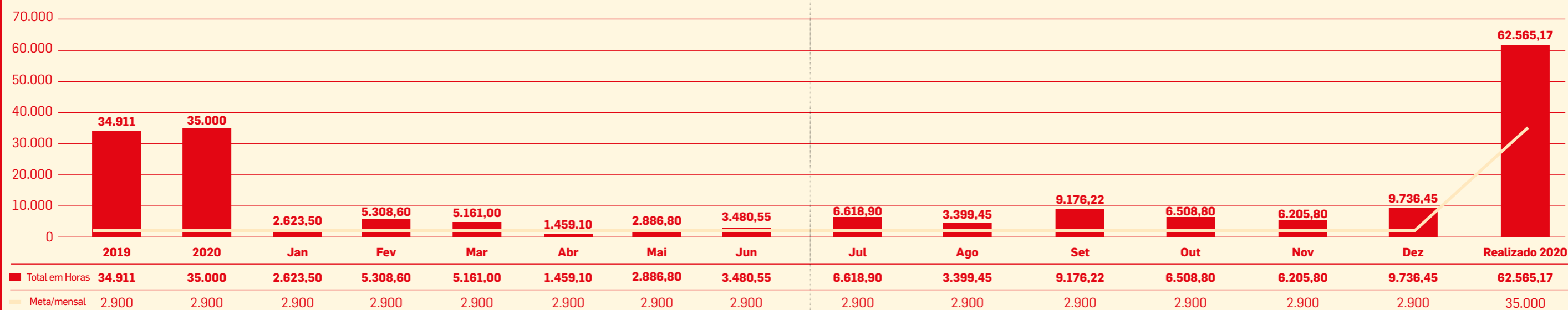
Na nossa companhia, as áreas de Saúde, Segurança do Trabalho e Meio Ambiente (SSMA) e Qualidade possuem uma matriz de treinamentos obrigatórios, sendo responsáveis pela estratégia, escolha do fornecedor e controle dos treinamentos obrigatórios, com apoio ao Departamento de Gente & Gestão (G&G) da matriz e das respectivas unidades.

O intuito desses treinamentos é garantir a qualidade dos nossos produtos e a segurança do nosso bem mais importante: nossos colaboradores.

- **Treinamento obrigatório:** Trata-se de um treinamento que fornece subsídios para atualizar os conhecimentos dos treinamentos baseados nas NR's definidas, bem como estabelecer e cumprir os critérios pertinentes às mesmas.
- **Treinamento técnico-operacional:** É a capacitação de habilidades necessárias para o cargo ou função, englobando as informações técnicas de modo a permitir um melhor aproveitamento e desenvolvimento das habilidades operacionais (com alguns equipamentos e máquinas, por exemplo).
- **Treinamento comportamental:** Este tipo de treinamento tem como objetivo preparar os nossos colaboradores para pensar e agir de acordo com a nossa missão, visão e valores.

Horas de Treinamento & Desenvolvimento - 2020

	2019	2020	Jan	Fev	Mar	Abr	Maio	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Treinamentos	24.504	18.786	1.365	1.911	3.663	147	546	856	1.522	926	873	1.887	2.628	2.456
Cursos Externos	791	1.172	15	31	0	16	0	0	204	96	94	114	8	594
Treinamentos Trade Marketing	9.615	12.995	322	2.700	2	57	48	0	0	24	3.951	2.106	25	3.760
Conecta	-	2.9612	921	666	1.496	1.239	2.292	2.624	4.892	2.353	4.258	2.401	3.544	2.926
Total em horas	34.911	35.000	2.623	5.308	5.161	1.459	2.886	3.480	6.618	3.399	9.176	6.508	6.205	9.736
Meta/mensal	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900



TOTAL DE HORAS DE T&D/20 - 62.565,17



8. Nossos programas e projetos sustentáveis

Na nossa companhia, o desenvolvimento da excelência operacional caminha lado a lado com a preocupação ambiental e com a responsabilidade com nossos colaboradores e com a sociedade em que estamos inseridos.

Para nós, essa preocupação é indissociável e permanente, resultando na construção de programas e projetos que têm a finalidade de levar a sustentabilidade a todas as áreas da organização.

Na Tirolez, evoluir sempre é palavra de ordem

Em sintonia com nossa premissa de disseminar a cultura de excelência nessas áreas, o Programa de SSMA (Saúde, Segurança e Meio Ambiente) traz ações que estimulam a mudança de comportamento dos nossos colaboradores, para que todos tenham atitudes prevencionistas.

O Programa é composto por quatro pilares, Cultural, Operacional, de Instalação e de Processos, os quais são sustentados por 16 ferramentas.

Para mantermos nosso público interno envolvido no tema, criamos grupos de trabalhos multidisciplinares que são responsáveis por atividades ligadas ao programa, assim garantimos a sua execução em diversas frentes.

O compromisso visível da Alta Gestão está alinhado com o trabalho de nossos líderes, que se assumem como responsáveis pela segurança de suas áreas de atuação. A filosofia adotada em cada uma dessas áreas tem resultado em disciplina operacional, aperfeiçoando a eliminação e mitigação dos desvios.

Esse foco no comportamento humano conduz a um aprendizado contínuo para que nós sejamos cada vez mais uma empresa sustentável e que ofereça uma qualidade de vida melhor para nossos colaboradores e para as comunidades onde atuamos.

Melhoramos em promover saúde e segurança!

Em 2018, criamos a política de SSMA e estruturamos os objetivos e metas da área, que são acompanhados mensalmente por todos os gestores e líderes. Esse acompanhamento atento, atrelado às ações que surgiram da análise dos indicadores, possibilitaram uma grande melhora no desempenho de saúde e segurança nos últimos 3 anos. Houve reduções significativas nas taxas de frequência e gravidade, que são taxas calculadas a partir do número de ocorrências e dias perdidos por acidente por hora trabalhada.

Para apoiar na implementação das ações, cada uma das unidades tem uma estrutura local de SESMT, além do time corporativo que dá suporte e traz diretrizes sobre as ferramentas de gestão. **[GRI: 403-8]**

Uma ferramenta importante utilizada pela companhia no acompanhamento



do desempenho em Saúde e Segurança no Trabalho é a utilização de um painel, no qual constam todos os indicadores relevantes da área.

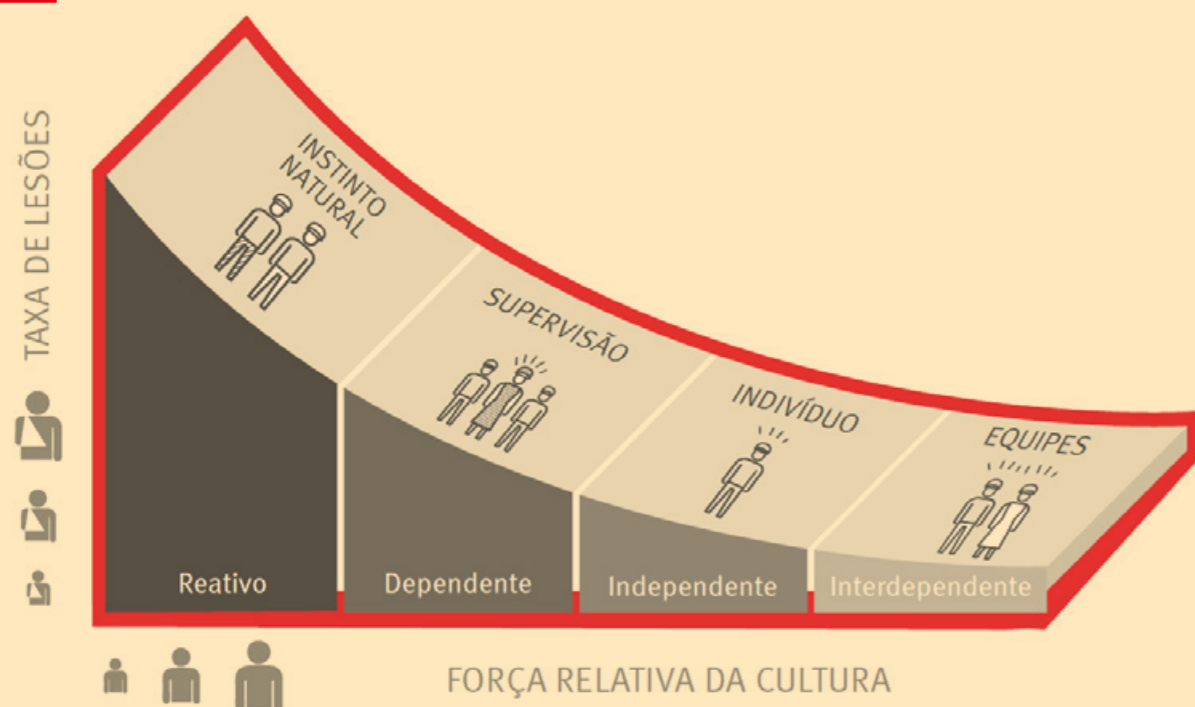
Em cada ano, é estabelecida uma meta para cada indicador, o que facilita o monitoramento mês a mês do cumprimento das metas, indicando, eventualmente, a necessidade de tomada de medidas assertivas em determinado aspecto.

Por exemplo, em 2020 a Tirolez estabeleceu a meta de ter uma taxa de frequência, de acidentes com afastamento, de 13,82. Ao final do ano, conseguiu ficar abaixo, registrando um índice de 9,00. Em outro indicador, a empresa definiu como objetivo ter uma taxa de gravidade abaixo de 225,00, o que também foi atingido.

Maturidade Cultural em SSMA

O nosso estágio de cultura de maturidade em segurança pode ser expresso através da curva de Bradley – Maturidade Cultural em SSMA, a qual mostra o desenvolvimento da cultura de segurança em nossa empresa. Evoluímos do estágio “reativo” para o “independente”, com base na expansão da cultura de SSMA e dos resultados obtidos: 65% de redução na taxa de frequência de acidente de 2018 a 2019 e 40% de redução na taxa de gravidade de 2019 para 2020.

Curva de Bradley da Dupont x Tirolez



A taxa de frequência é calculada conforme o número de acidentes ocorridos em determinado período.

Já outra taxa, a de Gravidade, como o próprio nome sugere, se propõe a dar uma estimativa da gravidade de acidentes que ocorrem nas nossas instalações, levando em conta os acidentes com afastamento. A lógica é a seguinte, quanto maior o afastamento, mais grave foi o acidente.

E a Tirolez tem atingido bom desempenho também nesse índice, com o apoio do Programa SSMA.

Melhoria contínua com foco na excelência operacional

O bom desempenho socioeconômico de qualquer atividade depende do empenho das pessoas envolvidas. Por isso, faz parte de nossa cultura organizacional promover ações que estimulem o envolvimento de nossos colaboradores na busca de soluções que nos propicie a excelência industrial.

Nesse sentido, destacamos os programas P+L (Produção Mais Limpa), SMART (Sempre Melhorar a nossa Rotina de Trabalho) e SIM (Sistema Integrado de Manutenção).

Programas que buscam a nossa excelência industrial

P+L:
Produção Mais Limpa

SMART:
Sempre Melhorar a nossa Rotina de Trabalho

SIM:
Sistema Integrado de Manutenção

O Programa P+L trabalha a conscientização das equipes de processo por meio de rotas de identificação e solução de problemas de desperdício, alinhado às boas práticas de mercado.

O Programa SIM, tem como objetivo a gestão dos ativos da Tirolez, mantendo-os nas condições básicas de projeto e promovendo seu melhor desempenho, por meio da aplicação de ações padronizadas

O que é?
Aplicações contínuas de ações e estratégias integradas aos processos e produtos, diminuindo os desperdícios dos recursos naturais e econômicos, tornando os processos mais produtivos, eficientes e sustentáveis.

Objetivo:

- ✓ Diminuição e Controle da Carga Orgânica;
- ✓ Melhor aproveitamento dos recursos disponíveis (Matéria Prima, Água, Energia Elétrica);
- ✓ Diminuição da geração de resíduos;
- ✓ Redução do Custo Operacional;
- ✓ Conscientização de todos os colaboradores;

Como funciona:
Toda unidade possui uma equipe formada por colaboradores de diversas áreas, onde realizam rotas semanais em busca de oportunidades de melhorias.

Dicas de boas práticas:

- ✓ Uso consciente de água;
- ✓ Desperdícios/derramamentos nos processos;
- ✓ Luminárias ou equipamentos ligados sem o uso;
- ✓ Descarte inadequado de resíduos

Menor Desperdício Maior Rendimento

Todos podem participar ou contribuir com idéias.

TIROLEZ

O Programa SMART tem por objetivo promover a cultura de melhoria contínua pautado pela metodologia *Lean Manufacturing*, com foco na eliminação de desperdícios e otimização de recursos, como mitigação de perdas de produto em processo, insumos e utilidades, melhor alocação de mão de obra, redução do tempo de limpeza, valorização de subprodutos, redução de sobrepeso, aumento de produtividade, entre outros resultados gerados pela supressão de atividades que Não Agregam Valor (NAV) ao produto/marca.

das melhores práticas de manutenção, tendo como resultado o aumento da confiabilidade.

Uma importante ferramenta utilizada é a Matriz de Criticidade, onde é possível realizar a seleção dos melhores itens de manutenção para cada equipamento, podendo ser preventiva, preditiva, ou até mesmo corretiva, conforme a sua criticidade para a indústria.

Outra importante ferramenta são as Inspeções de Rota, que possibilitam localizar pontos de início de falhas em equipamentos, estruturas prediais, redes de utilidades (água, vapor, ar comprimido), reduzindo o desperdício e promovendo o custo adequado na produção.

Um equipamento com suas manutenções em dia, reduz desgastes prematuros de seus componentes/conjuntos e evita paradas corretivas, consequentemente aumenta sua disponibilidade, produtividade e satisfação do usuário.

No SIM inclui-se a gestão de atendimento às Normas Regulamentadoras, dentre todas as NR's, podemos destacar a NR13, em que são estabelecidos os requisitos mínimos para garantir a integridade estrutural das caldeiras, vasos de pressão como reservatório de amônia e as tubulações que os interligam.

O atendimento à norma abrange a garantia de segurança por meio da gestão das inspeções dos equipamentos e calibrações dos instrumentos e dispositivos de proteção como válvulas de segurança, sendo todas realizadas por profissionais habilitados com o acompanhamento de Operadores de Utilidades.

Com um programa de manutenção bem definido, conseguimos trazer benefícios sustentáveis relacionados a boa performance dos ativos, consequentemente

satisfação do cliente, disponibilidade do ativo e produtividade conforme dados técnicos dos equipamentos.

Os programas P+L, SMART e SIM usam o modelo de rota de inspeção como ferramenta para o levantamento das necessidades de intervenção.

Definimos metas baseadas nesse limite de recurso e na melhoria contínua do desempenho e performance. Essas metas são atreladas à avaliação de desempenho da média gestão e acompanhadas mensalmente por meio do painel de utilidades, enviado pela área de Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SSMA).

PROJETO SMART

SEMPRE MELHORAR A NOSSA ROTINA DE TRABALHO

VAMOS FALAR DO PROGRAMA SMART?

O programa nasceu em 2019 com o objetivo de atuar na melhoria de processos nas seis unidades Smart. O colaborador de qualquer área pode ter um papel no programa, via identificação e eventual execução de melhoria.

Em 2020, o SMART iniciou o concurso anual mais participativo. Por isso, queremos compartilhar com você alguns dados do ano e firmar o compromisso de multiplicar os resultados e a participação em 2021.

88 colaboradores
145 melhorias
287 melhorias
7 melhorias

Queremos agradecer a contribuição de todos neste desafio que está acontecendo em todas as unidades da Tirolez. O desenvolvimento de uma prática que tenha um efeito no dia a dia para consequentemente gerar resultados é fundamental para fazer do nosso Smart, centro de alguma forma de reconhecimento nos resultados em 2021.

Vamos, juntos, continuar a "Amor o que fazemos", "Crescer Juntos" e Sempre Melhorar A nossa Rotina de Trabalho!

TIROLEZ

Política de desenvolvimento pessoal

Além dos programas focados na melhoria da nossa eficiência operacional, temos outras iniciativas que fazem parte da nossa filosofia de desenvolvimento pessoal de todos aqueles que fazem parte da família Tirolez.

Sabemos o quanto é importante oferecer cursos, programas e projetos voltados para treinamento e qualificação dos nossos colaboradores, pois são ferramentas fundamentais para o crescimento profissional e aumento da eficiência de nossa operação. No entanto, não queremos colaboradores apenas treinados e qualificados, nosso objetivo é que se sintam felizes e realizados. Para isso, nossos gestores de Gente & Gestão se empenham para a criação de programas de desenvolvimento pessoal.

Destacamos, a seguir, dois programas implementados pela nossa empresa junto aos colaboradores e que têm contribuído para o nosso desenvolvimento e, indiretamente, para a construção de uma sociedade melhor.

- **Programa Saber**

As nossas diretrizes estratégicas a curto e médio prazo incluem fortalecer e incentivar o protagonismo dos nossos colaboradores. Acreditamos que o aprendizado proporciona mais autonomia e bem-estar ao ser humano.

Nesse sentido, criamos o Programa Saber, que incentiva o retorno de nossos colaboradores ao estudo. Para a realização das aulas e a formação dos alunos, fazemos parcerias com as Prefeituras e Secretarias da Educação locais.

Realizamos o convite aos colaboradores e demonstramos os benefícios do programa, mas a adesão não é obrigatória.

Programa Saber (2020)		
Unidades	Ensino Fundamental	Ensino Médio
Minas Gerais (MG)	10	12
São Paulo (SP)	-	3
Santa Catarina (SC)	-	3
Total de Colaboradores	10	18

- **Programa de Educação Política**

Em 2018, lançamos o Programa de Educação Política. Essa iniciativa visa contribuir para que cada cidadão se torne mais consciente e responsável pelo direcionamento de seu voto, além de suscitar a capacidade de olhar o mundo de um jeito mais crítico, visando despertar, em cada cidadão, a atitude de transformação na realidade social em que vive.

Nossas aulas buscam destacar que a política é como o ar que respiramos, que em cada decisão, de grande ou pequena magnitude, em qualquer lugar que estivermos, fazemos política.

Nosso programa foi desenvolvido em três módulos:

1. Política, Democracia e Cidadania;
2. Eleições, Organização do Estado e Os Três Poderes no Brasil;
3. A política dos políticos, o cidadão ativo na sociedade e você faz a política.

Realizamos aulas presenciais em todas as nossas unidades de negócio em SP, MG e SC, com agendas pré-definidas envolvendo a participação de todos os nossos colaboradores.

Produzimos também aulas na modalidade Ensino à Distância (EaD), com vistas ao nosso público de campo que estão geograficamente espalhados pelo país e para aqueles que desejam complementar seus estudos.

Democratizando acesso ao conhecimento

Disponibilizamos todo nosso programa EAD para acesso ao público externo no Youtube. Confira o conteúdo disponibilizado no Programa de Educação Política e os links de acesso.

I Módulo: Política, Democracia e Cidadania

- <https://www.youtube.com/watch?v=gU1bb1D9ZQo>
- <https://www.youtube.com/watch?v=vnt3vSNTGEU>
- https://www.youtube.com/watch?v=_xVfRb4TGww

II Módulo: Eleições, Organização do Estado e Os Três Poderes no Brasil

- <https://www.youtube.com/watch?v=rP9513w1tu4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=oD7w94oyXEA>
- <https://www.youtube.com/watch?v=xzkdcgM-beM>

III Módulo: A política dos políticos, o cidadão ativo na sociedade e você faz a política

- <https://www.youtube.com/watch?v=ZXwQhE-C69Q>
- <https://www.youtube.com/watch?v=oy70MQYKnrq>
- <https://www.youtube.com/watch?v=tNqYYb0snCY>

Nossa iniciativa de educação ganhou o Brasil!

O Programa de Educação Política passou a ser considerado um case de grande originalidade na iniciativa privada. Fomos procurados por grandes mídias para conhecimento e divulgação das ações. Tivemos cobertura ao vivo pelo jornal das 16h, da Globo News. Na ocasião, foram realizadas entrevistas e cobertura ao vivo de nossa aula com nossos colaboradores.

Também fomos procurados pela TV Cultura, com matéria veiculada no jornal das 21h da emissora para todo o país. E o jornal Valor Econômico publicou uma entrevista sobre o tema com Cícero Hegg, um de nossos fundadores.

Em 2020, ano de eleições municipais, reforçamos a comunicação no sentido de renovar o assunto e a conscientização de nossos colaboradores sobre o poder do voto. Nosso objetivo é que nosso Programa de Educação Política seja perene, pois acreditamos que, quando o colaborador tem conhecimento político, ele se torna um cidadão ativo, resultando no voto consciente.

De maneira geral, a política é a capacidade que cada um de nós possui, coletivamente, de tomar decisões que impactam tanto a nossa vida quanto a das pessoas com as quais convivemos. Sem política não conseguimos viver em uma sociedade e, muito menos, decidir algo em termos coletivos.

Estes são apenas alguns dos conceitos que trabalhamos em nosso Programa de Educação Política Tirolez. Implementado em 2018, desenvolvemos ações de aprendizagem presenciais e à distância, possibilitando que todos os nossos colaboradores pudessem ampliar sua consciência e participação política através de vivências e conteúdos suprapartidários, ministrados por especialistas no assunto.

Estamos próximos de mais um ciclo importante: as eleições municipais. No dia 15 de novembro de 2020 iremos às urnas para escolher nosso(a) futuro(a) prefeito(a) e vereador(a) de cada município brasileiro. Neste momento é importante que cada um de nós entenda com clareza como funciona as eleições.

Por exemplo: você sabe qual é a diferença entre o voto majoritário e proporcional? Muito bem! Utilizaremos destes dois sistemas para escolhermos o(a) futuro(a) prefeito(a) e vereador(a) de cada município do Brasil.

Que tal aproveitar este momento para aprender mais ou relembrar este assunto? O Programa de Educação Política Tirolez é composto por três módulos e você aprenderá sobre:

- Política, Democracia e Cidadania;
- Eleições, Organização do Estado e Os Três Poderes no Brasil;
- Política dos Políticos, Cidadão Ativo na Sociedade e Você Faz a Política.

Os módulos estão disponíveis no Conecta e são compostos por vídeo aulas com professores especialistas no assunto, livros exclusivos para download em formato pdf e reportagens em grandes mídias sobre o nosso programa.

Ao acessar o Conecta, o conteúdo estará disponível na trilha Programa de Educação Política Tirolez. Veja no material anexo como é fácil acessar.

Ah, além disso, todo o conteúdo está disponível no YouTube da Tirolez (<https://www.youtube.com/tirolezqueijos>) e você pode enviar para quem quiser. Afinal, como nós "Crescemos Juntos" e nos importamos com o nosso impacto na sociedade, nada mais justo do que compartilharmos este conhecimento com mais pessoas.

Lembre-se: a situação política do nosso país só muda quando nós mudamos nossa atitude em relação à política.

Seja o protagonista do seu desenvolvimento.

Boa empresa para trabalhar

Como um dos pilares da estratégia de Gente & Gestão, queremos manter nossos colaboradores sempre engajados. Por isso, como forma de medirmos e mantermos um excelente clima organizacional, aplicamos uma pesquisa anual através da metodologia do "Great Place to Work"® (GPTW) - Melhores Empresas para Trabalhar, que tem como objetivo pesquisar, identificar e premiar as organizações com os melhores ambientes de trabalho.

A pesquisa inicia-se com os fundadores, diretoria, gerência e vamos cascadeando até o nível do colaborador/operação. Como nosso objetivo é sermos transparentes, apresentamos os resultados para 100% dos colaboradores.

Após a apresentação dos resultados, facilitamos a produção de plano de ações com as lideranças e equipes, em todas as nossas unidades de negócio. Nesses planos de ações, que atingimos 100% das áreas, cada um pôde tecer suas opiniões, apresentar suas críticas, propor sugestões e melhorias e, em grupo, pensar em ações para transformar o nosso ambiente em um excelente lugar para se trabalhar.

E como é ótimo saber que nosso colaborador admira a empresa em que trabalha e que somos considerados como sendo uma das melhores indústrias para se trabalhar no Brasil. Esse conceito foi reforçado em 2020, quando fomos premiados no Ranking GPTW (Melhores Empresas para Trabalhar) - setor indústria. Entre as 40 premiadas, ficamos em 34º lugar, ocupando a primeira colocação entre as indústrias de laticínios do Brasil.

Com muito orgulho, fomos premiados no Ranking GPTW Indústria 2020 e podemos dizer que somos uma das melhores indústrias para trabalhar no Brasil!

Tudo isso só foi alcançado porque você acredita na Tirolez e nos ajuda a construir um ambiente cada vez melhor para trabalhar! Esse prêmio é mérito de todos nós!

Ficamos na 34ª posição do ranking* e podemos dizer que somos a melhor indústria de laticínios para se trabalhar no Brasil!

*categoria grandes empresas (mais de 1000 colaboradores).

Agora, para você demonstrar para todo mundo que você tem #orgulhodeserTirolez, corre para o nosso LinkedIn e compartilhe o nosso post ou utilize o material anexo para postar uma foto sua contando o motivo de você ter orgulho de ser Tirolez nas suas redes sociais.

Ah, e não se esqueça de citar a Tirolez para acompanharmos o seu post!

#orgulhodeserTirolez

Considerações finais

Há 40 anos, quando nossos sócios-fundadores criaram a Tirolez, ainda não se falava em sustentabilidade. Mas o conceito de produzir com carinho, capricho, respeito, ética, qualidade, eficiência, foco em pessoas e retorno econômico já fazia parte do nosso jeito de gerir o negócio. E foi esse o caminho escolhido por Cícero e Carlos Hegg.

Nas páginas desse nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade é possível conferir as razões que nos colocam no patamar das empresas mais inovadoras e respeitadas do setor lácteo brasileiro.

Durante a nossa história, novos conceitos relacionados aos tópicos econômicos, ambientais e sociais surgiram na sociedade e foram incorporados pelas empresas. Nós também evoluímos, explicitamos os nossos valores, realinhamos nossas metas, estratégias e políticas. Trabalhamos cada vez mais no sentido de apurarmos

a nossa governança para garantir nosso desenvolvimento e a confiabilidade na empresa.

A sustentabilidade é um processo constante e nunca para quando as melhorias são conquistadas e as metas batidas. O trabalho precisa continuar com afinco para manter as conquistas e superar novos desafios. A sustentabilidade é necessidade. É um meio para a redução dos custos de produção, para o fortalecimento da marca, para a continuidade e prosperidade do negócio, além de ser preocupação global de cuidado com o planeta.

Nascemos e fomos criados tendo a sustentabilidade como base, diretriz e parte da gestão. É esse nosso caminhar que registramos neste Relatório.

Não se trata apenas de conquistas, mas também do que precisamos melhorar.

Missão que se torna possível em decorrência da dedicação e da competência de nossos colaboradores, que nos inspiram a construir uma empresa cada vez mais forte e íntegra.

e amor à empresa para vencermos os desafios, superar riscos e aproveitar as oportunidades.

Que venha nosso próximo Relatório de Sustentabilidade!

Os resultados que mostramos neste relatório comprovam que não nos desviamos da trilha aberta por nossos fundadores. E que temos competência



Índice Remissivo [GRI: 102-55]

GRI Standard	Pág. e/ou resposta
1 - Perfil Organizacional	
102-1 Nome da Organização	6; 23; 24; 25
102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	6; 23; 25; 28
102-3 Localização da sede	23; 30
102-4 Local de operação	23; 30
102-5 Propriedade e forma jurídica	23; 26
102-6 Mercados servidos	23; 25; 26
102-7 Escala da organização	23; 26
102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	89
102-9 Cadeia de Suprimentos	23; 28
102-10 Mudanças significativas na organização e na cadeia de suprimentos	23; 34
102-11 Princípio ou abordagem de precaução	66
102-13 Associações	27
2 – Estratégia	
102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades	51; 52
3 - Ética e Integridade	
102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	47
102-17 Mecanismos para orientações e queixas relacionadas à conduta ética	53
4 – Governança	
102-18 Estrutura da governança	50; 51
102-21 Consultando partes interessadas em questões econômicas, ambientais, e tópicos sociais	39
102-22 Composição do mais alto órgão de governança e seus comitês	50
102-23 Presidente do mais alto órgão de governança	50
102-26 Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores, e estratégia	50
102-29 Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	39
102-31 Revisão de tópicos econômicos, ambientais e sociais	39
5 - Engajamento com Stakeholders	
102-40 Lista do grupo de <i>stakeholders</i>	39
102-41 Acordos coletivos	90
102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	39; 41
102-43 Método de engajamento com <i>stakeholders</i>	39; 41

6 - Prática de Reporte		
102-46	Definição do conteúdo do relatório e o limite dos temas	39; 41
102-47	Lista de temas materiais	39
102-50	Período do reporte	37; 39
102-51	Data do relato mais recente	37; 39
102-52	Ciclo de relato	37; 39
102-53	Contato para questões relacionadas ao Relatório	37; 39
102-55	Sumário de Conteúdo da GRI	115

GRI 200 Standard – Série Econômica

GRI 202 - Presença de Mercado			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 201: Desempenho Econômico	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros	74; 88

GRI 300 Standards – Série Ambiental

GRI 302 - Energia			
GRI 302: Energia	302-1	Consumo de energia dentro da organização	73; 74
GRI 303 – Água			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 301: Materiais	301-1	Materiais usados por peso ou volume	73; 74; 83
GRI 303: Água	303-1	Interação com a água como um recurso compartilhado	73; 78

GRI 304 – Biodiversidade			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 304: Biodiversidade	304-1	Unidades operacionais próprias, arrendadas ou administradas dentro ou nas adjacências de áreas protegidas e áreas de alto índice de biodiversidade situadas fora de áreas protegidas	73; 82

GRI 305 – Emissões			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 305: Emissões	305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (escopo 1)	73; 82
	305-2	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (escopo 2)	73; 82

GRI 306 - Efluentes e Resíduos			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 306: Efluentes e Resíduos	306-2	Peso total de resíduos discriminado por tipo e método de disposição	73; 83

GRI 307 - Conformidade Ambiental			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 307: Conformidade Ambiental	307-1	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	73; 84
GRI 308 - Avaliação Ambiental do Fornecedor			
GRI 308: Avaliação Ambiental do Fornecedor	308-1	Novos fornecedores que foram selecionados usando critérios ambientais	73; 84
GRI 400 Standards – Série Social			
GRI 401 - Trabalho			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 401: Trabalho	401-1	Número total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	92
	401-3	Licença maternal	93
GRI 403 - Saúde e Segurança Ocupacional			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
	403-1	Sistema de gestão de segurança e saúde ocupacional	94
	403-2	Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho	94
	403-3	Trabalhadores com alta incidência ou alto risco de doenças relacionado à sua ocupação	94
	403-4	Temas de saúde e segurança abordados em acordos formais com sindicatos	94
	403-5	Treinamento de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	94
	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	94
	403-7	Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança ocupacional ligados a relações comerciais	94
GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional	403-8	Trabalhadores abrangidos por um sistema de gestão de saúde ocupacional e segurança	100
GRI 404 - Treinamento E Educação			
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
	404-1	Número médio de horas de treinamento por ano por empregado	94
GRI 404: Treinamento e Educação	404-2	Programas para atualizar as habilidades dos funcionários e a transição programas de assistência	94
	GRI 416 - Saúde e Segurança do Consumidor		
GRI 103: Abordagem de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	39
GRI 416: Informações Produção	416-1	Responsabilidade pelo Produto	67
GRI 417 - Informações de produtos e serviços			
GRI 417: Informações de produtos e serviços	417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	63; 67; 68

Ficha Técnica

Relatório de Sustentabilidade Tirolez 2020

Coordenação Geral do Relatório de Sustentabilidade

Iza Barbosa
TerraGrata Consultoria em Sustentabilidade

Equipe Responsável pelo conteúdo e Indicadores

Iza Barbosa
Felipe Rossi Rodrigues
Larissa Milani
Juliana Lagrotta

Redação

Clivonei Roberto

Projeto Gráfico, Infográficos, Diagramação e Arte

Fernando Davis

Coordenação Conteúdo da Tirolez

Gisele Piernikarz
Beatriz Gonçalves
Luiza Hegg
João Vitor Ferreira

Fotografias

Arquivo Tirolez

Agradecimentos

Equipe de colaboradores da Tirolez
Equipe de colaboradores da TerraGrata

Produção

TerraGrata Consultoria em Sustentabilidade

