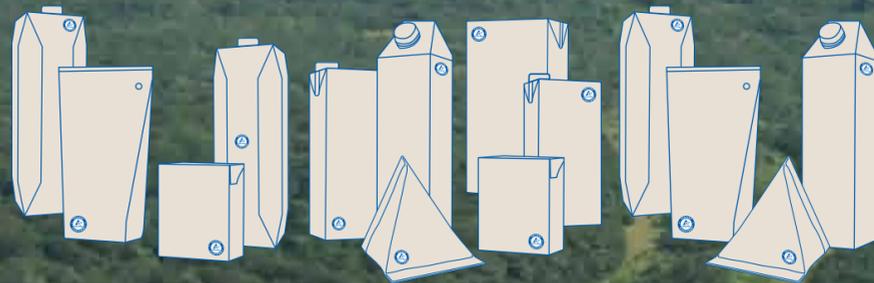
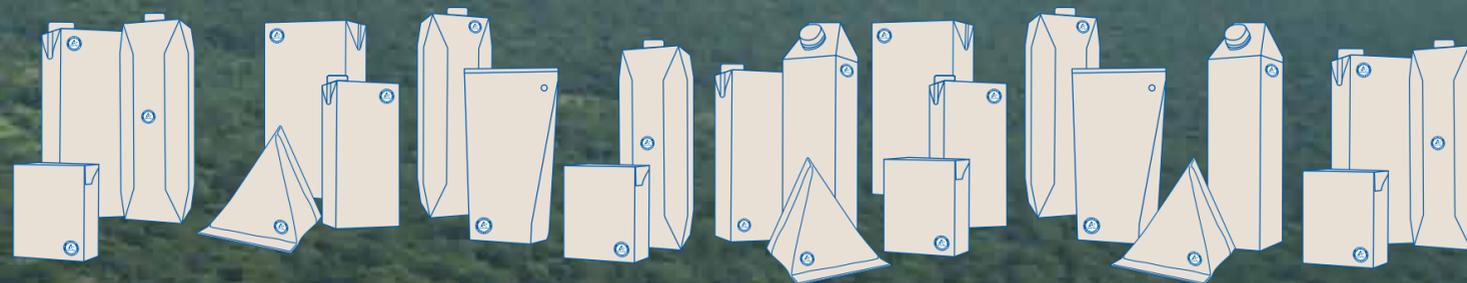




www.tetrapak.com.br



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2010 • 2011



2010 • 2011

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

Tetra Pak



2010 · 2011

**RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE**





Thais Mattar,
funcionária



SUMÁRIO

p. 04

• SOBRE ESTE RELATÓRIO

p. 06

• MENSAGEM DO PRESIDENTE

p. 08

• PROTEGE O QUE É BOM

- p. 12 A Tetra Pak Brasil
- p. 15 Marca

p. 16

• PROTEGE O QUE É INOVADOR

- p. 21 Equipamentos para a Indústria Alimentícia
- p. 21 Embalagens
- p. 27 Política Nacional de Resíduos Sólidos

p. 28

• PROTEGE O QUE É NATURAL

- p. 31 Materiais
- p. 32 Energia
- p. 32 Água
- p. 33 Efluentes
- p. 33 Impactos Ambientais
- p. 34 Emissões
- p. 36 Resíduos
- p. 37 Áreas Protegidas

p. 38

• PROTEGE O QUE É HUMANO

- p. 41 Relacionamento com *Stakeholders*
- p. 42 Fornecedores
- p. 44 Clientes
- p. 45 Colaboradores
- p. 48 Sociedade
- p. 52 Governo

p. 54

• ANEXOS

- p. 54 Índice Remissivo
- p. 60 Créditos
- p. 60 Informações Corporativas

SOBRE ESTE RELATÓRIO

DIVULGAÇÃO TRANSPARENTE

*Alinhado às diretrizes da GRI,
o Relatório de Sustentabilidade da
Tetra Pak presta contas aos públicos
de interesse da companhia.*

*Confira nesta
publicação informações
sobre a gestão e o
desempenho da
Tetra Pak Brasil no
biênio 2010-2011.*

• 3.1 | 3.2 | 3.3 | 3.4 | 3.5 | 3.6 | 3.7 | 3.9 | 3.13 | 4.15 •

Este é o terceiro relatório de Sustentabilidade da Tetra Pak Brasil, modelo GRI. As informações apresentadas a seguir concretizam a gestão e o desempenho da empresa durante o biênio 2010-2011 (de 01/01/2010 a 31/12/2011). O documento foi elaborado de acordo com a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI), em sua versão G3, e tem nível de aplicação B.

Modelo aceito mundialmente, a GRI é também um dos mais completos, conferindo transparência à divulgação dos resultados, além de permitir a comparação de desempenho da empresa em relação a outras organizações.

Os indicadores apresentados aqui consolidam informações das duas plantas industriais da Tetra Pak Brasil, em Monte Mor (SP) e Ponta Grossa (PR). Em alguns casos – como nos indicadores de práticas trabalhistas – estão sendo considerados dados dos escritórios de vendas e assistência técnica em Goiânia (GO), Belo Horizonte (MG), Recife (PE), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), São Paulo e Campinas (SP).

A compilação dos dados envolveu todas as áreas da companhia e as formas de medição não sofreram alterações significativas em relação aos anos anteriores. As informações foram verificadas e validadas por gerentes e diretores, garantindo que o conteúdo reflita a forma de gestão da empresa. Os assuntos foram alinhados e priorizados de acordo com o planejamento estratégico da companhia.

No anexo deste relatório, encontra-se o índice remissivo, produzido para facilitar a assimilação dos indicadores, e nos títulos são apontados os indicadores relatados.

Esta publicação, impressa na versão em português, é destinada a todos os públicos de relacionamento da Tetra Pak Brasil, identificados a partir de levantamentos das áreas e de acordo com o Código de Conduta da empresa. São eles: clientes, varejistas, fornecedores, comunidade, recicladores, poder público (nas três esferas), parceiros, formadores de opinião, consumidores, público interno e entidades de classe.

Em caso de dúvidas sobre esta publicação ou algum dos assuntos levantados, entre em contato pelo e-mail: falecom@tetrapak.com.



Paulo Nigro
Presidente da Tetra Pak Brasil



MENSAGEM DO PRESIDENTE

CONSTRUIR RELAÇÕES DE VALOR

• 1.1 | 1.2 •

No biênio 2010-2011, a Tetra Pak colheu uma série de resultados expressivos, fruto do investimento em pessoas, capacidade instalada, inovação, tecnologia e satisfação dos nossos clientes. Apenas em 2010 vendemos 1 bilhão de embalagens a mais do que no ano anterior, um crescimento de 10% em cima de uma base já bastante grande. Isso representa um volume equivalente ao que é vendido anualmente no mercado chileno de embalagens. Esse desempenho fez com que atingíssemos antecipadamente as metas de 2012: já em 2011, alcançamos a marca de 12 bilhões de embalagens produzidas no ano.

Saímos de um nível de instalação de máquinas de cerca de 50 linhas de envase para 125 novas linhas por ano, o que representa 25% do que a Tetra Pak instala em todo o mundo. Para que isso acontecesse, criamos, na fábrica de Monte Mor (SP), um centro para a formação de novos técnicos, empregando 150 novos profissionais e preparando a empresa para o crescimento.

Essas marcas foram conquistadas graças à inovação de nosso portfólio de máquinas e embalagens, aliada a uma atuação socioambiental muito forte. Lançamos, nesse período, o primeiro elemento de uma embalagem no mundo contendo plástico verde, uma tampa feita de polietileno a partir do etanol da cana-de-açúcar. O material substitui o tradicional plástico derivado de petróleo e é o primeiro passo de um acordo de cooperação com a Braskem.

Outro insumo renovável de nossas embalagens é o papel, certificado desde 2008 pela Forest Stewardship Council (FSC®). O selo garante a procedência de florestas com manejo responsável e a rastreabilidade do material em toda a cadeia produtiva, do plantio das árvores ao produto final. A inclusão do selo é feita conforme solicitação dos clientes e cresce cada vez mais. Em 2010, produzimos 4,96 bilhões de embalagens com o selo da certificação e, em 2011, 6,82 bilhões.

Hoje, 27% de nossas embalagens são recicladas, isto é, ultrapassamos os índices de antes da crise econômica de 2009, que dizimou os preços dos materiais reciclados e afetou a cadeia de reciclagem no Brasil. Nessa época, optamos por formar um estoque regulador de embalagens pós-consumo, em vez de simplesmente acompanhar a queda dos preços, reforçando a sustentabilidade em nossa atuação e evitando impactos ainda mais graves nas cooperativas de catadores em todo o País.

Em 2010, tivemos a felicidade de conseguir a aprovação no Congresso e a promulgação pela Presidência da República da Política Nacional de Resíduos Sólidos. Ao lado do Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), da ONG SOS Mata Atlântica e de outras organizações, a Tetra Pak participou ativamente de todo o processo de discussão e aprovação da nova lei. Baseado na gestão compartilhada de resíduos, o projeto contribuiu para a sustentabilidade dessa cadeia, com equilíbrio e harmonia.

Acreditamos que a ampliação da infraestrutura, o fortalecimento da cultura ambiental e o aperfeiçoamento da legislação oferecem condições para que o índice de reciclagem seja ainda maior. Por isso, temos como um dos focos de nossas campanhas de marketing a conscientização ambiental, na qual investimos mais de R\$ 13 milhões por ano nesse biênio. Apoiamos iniciativas de amplo impacto na sociedade, incluindo inserções em telenovelas de grande audiência, como a Passione (Rede Globo, 2010/2011).

A proposta de conscientização ambiental é também foco de nossos investimentos sociais. Nesse período, passamos a aplicar recursos incentivados em projetos esportivos, sempre estabelecendo a ligação do tema com a sustentabilidade.

As perspectivas para os próximos anos são positivas: o Brasil em evidência representa uma grande oportunidade de negócios e a Tetra Pak está preparada para aproveitá-la. E só estamos prontos porque pensamos no longo prazo e mantivemos essa visão de futuro mesmo em cenários de incerteza. Em meio à crise de 2008, ampliamos em 33% nossa capacidade instalada. Uma decisão ousada, mas que garantiu as condições necessárias para rapidamente retomarmos os índices pré-crise.

O bom desempenho da economia atrai novos concorrentes, nacionais e estrangeiros, aumentando a competição no setor e exigindo disciplina em custos, proximidade dos clientes e investimento em inovação para manter nossa participação de mercado. E fazemos isso com primor: **temos a inovação em nosso DNA e somos pioneiros no desenvolvimento de sistemas de menor impacto ambiental, incorporando fontes renováveis em nossas embalagens.** Atualmente, estamos trazendo para o Brasil 18 dos 21 desenvolvimentos globais da Tetra Pak, ampliando ainda mais nosso portfólio de soluções aos nossos clientes.

Se chegamos diariamente a milhões de consumidores é porque temos um time de profissionais competente e comprometido, que estabelece relações de valor com nossos parceiros e clientes. E sentimos-nos no dever de compartilhar esse sucesso com a sociedade, promovendo uma transformação positiva para a conscientização e construção de um mundo melhor. Agradeço a todos que fazem parte da nossa história, dando-nos orgulho pelo resultado de nossos esforços.

*Nosso Negócio é proteger:
as embalagens e equipamentos
da Tetra Pak protegem os
alimentos e contribuem para
a evolução de hábitos de
consumo. Presente no Brasil
desde 1957, a empresa preza
pela transparência com seus
públicos e oferece soluções
completas e inteligentes a
seus clientes. Tecnologia
e know-how globais são
aplicados à realidade local,
entendendo as demandas
regionais e contribuindo
para o desenvolvimento e a
preservação do meio ambiente.*

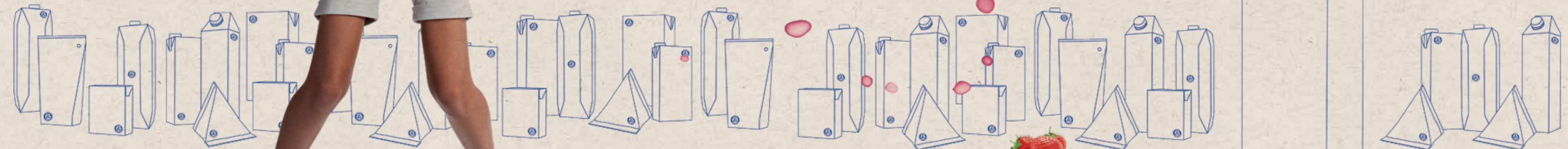


Milena, filha do funcionário Juliano Almeida



PROTEGE

O QUE É BOM





A Tetra Pak está presente em 170 países.

A Tetra Pak Brasil é a segunda maior operação do Grupo Tetra Pak em volume de vendas e faturamento e emprega 1.613 dos quase 23 mil colaboradores do grupo.

TETRA LAVAL

LIDERANÇA GLOBAL

Atividades e produção no Brasil

- 2 fábricas
- 7 escritórios regionais
- 1.613 colaboradores
- 23 bilhões de embalagens produzidas nos últimos dois anos
- 2ª maior operação do Grupo Tetra Pak em volume de vendas e faturamento
- 94,7% dos lares brasileiros consomem produtos em embalagens longa vida

• 2.8 •

A Tetra Pak é uma empresa do grupo Tetra Laval, de origem sueca, do qual também fazem parte as empresas DeLaval e Sidel, com sede na Suíça. Todas elas são líderes em suas áreas de atuação, operando de forma independente e cooperativa em benefício dos clientes.

Empresa familiar limitada, de capital fechado, a Tetra Pak está presente em 170 países, por meio de 39 operações locais e 79 escritórios de vendas. São 22.896 colaboradores (1.613 no Brasil), que fizeram com que 75,7 bilhões de litros de produtos fossem entregues em todo o mundo, acondicionados em mais de 167 bilhões de embalagens da Tetra Pak, chegando ao total de € 10,36 bilhões em vendas líquidas mundiais em 2011.

A Tetra Pak Brasil é a segunda maior operação do Grupo Tetra Pak em volume de vendas e faturamento, atrás somente da subsidiária na China. A companhia é referência global em tecnologia e *know-how*, além de ser uma das empresas mais eficientes do mundo em seu setor, segundo o sistema *World Class Management* (WCM).

Lilian Souza (funcionária), com o marido Douglas e o filho Isaque



A atuação mundial Tetra Pak é baseada nos pilares de crescimento, inovação, meio ambiente, desempenho.

A TETRA PAK BRASIL

Perfil

• 2.1 | 2.3 | 2.4 | 2.5 | 2.6 | 2.7 •

Com sede em São Paulo, a Tetra Pak Ltda. possui duas fábricas de material de embalagem – Monte Mor (SP) e Ponta Grossa (PR) – e sete escritórios regionais de vendas e assistência técnica. Com atuação no Brasil há 54 anos, a companhia foi decisiva na evolução da indústria de alimentação e na promoção de mudanças culturais.

Exemplo disso é a introdução da tecnologia UHT (*Ultra High Temperature*), que contribuiu para a chegada do leite longa vida no País, cuja produção dobrou na primeira década deste século. Hoje, as embalagens da Tetra Pak – utilizadas também para sucos, água, molhos, cremes, vinhos, alimentos etc – estão presentes em 94,7% dos lares brasileiros, segundo estudo da Kantar Worldpanel, maior empresa de pesquisas de consumo domiciliar da América Latina.

A mesma tecnologia permitiu a criação da água de coco em caixinha. Antes descartada pelas empresas que processavam a polpa da fruta, a água de coco passou a ter finalidade comercial graças à articulação da Tetra Pak Brasil com fabricantes do setor.

Essa capacidade de prover soluções para o mercado nacional faz da companhia uma referência em embalagens seguras, que preservam o valor nutricional dos alimentos, reduzem custos associados a espaço para o transporte e acondicionamento e minimizam impactos ao meio ambiente pela produção eficiente e reciclagem pós-consumo.

A empresa também fornece sistemas de processamento de alimentos, máquinas de envase, equipamentos de distribuição e serviços de suporte aos seus clientes. Com um portfólio completo de produtos e serviços, atua em segmentos que englobam as etapas de pré-produção, produção, melhoria e treinamento.

Visão, Missão e Valores

• 4.8 •

Visão: “Nós nos comprometemos a disponibilizar alimentos de forma segura, onde quer que seja”.

Missão: trabalhamos para e com nossos clientes, oferecendo as melhores soluções em processamento e envase de alimentos. Mantemos um compromisso com a inovação, compreensão das necessidades dos consumidores e relacionamento com nossos fornecedores, a fim de oferecer essas soluções

onde e quando houver consumo de alimentos. Acreditamos na liderança industrial responsável, gerando crescimento e rentabilidade, em harmonia com a sustentabilidade ambiental e a boa cidadania corporativa.

Valores: demonstram o compromisso em garantir alimentos seguros e disponíveis em todo e qualquer lugar. Essa herança é a base para o comportamento dos colaboradores e a concretização do trabalho.

- **Foco no cliente & Visão de longo prazo:** agregamos valor e inspiramos nossos clientes porque reconhecemos que eles nos escolheram. Ousamos em liderar, com um foco para o futuro, e aproveitamos as oportunidades para aprender e crescer.
- **Qualidade & Inovação:** não fazemos concessões quando a questão é qualidade. Caminhamos, incansavelmente, em busca de soluções melhores, mais adequadas e de grandes inovações.
- **Liberdade & Responsabilidade:** temos a liberdade de tomar a iniciativa e agir de forma decisiva para defender os interesses da Tetra Pak e de nossos clientes. Responsabilizamos-nos por nossas ações e contribuimos com as comunidades em que operamos.

• **Parcerias & Diversão:** respeitamos e confiamos um no outro e em nossos colaboradores para atingirmos resultados superiores. Gostamos de trabalhar juntos e comemoramos nossas realizações.

Certificações

Em agosto de 2011, as unidades Monte Mor (SP), Ponta Grossa (PR) e os escritórios de vendas e assistência técnica passaram pela auditoria externa do Sistema de Gestão Integrada (SGI), resultando na recertificação ISO 9001:2008 (Qualidade) e na manutenção da OHSAS 18001:2007 (Segurança & Saúde) e da ISO 14001:2004 (Meio Ambiente).

Maysa, filha do funcionário Silvano Assunção

Governança corporativa

• 4.1 | 4.4 | 4.6 | 4.8 | 4.9 | 4.11 |
SO2 | SO3 | SO4 •

A atuação da Tetra Pak Brasil é baseada em boas práticas de governança corporativa, pautada pelos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Essas iniciativas buscam traduzir para o dia a dia a Visão, Missão e Valores da companhia.

Todos os líderes e gestores assinam um termo de compromisso com a governança corporativa (*Corporate Governace Confirmation*). Ao fazê-lo, cada um deles assegura que trabalhou da melhor forma possível para aplicar boas práticas naquele período. Todas as atividades nessa área são auditadas, a cada dois anos, globalmente.

No Brasil, a empresa mantém o Comitê de Governança Corporativa, formado por cinco integrantes de diversas áreas, responsável por garantir que as boas práticas sejam aplicadas localmente e transmitidas para cada colaborador. Essa disseminação ocorre, entre outras atividades, por meio da Semana de Governança Corporativa, evento anual realizado desde 2009 com palestras a todos os colaboradores.

O Comitê ainda coordena os processos de *Management Declaration*, em que todos os colaboradores confirmam seguir as políticas e procedimentos locais e globais do grupo, declarando a ausência de conflito de interesses; e de *Risk Assessment*, que levanta e classifica os riscos de cada área da empresa por probabilidade, potenciais impactos, ações e responsáveis.

A experiência dessas atividades está sendo compartilhada com as demais operações da América do Sul e Central para a criação de Comitês de Governança Corporativa também nesses países.

As ações de cada colaborador são orientadas pelo Código de Conduta Corporativa, revisado periodicamente por um membro da diretoria mundial e por responsáveis locais. Cada novo colaborador é apresentado ao Código já no Programa de Integração e recebe um livro com o documento na íntegra. Também é possível encontrar o conteúdo no Orbis, intranet da Tetra Pak.

As políticas da Tetra Pak dão suporte ao Código de Conduta por meio de orientações aplicáveis a todos os gestores, que recebem treinamentos presenciais anualmente, e aos demais colaboradores, capacitados periodicamente. São elas:

Política Anticorrupção: voltada para o relacionamento entre colaboradores e fornecedores, autoridades, governo, bancos e prestadores de serviços. Visa combater atividades fraudulentas e práticas de suborno. Os profissionais da Tetra Pak são orientados a agir com transparência e jamais oferecer, pedir ou aceitar pagamentos, entretenimento ou vantagens que possam influenciar na tomada de decisões ou que as tornem dependentes dos atores envolvidos. Nos últimos dois anos, todos os novos colaboradores receberam treinamento referentes às políticas e procedimentos anticorrupção da empresa já na integração.

Política de Ouvidoria: os colaboradores da Tetra Pak têm o dever de denunciar práticas que estejam em desacordo com a governança corporativa. Todas as denúncias são investigadas e a pessoa delatora não pode ser penalizada. A denúncia pode ser feita ao superior imediato, ao Comitê de Governança Corporativa ou aos diretores executivos de Finanças e Controle de Negócios, Jurídico ou de Recursos Humanos. Também é possível enviar a denúncia pela intranet, de forma anônima. Nos últimos dez anos, a empresa não registrou nenhum caso de desvio ou corrupção.

Auditorias: o grupo Tetra Pak dispõe de Auditoria Interna bienal, direcionada aos itens de governança corporativa. Práticas não compatíveis com as políticas do grupo são apuradas e corrigidas. Auditorias externas sobre controles internos são conduzidas anualmente.

Guidelines: auxiliam na administração e na preparação de novas políticas. Essas diretrizes podem fazer parte das políticas ou ser editadas separadamente e devem ser seguidas em assuntos não contemplados por de outras políticas e procedimentos.

Procedimentos: todos os procedimentos da companhia são detalhados e mandatários, como o Manual de Relatórios Financeiros, as regras para Aprovação de Investimentos e o Manual de Uso das Marcas.

MARCA

• PR5 •

Com o lema “PROTEGE O QUE É BOM™”, a Tetra Pak busca agregar valor e fortalecer sua marca. O uso do conceito de proteção remete a manter algo seguro, defender, vigiar, cuidar, zelar. Sua importância é expressa pelo fato de que essa é uma palavra ativa, conjugada no tempo presente, e pela associação da palavra “bom” com os sinônimos generoso, benéfico e saudável.

O lema é uma extensão da Visão da empresa e aplicado em toda a cadeia de valor. As embalagens da Tetra Pak protegem o alimento e ajudam a proteger o meio ambiente: são 100% recicláveis e têm o papel (material de fonte renovável) como principal insumo. Além de utilizar papel certificado pela Forest Stewardsip Council (FSC®), a companhia investe em outros materiais renováveis, como a tampa produzida a partir do etanol da cana-de-açúcar, lançada em 2011.

O valor da marca é medido anualmente por meio de uma pesquisa de reputação com colaboradores, clientes, fornecedores e público em geral, conduzida pelo Reputation Institute. O resultado vem evoluindo nos últimos anos, passando de 77,6 em 2010 para 79,8 em 2011, nível considerado forte pela consultoria e comparável aos dos principais grupos que atuam no País.

PROTEGE

O QUE É INOVADOR

Nosso negócio é inovar: a inovação faz parte do DNA da Tetra Pak. Sua proposta de negócio desde o início de sua atuação transformou hábitos de consumo de alimentos: e a companhia tem essa vocação em sua trajetória. Não apenas na inovação de produto, mas reinventando formas de produzir e gerir o negócio, além de desenvolver, com apoio de parcerias, melhores tecnologias em toda a cadeia de valor, especialmente para a reciclagem.



Kenzo, filho do funcionário Roberto Tacao

Projetos nas áreas de Suprimentos e Artwork foram destaques em inovação no período.

A inclusão do pilar estratégico Meio Ambiente é mais um marco na trajetória da Tetra Pak, fortalecendo o desenvolvimento da reciclagem e o uso de materiais de fontes renováveis.

INOVAR

PARA AGREGAR VALOR

Responsabilidade assegurada

- 100% do papel utilizado nas embalagens é certificado pelo FSC®
- 2010: lançamento do Sistema de Rastreabilidade Ativa traz tecnologia de ponta para registro de informações da cadeia em código na embalagem
- 27,1% das embalagens pós-consumo foram recicladas no Brasil em 2011, o equivalente a 59 mil toneladas do material

• PR1 •

A Tetra Pak nasceu com a inovação em seu DNA, oferecendo soluções para a armazenagem segura de alimentos, garantindo maior durabilidade e menores custos de produção e logística. Mais recentemente, a inclusão do pilar estratégico Meio Ambiente marcou mais uma inovação, fortalecendo o desenvolvimento da reciclagem e o uso de materiais a partir de fontes renováveis.

Na gestão das operações, a inovação também se faz presente, com constantes projetos de melhoria de processos e procedimentos. Em 2011, dois projetos se destacaram. No primeiro, a área de Suprimentos e Serviços de Logística identificou atividades de baixo valor agregado e recorrentes pela ferramenta Eliminar, Combinar, Reorganizar e Simplificar (ECRS). O plano de ação tomado a partir do diagnóstico aumentou em 10,4% a disponibilidade do departamento para novas atividades e ações de melhorias.

O outro projeto de destaque aumentou a produção da ArtWork pela implantação de uma nova ferramenta de controle, facilitando a mobilidade e o compartilhamento de arquivos digitais de outras fábricas do grupo e reduzindo o tempo de desenvolvimento e alterações de embalagens.

Nova laminadora em Monte Mor

Em setembro de 2011, em Monte Mor (SP), foi inaugurada uma nova laminadora, equipamento que une as seis camadas da embalagem, alternando filmes de papel, polietileno e alumínio. Com tecnologia de última geração, a laminadora garante velocidade mecânica de 650 metros por minuto. Com ela, será possível produzir a maior parte do portfólio de embalagens oferecido atualmente pela Tetra Pak, incrementando em 25% a capacidade de produção do processo de laminação.

EQUIPAMENTOS PARA A INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA

A Tetra Pak oferece linhas integradas de processamento, envase e distribuição, compostas por equipamentos de alto desempenho, rigorosamente testados. São cerca de 90 modelos de máquinas de envase e processamento, desenvolvidas pela Tetra Pak de acordo com as demandas específicas de seus clientes, com foco nas categorias de alimentos, bebidas, lácteos, queijos e sorvetes.

A atuação da companhia em equipamentos vai além do desenvolvimento das máquinas. A Tetra Pak oferece uma consultoria aos clientes para determinar a solução ideal a cada linha produtiva, instala na fábrica do cliente, treina os seus funcionários para a operação da máquina e ainda garante o suporte técnico e manutenção.

EMBALAGENS

• 2.2 •

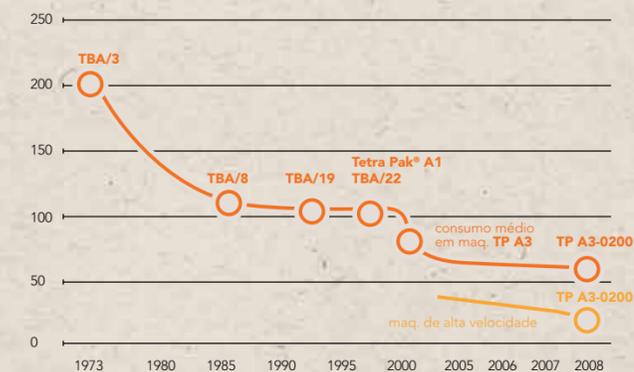
O portfólio de embalagens da Tetra Pak é amplo, oferecendo mais de 30 mil possibilidades em embalagens, uma para cada necessidade específica dos clientes. São 11 tipos, cujos volumes podem variar de 80 mililitros a 2 litros. A combinação dos diferentes formatos e volumes, aliada às diferentes formas de aberturas, tampas e canudos, representa um enorme portfólio do qual o cliente escolhe aquele sob medida para suas necessidades. Para apoiá-lo nessa escolha, a Tetra Pak oferece consultoria específica, considerando questões de logística, aproveitamento de espaço nas prateleiras e a durabilidade dos alimentos.

Lançamentos

Nos últimos dois anos, a Tetra Pak apresentou inovações em embalagens, máquinas e serviços que refletem o uso de novas tecnologias para sistemas de processamento. O objetivo é atender, de forma ágil, às demandas dos consumidores (por maior funcionalidade) e dos clientes (pela diversificação de portfólio e eficiência operacional). Os novos produtos reforçam o compromisso da companhia em desenvolver soluções sustentáveis, garantem maior produtividade e empregam tecnologias de ponta.

Redução de consumo de água em máquinas de envase

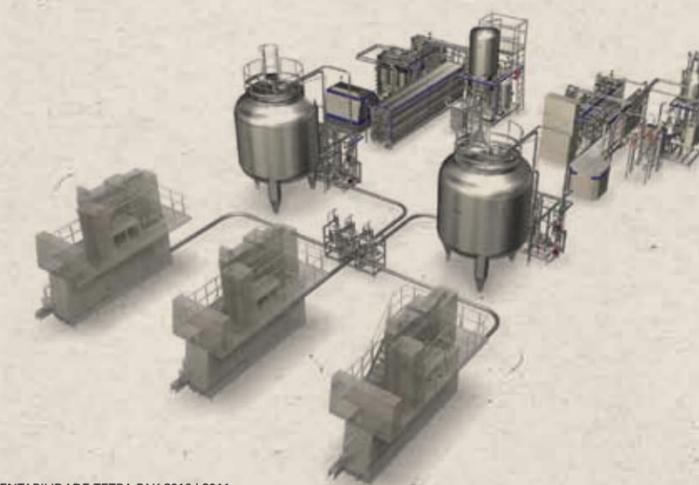
litros/1000 embalagens



Redução de consumo de energia em máquinas de envase

KW/1000 embalagens

• EN6 •



COMO FUNCIONA A RASTREABILIDADE

• PR1 •



Cada embalagem tem um único código de identidade de rastreabilidade do produto.

No site do fabricante, o consumidor pode acessar uma área exclusiva para consulta do código.

Ao digitar o código, são apresentadas todas as informações sobre como e onde foi produzido o alimento.

O Sistema de Rastreabilidade Ativa foi apresentado ao mercado em 2010. A solução envolve o que há de mais moderno em registro automatizado de informações e controle da cadeia produtiva. O sistema coleta informações de todas as etapas de fabricação – do recebimento da matéria-prima à distribuição – e as armazena em um código na embalagem. Os dados podem ser disponibilizados *on-line* para o acesso de qualquer pessoa.

Conheça as embalagens

Embalagens Assépticas: mantêm os alimentos seguros, frescos e com seu sabor original por pelo menos seis meses sem refrigeração ou conservantes, permitindo a conservação de cor, textura, sabor e valor nutricional. Estão disponíveis em diversos formatos: Tetra Brik, Tetra Classic, Tetra Gemina, Tetra Prisma, Tetra Wedge, Tetra Recart e Tetra Evero.

Embalagens Refrigeradas: ideais para produtos como leite pasteurizado, leite de soja e sucos. Disponíveis nas linhas Tetra Rex, Tetra Brik e Tetra Top.

Embalagens para Alimentos: a tecnologia Tetra Recart foi desenvolvida para envasar alimentos sólidos em pedaços de qualquer tamanho, e hoje já é aplicada em mais de 100 produtos em mais de 30 países. Com essa tecnologia, alimentos como vegetais, feijão, grãos, sopas e molhos podem permanecer no ponto de venda por até 24 meses por serem esterilizados dentro da embalagem longa vida.

Embalagens seguras

Todos na cadeia de alimentação são responsáveis por garantir que somente produtos seguros sejam colocados no mercado: o produtor de matéria-prima, o fabricante do produto, os responsáveis pela armazenagem e transporte e os supermercadistas. E esse desafio é cada vez maior, especialmente pela globalização.

Potenciais riscos de contaminação, antes restritos a regiões específicas, hoje podem tomar dimensões internacionais. O ponto de maior risco para a segurança alimentar está ligado à manipulação dos alimentos, seja na produção, envase ou distribuição. Foi para garantir o acondicionamento e transporte seguro de alimentos que as embalagens da Tetra Pak foram criadas.

A embalagem cartonada asséptica desenvolvida pela Tetra Pak é produzida com alta tecnologia, seguindo rigorosos padrões de qualidade, o que garante aos clientes e consumidores a proteção alimentar e a distribuição segura dos produtos, independente das distâncias que precisem ser percorridas.

Além disso, a companhia conta com uma política de qualificação e homologação dos produtos e serviços que inclui a rastreabilidade das matérias-primas. Os principais parceiros, como Klabin, Braskem, Alcoa e a CBA, são reconhecidos publicamente por boas práticas ambientais.

A empresa também tem sua política de saúde e segurança alimentar anualmente auditada conforme os requisitos do Food and Drug Administration (FDA), dos Estados Unidos, e segue os critérios europeus de saúde e segurança alimentar, de acordo com as normas do British Retail Consortium (BRC).

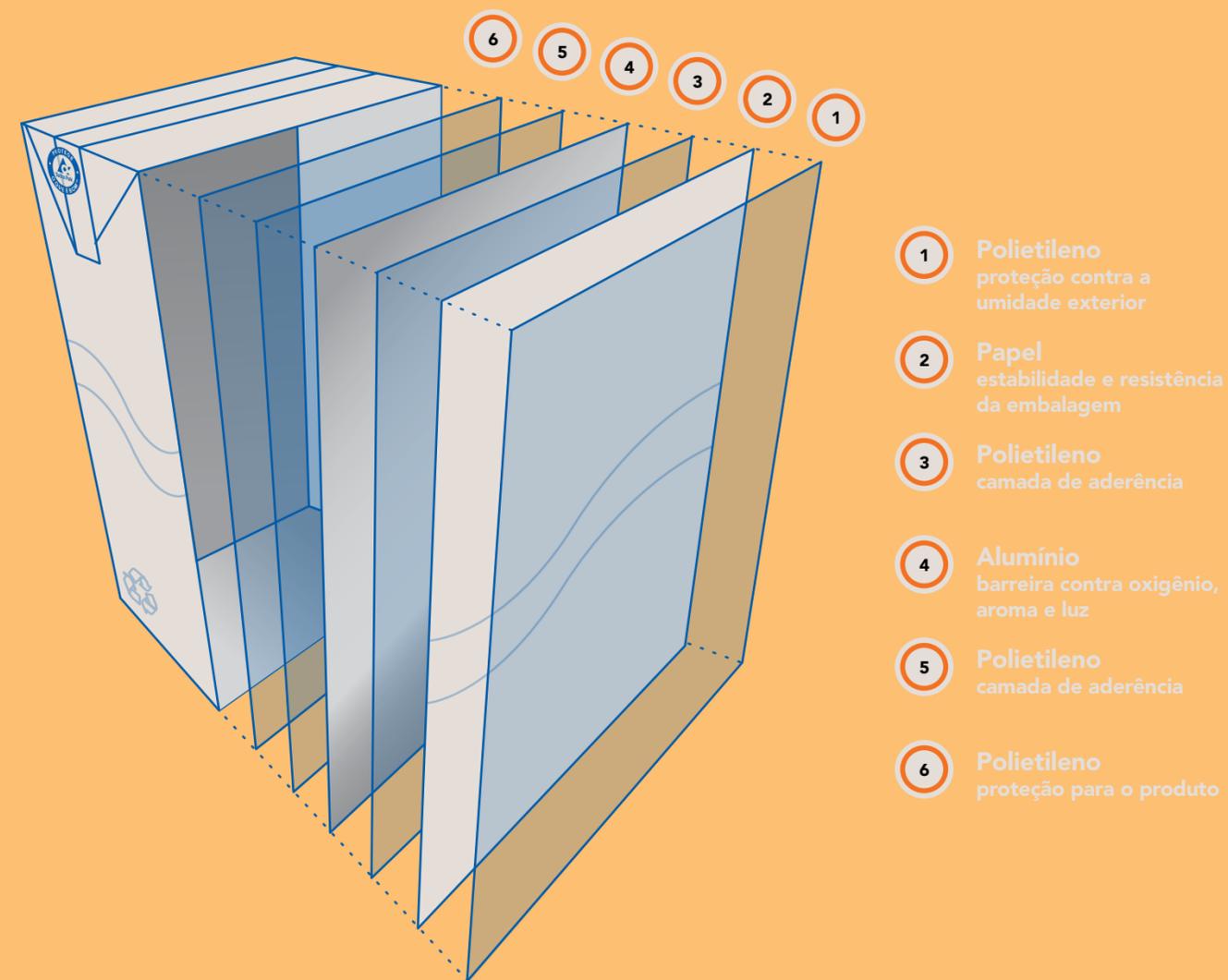
AS CAMADAS DA EMBALAGEM

100% recicláveis, as embalagens cartonadas da Tetra Pak são formadas por seis camadas, que protegem o alimento de luz, umidade, ar e microrganismos.

Resultado: a combinação dessas camadas ajuda a preservar os nutrientes, o sabor e o frescor dos alimentos por mais tempo, além de economizar energia, pois não necessita de refrigeração antes de ser aberta.

O formato inteligente das embalagens oferece mais facilidade para transportar, manusear e armazenar, além de proporcionar melhor resistência a quedas.

Resultado: menores custos em logística e estoques e menos perdas por extravio no manuseio dos produtos.



Responsabilidade sobre os produtos

• EN26 •

As fábricas da Tetra Pak em Monte Mor (SP) e Ponta Grossa (PR), adotam o Sistema de Gestão Integrada (SGI), ambas certificadas nas normas ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 e FDA (Food and Drug Administration), auditadas anualmente como forma de demonstrar o compromisso da empresa com a qualidade, o meio ambiente, a saúde e segurança de seus colaboradores e a segurança alimentar.

O armazenamento e distribuição dos produtos e serviços obedecem a padrões internos alinhados às melhores práticas de mercado. Os produtos são regularmente avaliados para garantir sua aplicabilidade e aprovados em mercados altamente exigentes em saúde e segurança, como Europa e Estados Unidos, além de atender plenamente ao mercado brasileiro.

A Tetra Pak Brasil também submete suas embalagens e materiais a avaliações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Em 2011, foram realizados ensaios de Migração Total e Migração Específica, conforme as resoluções RDC 51 e RDC 52 da Anvisa, realizados no laboratório ITAL-CETEA. Todos os produtos avaliados foram aprovados.

Ano de certificação

	Ponta Grossa	Monte Mor
ISO 9001	2002	1996
ISO 14001	2002	1997
OHSAS 18001	2007	2007
FDA	2011	2011

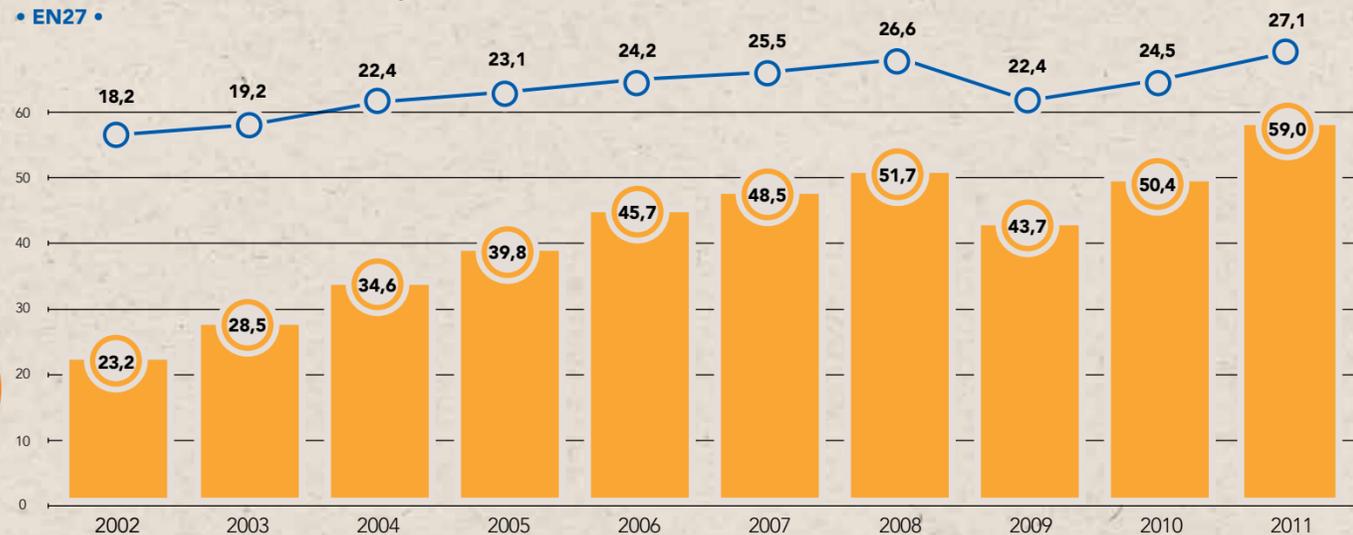
Responsabilidade pós-consumo

O papel é a principal matéria-prima das embalagens longa vida, representando 75% do seu peso, seguido por 20% de polietileno de baixa densidade e 5% de alumínio. A Tetra Pak compreende sua responsabilidade na logística reversa dos produtos comercializados e, por isso, atua como um catalisador da cadeia de reciclagem em todo o País, promovendo o desenvolvimento de novas tecnologias e produtos reciclados, o aumento da capacidade instalada de reciclagem e a capacitação de cooperativas de catadores. O objetivo é fazer com que a cadeia da reciclagem seja sustentável e não sofra com as oscilações de mercado, como ocorreu durante a crise econômica de 2008-2009, derrubando os preços dos materiais recicláveis e reduzindo assim os índices de reciclagem.

As embalagens da Tetra Pak são 100% recicláveis. A companhia ainda investe em educação ambiental, conscientização e apoio técnico para estimular a reciclagem e teve participação, por meio do Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), na criação da nova Política Nacional de Resíduos Sólidos, recentemente aprovada no Congresso Nacional. Os esforços nesse sentido se mostram eficazes. Após a redução da taxa de reciclagem de embalagens da Tetra Pak para 22% com a crise financeira de 2008-2009, houve em 2010 uma recuperação do índice para a marca histórica de 24,5% e, em 2011, mais um aumento, para 27,1%, que equivale a 59 mil toneladas em reciclagem pós-consumo.

Taxa de reciclagem de embalagens pós-consumo

■ volume reciclado . kton ○ taxa de reciclagem . %
• EN27 •



CICLO DE VIDA DA EMBALAGEM



Reciclagem

Tecnologias e parcerias

A Tetra Pak desenvolveu mais uma metodologia para reciclar embalagens longa vida, transformando-as em peças de polpa moldada. O material resultante substitui calços feitos de isopor (derivado do petróleo) usados no transporte e proteção de aparelhos eletroeletrônicos, em tubetes para mudas de plantas etc.

Para a reciclagem do polietileno e do alumínio, há três processos diferentes. Uma das opções é a fabricação de placas e telhas por prensagem à quente do material. Em 2010, a Tetra Pak elaborou, em parceria com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), uma certificação voluntária das telhas feitas a partir do polietileno e alumínio das embalagens longa vida, para garantir a qualidade e a confiabilidade do produto. Um projeto piloto vem sendo feito com uma das fábricas, que deverá receber a certificação em 2012.

Outra possibilidade é a produção de *pellets* (granulados) de polietileno e alumínio para peças diversas, como canetas, capas de caderno, pastas, pisos desmontáveis, lixeiras, entre outros itens. O terceiro processo possível foi desenvolvido em 2005 pela Tetra Pak, em parceria com as empresas Klabin, Alcoa e TSL Ambiental, e possibilitou a separação total das camadas de polietileno e alumínio por meio de uma tecnologia de separação térmica. Os produtos originados são o alumínio em pó ou em barra (usado na composição de tintas metálicas ou peças para a indústria de fundição) e a parafina (utilizada na produção de impermeabilizantes, lubrificantes ou como matéria-prima para a indústria química).

Em 2010 e 2011, a Tetra Pak manteve parcerias com 31 empresas recicladoras de embalagens longa vida pós-consumo no Brasil, presentes nos seguintes Estados: Bahia, Espírito Santo, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

Um exemplo dessas parcerias foi a implantação de um reciclador para a separação da polpa de celulose da embalagem pós-consumo e posterior venda para fábricas de papel, agregada à fabricação de placas e telhas com o polietileno e alumínio restante. A Tetra Pak, dando suporte para a indústria recicladora que atua no Nordeste, promoveu um novo modelo de negócio nessa região.

Outra parceria importante no desenvolvimento de tecnologia ocorreu com um reciclador de Santa Catarina, que produz chapas para palmilhas de sapato e capas de caderno, produtos para os quais são necessárias fibras longas de alta resistência. Após contatos e desenvolvimentos, em 2010 passou-se a adotar a embalagem longa vida como matéria-prima. Em breve, com o apoio da Tetra Pak, o reciclador terá sua capacidade instalada aumentada de 300 toneladas mensais de embalagens longa vida para cerca de 1.000 toneladas por mês.

Incentivo à coleta seletiva

O trabalho junto às cooperativas é um pilar social muito importante na atuação da Tetra Pak, pois, principalmente em países em desenvolvimento, a atividade do catador está muito vinculada às necessidades sociais. Por meio da sua atuação junto ao Cempre, a empresa incentiva não só a união de catadores em cooperativas, mas a gestão profissional dessas organizações, buscando melhores condições e oportunidades de negócios, fortalecendo assim seu papel como fornecedora de materiais recicláveis às indústrias recicladoras. Isso se dá por meio de capacitações de cooperativas de catadores, além de avaliações e disponibilização de informações técnicas relacionadas aos aspectos econômicos e ambientais da atividade, valor agregado aos produtos e repasse de tecnologias.

A Tetra Pak também fornece material para prefeituras, supermercados e organizações criarem Pontos de Entrega Voluntária (PEVs). Por meio de parcerias com clientes e redes de varejo, já são 240 PEVs apoiados pela empresa. Através do site www.rotadareciclagem.com.br, a empresa disponibiliza a busca de locais que coletam materiais para reciclagem.

Estatísticas de acesso ao site Rota da Reciclagem

Índice	2010	2011
Visitas	116.165	166.622
Visualizações de página	409.916	513.010
Novas visitas (%)	84,93	82,99

Com o objetivo de fomentar a cadeia e catalisar novos negócios de reciclagem, a Tetra Pak Brasil mantém uma equipe de campo que visita iniciativas de coleta seletiva (cooperativas de reciclagem, comércios de aparas e sucatas, pontos de entrega voluntária etc.) para acompanhar o desenvolvimento do setor, mapeando as regiões a fim de identificar necessidades e oportunidades. Responsáveis alocados em diversas cidades do País coordenam localmente as atividades de mapeamento.

Os grupos levam informações sobre equipamentos, valor agregado e produtividade. Em 2010, foram 2.177 entidades mapeadas, das quais 1.686 recebiam embalagem longa vida. Em 2011, o mapeamento chegou a 3.201 entidades, das quais 1.804 aceitavam a embalagem.

POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Primeira empresa brasileira do setor de embalagens a obter a ISO 14001, a Tetra Pak Brasil promove, há muito tempo, boas práticas ambientais, além de ter participado da mobilização que levou à consolidação da Política Nacional de Resíduos Sólidos, sancionada pela Presidência da República em agosto de 2010. A participação da companhia se deu por meio do Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), uma associação sem fins lucrativos dedicada à promoção da reciclagem dentro do conceito de gerenciamento integrado do lixo. Fundada em 1992, a organização é mantida por empresas privadas de diversos setores, entre as quais a Tetra Pak Brasil.

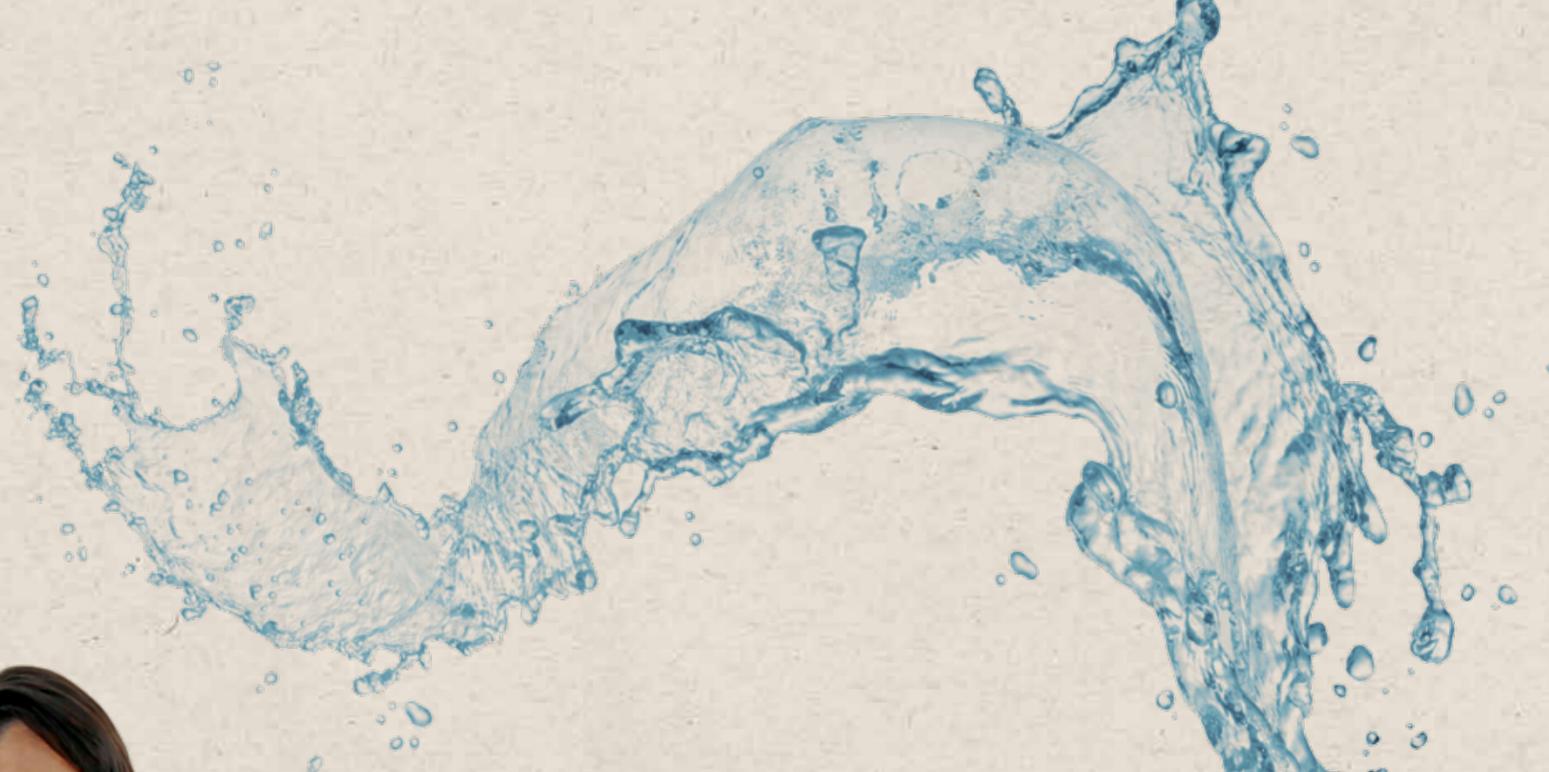
Ao lado do Lide Sustentabilidade, grupo de líderes empresariais, e da organização não governamental SOS Mata Atlântica, a atuação do Cempre foi um exemplo de como a cadeia consegue se unir a transformar a política pública. A Política Nacional de Resíduos Sólidos apresenta inovações como a responsabilidade compartilhada pela cadeia entre poder público, setor empresarial e a sociedade, além de propor a logística reversa para diversos materiais, como pilhas e baterias, pneus e equipamentos eletroeletrônicos, entre outros.



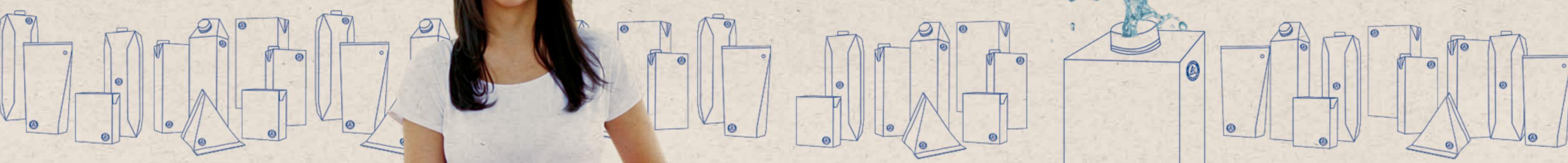
Apoios de campo para prospecção de iniciativas de coleta seletiva

- PE atende toda e região Nordeste
- GO atende toda e região Centro-Oeste
- MG
- RJ
- ES
- SP
- PR
- SC
- RS

PROTEGE O QUE É NATURAL



Nosso negócio é promover a sustentabilidade: a Tetra Pak gerencia de forma estruturada o consumo de materiais, energia e água e a emissão de gases poluidores, efluentes e resíduos, a fim de reduzir continuamente seu impacto ambiental. Também tem papel fundamental para a sustentabilidade da cadeia, promovendo e articulando a coleta seletiva e a reciclagem das embalagens.



Cintia Leme, funcionária





As unidades Monte Mor e Ponta Grossa reduziram seu consumo de materiais em 2011.

João Victor e Pedro Augusto, netos do funcionário Sebastião Silva

Em 2010, Meio Ambiente passou a ser o quarto pilar estratégico da Tetra Pak no mundo, fortalecendo a integração de tema à gestão da companhia.

MEIO AMBIENTE

PRODUZIR MAIS COM MENOS

Esforços pela preservação

A Tetra Pak mantém uma Área de Proteção Permanente em seu Clube de Campo (Monte Mor, SP), que abriga diversas espécies animais:

- 149 aves, como irerês, quero-queros e sabiás
- 14 mamíferos, como ouriços, veados e saguis

A Tetra Pak tem o meio ambiente como parte de seu negócio. Em 2010, a Tetra Pak definiu o seu compromisso com o meio ambiente como o quarto pilar estratégico da companhia. Foi uma evolução dentro da corporação, ao integrar o meio ambiente ao próprio negócio, formando pessoas técnicas e capacitadas em sustentabilidade, fortalecendo assim projetos e programas ambientais que passam a ser transversais entre os diversos setores, do chão de fábrica aos executivos.

MATERIAIS • EN1 | EN2 •

Material consumido

	2011		2010		2009		2008	
	Monte Mor	Ponta Grossa						
Papel (kton)	94	108	112	122	95	114	106	115
Polietileno (kton)	22	24	23	25	21	23	24	24
Alumínio (kton)	6	8	6	8	5	8	5,5	7,5
Filme (kton)	1,6	0	1,8	0	2	0	2	0
Tinta (ton)	497	476	472	476	420	485	494	452
Pallet (pc)	159	139	145	117	140	122	156	131

De acordo com a regulamentação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), não é permitido o uso de materiais reciclados na composição das embalagens. Dessa forma, a Tetra Pak sempre busca utilizar os diversos produtos provenientes da reciclagem das embalagens longa vida pós-consumo, como sacolas, cartões de visitas, envelopes, canetas e outros itens de escritório. Também são produzidos brindes com plástico e alumínio reciclados. Os fornecedores de tubetes de papel são incentivados pela companhia a utilizar fibras de embalagens cartonadas pós-consumo em seu processo produtivo.

No biênio, a Tetra Pak desenvolveu uma cantoneira fabricada a partir da reciclagem do polietileno e do alumínio das embalagens pós-consumo, que hoje é utilizada pelas transportadoras para proteger as bobinas de embalagens durante o transporte até os clientes. Essa iniciativa evita o desperdício, uma vez que essa nova cantoneira é reutilizável (durabilidade estimada de cinco anos), enquanto que a anterior era descartada após ser utilizada somente uma vez.

ENERGIA

• EN3 | EN4 | EN5 | EN6 | EN7 •

O consumo total de energia da Tetra Pak em 2011 foi de 316.271 GJ, volume 6,48% maior do que o do ano anterior. Esse aumento é decorrente principalmente do maior volume produzido (12 bilhões de embalagens em 2011, frente a 11 bilhões produzidas em 2010). Mesmo assim, a relação de consumo energético por unidade produzida em 2011 foi cerca de 2% menor do que em 2010.

Consumo total de energia indireta GJ		2011	2010	2009	2008
Monte Mor		157.947	140.640	125.525	136.099
Ponta Grossa		99.549	98.447	97.721	95.661
Subtotal		257.496	239.087	223.246	231.760
Consumo total de energia direta GJ		2011	2010	2009	2008
Monte Mor	GLP	36.109	25.514	33.135	36.516
Ponta Grossa	GLP	1.278	6.273	6.815	5.665
	Gás natural	21.387	22.110	19.106	17.488
	Gasolina e óleo diesel	1	46	69	56
Subtotal		58.775	53.943	59.125	59.725
Consumo total de energia GJ		2011	2010	2009	2008
Monte Mor		194.056	170.154	158.660	172.615
Ponta Grossa		122.215	126.876	123.711	118.870
Total		316.271	297.030	282.371	291.485

A maior fonte de energia é hidrelétrica, com 257.496 GJ no último ano, representando 81,42% do consumo em 2011. O Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) é a segunda fonte, com 37.387 GJ (11,82%), seguido por gás natural, com 21.387 GJ (6,76%) e gasolina e óleo diesel, com apenas 1,03 GJ. Além do baixo consumo de gasolina e óleo diesel, destaca-se a redução contínua do uso do GLP – recurso não renovável –, devido a melhorias em conservação e eficiência que reduziram esse consumo em 6,42% em dois anos. Além disso, a companhia recebeu um certificado de procedência da energia hidrelétrica consumida, comprovando sua origem de fontes renováveis.

Tendo como pilar de seu negócio o Meio Ambiente, cada nova embalagem ou equipamento desenvolvido pela Tetra Pak deve, necessariamente, ser melhor em termos de consumo de água e de energia do que as versões existentes. O conceito de *Design for Environment* trabalha exclusivamente para garantir esses requisitos.

ÁGUA

• EN8 | EN9 | EN10 | EN21 •

A Tetra Pak investe continuamente na melhoria de processos e equipamentos, visando à redução dos impactos da produção no consumo de água.

A água consumida em Ponta Grossa é servida por abastecimento público, não sendo assim possível mensurar o impacto da retirada de água. Ainda assim, registra-se a redução do consumo entre 2010 e 2011, de 62.071 metros cúbicos para 50.697 metros cúbicos, uma variação de 18,32%.

Em Monte Mor, a água é retirada de poços, porém sem impacto significativo. Entre 2010 e 2011 houve aumento de 14,53% no consumo, passando de 71.241 metros cúbicos para 81.589 metros cúbicos.

A Tetra Pak Brasil recupera água a partir de condensação atmosférica. Em 2010, foram 4.176 metros cúbicos de água recuperada por condensação, equivalente a 5,6% do consumo total. Em 2011, a recuperação totalizou 5.357 metros cúbicos, ou 6,5% do consumo no ano. Também em 2011 a companhia iniciou um projeto de reúso de água tratada em sua Estação de Tratamento de Efluentes em sanitários, atingindo em torno de 20 metros cúbicos reutilizados por mês. Para 2012, a meta é ampliar os pontos de reúso.

EFLUENTES

Os efluentes em Ponta Grossa são tratados em processo aeróbico por lodos ativados com filtração e desinfecção por radiação ultravioleta e descartados no Rio Cará-Cará. Já em Monte Mor, a Estação de Tratamento de Efluentes utiliza o método de lodos ativados por aeração prolongada, despejando em seguida o efluente na rede de esgoto municipal.

Descarte de efluentes sanitários por unidade

	2010	2011
Ponta Grossa	31.365	18.037
Monte Mor	29.507	29.916

IMPACTOS AMBIENTAIS

• EN26 •

A eficiência ambiental é um componente central da estratégia da Tetra Pak. A empresa trabalha para aumentar seu desempenho por meio do foco na eficiência de recursos, energia e resíduos.

Iniciativas para a redução de impactos ambientais da Tetra Pak Brasil

- Realização de teste para substituição de solvente por água e sabão no processo de pré-impressão
- Reúso de água para vasos sanitários, irrigação e jardinagem
- Redução de emissões de Compostos Voláteis Orgânicos (VOCs) devido à instalação de filtros eletrostáticos nas laminadoras
- Uso de tinta à base de água
- A instalação da nova laminadora em Monte Mor reduziu em 25% o consumo de energia e em 10% o de GLP
- Iluminação LED nos escritórios de Monte Mor
- ETE com equipamentos de filtro e desinfecção para melhoria da qualidade da água em Ponta Grossa
- Compostagem de resíduos orgânicos do refeitório e das podas do jardim em Ponta Grossa
- Instalação de Pontos de Entrega Voluntária nas fábricas de Monte Mor e Ponta Grossa e no escritório de Campinas



EMISSÕES

• EN16 | EN17 | EN18 | EN20 •

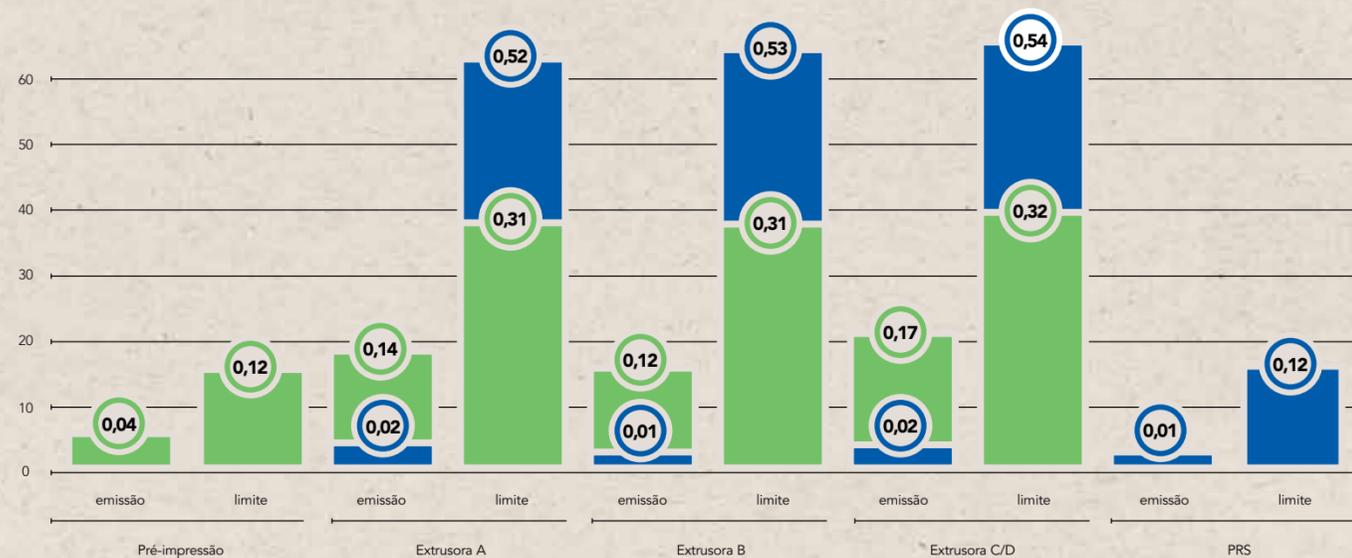
Em 2011, com a instalação de filtros eletrostáticos em Ponta Grossa, os índices de emissões – que já ficavam abaixo do limite estipulado pela legislação – caíram ainda mais. Antes dos filtros, a emissão de compostos orgânicos voláteis (VOCs) era de 126 mg/Nm³, índice já abaixo do limite legal (150 mg/Nm³). Com a adoção dos filtros, o número caiu para 65 mg/Nm³, uma redução de 48,41%.

Nas emissões de material particulado, a redução foi ainda maior, de 34 mg/Nm³ para 10 mg/Nm³, enquanto o limite legal é de 250 mg/Nm³. Em 2012, a empresa fará o inventário total de emissões (fábrica, administrativo e fornecedores) com o objetivo de produzir uma série histórica.

A Tetra Pak Brasil definiu como meta realizar seu inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) em 2012.

Carga poluidora em Ponta Grossa

■ VOCs ■ material particulado



Limite de concentração em Ponta Grossa

mg/Nm³

○ VOCs ○ material particulado



RESÍDUOS

• EN22 | EN24 •

Todo o resíduo da companhia considerado perigoso é tratado no Brasil, não havendo transporte internacional dos mesmos. Em 2011, foram destinadas 1.582 toneladas de resíduos perigosos e, em 2010, 930 toneladas. O aumento de resíduos perigosos e enviados para recuperação energética em 2011 ocorreu pela não operação do sistema de ultrafiltração de tintas em 2011, que só foi retomado em dezembro desse ano.

Disposição de resíduos

Tipo	Método	Monte Mor		Ponta Grossa	
		Peso (ton) 2010	Peso (ton) 2011	Peso (ton) 2010	Peso (ton) 2011
Resíduos não perigosos					
Papelão	Reciclagem	10,682	10,768	102	188
Plástico	Reciclagem	1,045	1,071	28	76
Ferro	Reciclagem	234	229	55	113
Alumínio	Reciclagem	54	78	24	12
Madeira	Reciclagem	633	846	182	214
Óleo de soja (litros)	Reciclagem	1,680	1,440	-	1
Varrição de fábrica/poda	Compostagem	266	237	-	-
Poda (grama e árvores)	Compostagem	-	-	22	28
Resíduos orgânicos (refeitório)*	Compostagem	-	-	90	94
Água com resíduo de tinta	Tratamento biológico	1,666	600	-	-
Lodo ETE	Tratamento biológico	697	793	174	158
Total		16,957	16,062	677	884
Resíduos perigosos					
Solvente	Recuperação e reúso	263	367	357	370
Resíduo ambulatorial	Descontaminação	0	0	-	-
Borra de tinta	Coprocessamento com recuperação energética	327	900	528	609
Óleo lubrificante	Reciclagem	3	3	2	13
Lâmpadas (unidades)	Reciclagem	8,000	8,747	2	2
Fotólito	Reciclagem	-	-	54	54
Toalhas industriais	Reciclagem	40	43	35	33
Total		8,633	10,060	978	1,081

*100% do resíduo orgânico gerado no refeitório é encaminhado para compostagem.

ÁREAS PROTEGIDAS

• EN11 | EN13 •

Ciente da importância de se preservar o meio ambiente, a Tetra Pak mantém em seu Clube de Campo, em Monte Mor, no interior de São Paulo, uma área de proteção de floresta que, há dez anos, era uma região degradada por uma fábrica de tijolos. Hoje, após o plantio de milhares de árvores nativas, já conta com centenas de espécies de aves e animais. Além das edificações como quadras, campos, vestiários e piscinas, o clube reúne uma Área de Proteção Permanente (APA), um lago e uma área reflorestada, com espécies arbóreas nativas e exóticas.

Estudo realizado pela Unicamp em 2011 aponta que o clube recebe atualmente 149 espécies de aves, uma média de 12 novas espécies encontradas por mês, e há indícios de que novas espécies ainda devem ser encontradas. Entre outras, o clube abriga irerês, asas-brancas, patos-do-mato, biguás, socós-boi, tuiuiús, saracuras, quero-queros e diversas espécies de andorinhas, sabiás, beija-flores, garças, pombos e gaviões. Entre répteis e anfíbios, foram encontrados sapos, rãs, pererecas, jiboias, jararacas, cobras d'água, lagartixas, teiús (tipo de lagarto) e até um jacaré de papo amarelo.

Foram catalogadas também 14 espécies de mamíferos silvestres, como cachorros do mato, gatos mouriscos, lontras, furões, mãos peladas, capivaras, ratões do banhado, ouriços, gambás, tatus, veados, lebres e saguis. Dessas, o ouriço, o gambá e o rato-do-banhado habitam o local. As demais espécies registradas usam parte do clube como território para buscar presas ou para deslocamento. A presença do Rio Capivari e da grande quantidade de aves que exploram e fazem ninhos na área podem ser os fatores responsáveis pela presença até de carnívoros como o cachorro-do-mato.

O registro dessa variedade de espécies de mamíferos, muitos dos quais não esperados para uma região próxima da área urbana de Monte Mor e distante de remanescentes de Mata Atlântica e de Cerrado, ressalta a importância do clube da Tetra Pak.



PROTEGE O QUE É HUMANO

Ludmila Borba, filha do
funcionário Claudemir Borba

*Nosso negócio é sempre em parceria:
na Tetra Pak, o sucesso é fruto
do trabalho em conjunto e, por
isso, a empresa atua diretamente
na promoção de toda a cadeia de
valor, desde seus fornecedores até as
indústrias recicladoras, passando por
clientes, varejistas e consumidores.
O diálogo aberto com organizações
sindicais e o governo também é
valorizado e integrado
no dia a dia da companhia.*



A política de relacionamento com stakeholders para os países da América Latina e Caribe é liderada pela Tetra Pak Brasil.

A Tetra Pak cultiva boas relações com a sua cadeia de valor promovendo a troca de experiências, conhecimento e tecnologia – com o objetivo de apoiar a gestão sustentável de seus negócios.

PÚBLICOS DE INTERESSE

RELAÇÕES DE VALOR

Compartilhar vitórias

- 85% de seus clientes foram enquadrados como altamente leais na pesquisa de satisfação de 2011
- 36 mil pessoas foram treinadas pelo projeto Desperdício Zero no ano passado
- 240 Pontos de Entrega Voluntária, em parceria com clientes e redes varejistas, ampliam a reciclagem no País

Um dos pilares da política de relacionamento da Tetra Pak é proteger o que é humano. Para isso, adota diversas medidas e monitora constantemente o setor, firmando sua responsabilidade social. A empresa está comprometida com iniciativas que promovam os direitos humanos, a cidadania e a preservação do meio ambiente.

RELACIONAMENTO COM STAKEHOLDERS

• 4.14 | 4.16 •

A Tetra Pak cultiva boas relações com fornecedores, clientes, varejistas, consumidores, governo e sociedade, por entender que toda a cadeia de valor é importante para a troca de experiências, conhecimento e tecnologia. Essas ligações influenciam e promovem um ambiente para gerir negócios de forma sustentável.

Para os países da América Latina e Caribe, a política de relacionamento com stakeholders é concebida e liderada a partir da Tetra Pak Brasil. O objetivo é estabelecer ligações com esses públicos, ajudando a gerenciar negócios de forma sustentável.



Agnaldo Silva (funcionário), com sua esposa Patrícia e seu filho Giovane

Quadro de interações

• 4.16 •

Colaboradores:

- Gestão de conduta: dois canais de Ouvidoria disponíveis: A palavra é Sua (para sugestões e reclamações em geral) e Denúncia (para relato anônimo de comportamentos que infringem o Código de Conduta).
- Centro de Serviços Compartilhados na área de Recursos Humanos (RH direto), com profissionais disponíveis para atendimento aos colaboradores
- Pesquisa anual de engajamento
- Sistema de Gestão Integrada em saúde, segurança e meio ambiente
- Programas voltados a saúde e qualidade de vida
- Programa de reciclagem de embalagens
- Abertura e transparência (tanto a Diretoria quanto a Presidência da empresa estão disponíveis a todo tempo. O colaborador tem acesso por e-mail ou pessoalmente).
- Programas de comunicação face a face com a Diretoria e com a Presidência (Você Sabia, Café com o Presidente)
- Programas de premiação de iniciativas (Tetra Pak Excellence Awards)
- Veículos de comunicação interna: Intranet (Orbis), revista bimestral entregue na casa dos colaboradores (Tetra Pak Acontece)

Fornecedores:

- Processo de avaliação de fornecedores

Clientes

- Pesquisa anual de satisfação
- Atendimento personalizado
- Informações sobre tendência de mercado
- Newsletter Tetra Pak Inbox, publicada mensalmente no site brasileiro da Tetra Pak. Traz informações sobre as principais tendências para a cadeia de valor da produção de alimentos, além de notícias sobre pesquisas, inovações e lançamentos da empresa
- Tetra Pak Magazine: publicada semestralmente em nove idiomas, está disponível em 170 países e é coordenada pela equipe corporativa na matriz (Suécia)

Varejistas:

- Programa Desperdício Zero, de treinamento de manuseio e estocagem de embalagem

Consumidores:

- Canal de Ouvidoria (falecom) disponível na internet
- Blog <http://nutricaoopraticaesaudavel.com.br>, com dicas de nutrição e alimentação saudável. O blog também conta com uma Fan Page no Facebook (<http://www.facebook.com/nutricaoopraticaesaudavel>) e Twitter (<http://twitter.com/praticasaudavel>)

- Fan Page e Twitter do Rota da Reciclagem – canal de notícias do Rota da Reciclagem no Facebook <http://www.facebook.com/rotadareciclagem> e um perfil no Twitter <http://www.twitter.com/rotadareciclagem>

Governo e sociedade:

- Programas de apoio a instituições
- Relacionamento com sindicatos
- Incentivo a cultura e esporte, por meio de patrocínios de eventos
- Apoio a programas de estudos em universidades
- Apoio a iniciativas de coleta seletiva e reciclagem
- Campanhas em favor das comunidades de baixa renda
- Programas de educação ambiental
- Doação de leite pelo site <http://nutricaoopraticaesaudavel.com.br>

Imprensa:

- Press releases, assessoria de imprensa e banco de imagens disponíveis em http://www.tetrapak.com/br/sobre_a_tetra_pak/imprensa/

FORNECEDORES

• HR2 •

A empresa promove a inovação do produto e protege a qualidade dos materiais em parceria com seus fornecedores, que devem atender à certificação ISO 14001. Além disso, o programa global Supplier Evaluation avalia diversos aspectos dos fornecedores, desde a qualidade até as condições internas de instalações e as práticas trabalhistas, de higiene e socioambientais. Já o Customer Evaluation, também internacional, permite que a Tetra Pak seja avaliada como cliente, por sua postura comercial, assertividade das previsões e informações, atenção aos fornecedores e confiabilidade relativa às compras da empresa. As pesquisas são realizadas a cada três meses, e os resultados são enviados diretamente para a matriz, na Suécia, que os divulga internamente. No caso do Supplier Evaluation, a divulgação é para todos os fornecedores. Para a Tetra Pak, a relação com os fornecedores é uma via de mão dupla, trabalhando-se em conjunto para promover a qualidade e a inovação do produto. A empresa assegura-se de que seus parceiros trabalhem com materiais e serviços de primeira qualidade e, conseqüentemente, contribui para que eles também cresçam e conquistem novos clientes.

Todos os fornecedores de matéria-prima da Tetra Pak são parceiros da empresa há muitos anos e, em sua maioria, globais. São empresas líderes nos setores em que atuam e altamente engajadas com questões ambientais e sociais.

Para o fornecimento de folhas de alumínio, por exemplo, a empresa conta com a parceria da Alcoa e da Companhia Brasileira de Alumínio (CBA). Ambas possuem trabalhos reconhecidamente comprometidos com o meio ambiente e o desenvolvimento social. A Braskem, parceira da Tetra Pak no fornecimento de resinas termoplásticas, é a petroquímica líder na América Latina e uma das 34 companhias que integram o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBovespa.

Após sete anos de pesquisa em conjunto com a Braskem, sua fornecedora de polietileno para a produção de embalagens, a Tetra Pak lançou, em 2011, a primeira tampa feita de polietileno proveniente do etanol da cana-de-açúcar, fonte 100% renovável, sem qualquer diferença de qualidade em relação à tampa de plástico convencional (de fonte fóssil). É uma das inovações que colocam a Tetra Pak Brasil como referência dentro do grupo.

O lançamento representa um marco na utilização desse material na indústria de embalagens cartonadas para alimentos. A partir de 2012, todas as tampas de rosca StreamCap utilizadas nas embalagens cartonadas serão produzidas no Brasil com “polietileno verde”.

Todo papel-cartão utilizado pela companhia na fabricação das embalagens é certificado pelo FSC® (Forest Stewardship Council), garantindo que o material é proveniente de áreas florestais manejadas de forma responsável. Essa certificação aborda as três dimensões da sustentabilidade, buscando a asseguuração de operações ambientalmente corretas, socialmente justas e economicamente viáveis.

Permite o monitoramento de toda a cadeia que envolve a produção do papel da embalagem, desde o plantio das árvores até o produto final.

A certificação é aplicada desde junho de 2008 nas embalagens produzidas nas unidades da Tetra Pak em Ponta Grossa e Monte Mor, que utilizam papel certificado fornecido pela Klabin. A inclusão do selo nas embalagens é feita conforme solicitação dos clientes e cresce cada vez mais, demonstrando o interesse destes em comunicar o seu compromisso com as questões ambientais. Foram 6,82 bilhões de embalagens produzidas com o selo da certificação em 2011, frente a 4,96 bilhões em 2010. Atualmente, a operação no Brasil é responsável por 40% das embalagens da Tetra Pak com selo FSC® no mundo.

Contratos

A companhia possui cláusulas específicas em contratos com fornecedores, a fim de garantir o respeito aos direitos humanos. Para fornecedores estratégicos nos processos de qualidade, meio ambiente, segurança e saúde, a empresa conta com auditorias e monitoramento nas unidades.

Para garantir o respeito à legislação e a não violação dos Direitos Humanos, há, em todos os contratos, a exigência de cláusula específica à não utilização de mão de obra infantil e outras práticas condenáveis. O quesito segurança dos colaboradores também consta em contrato, sendo verificado durante visitas de rotina aos fornecedores, com a periodicidade dependendo do porte da empresa, podendo ser anual, semestral ou mesmo a cada renovação contratual. Em geral, os pequenos fabricantes são identificados como de maior risco. Em caso de ocorrência de violação, o fornecedor é excluído da lista de aprovações da Tetra Pak.

Milena e Vinícius, filhos do funcionário Reginaldo Vieira



Márcio Duarte,
funcionário

CLIENTES

• PR5 •

Os clientes são a força motora da Tetra Pak. A empresa entende que o sucesso de seus clientes reflete diretamente em seus resultados. Ao proteger seus produtos, a empresa torna-se parceira de seus clientes e trabalha para promover seus negócios fornecendo informações sobre tendências de mercado, promovendo pesquisas anuais de satisfação e oferecendo um atendimento personalizado.

Estreitando ainda mais essa relação, a empresa oferece suporte completo para seus clientes, durante todo o processo de produção, desde a formulação de novos produtos e o desenvolvimento dos sistemas de processamento e envase, até orientações sobre transporte do produto final nos canais de distribuição.

Essa Assessoria de Mercado inclui ainda informações sobre tendências, o que ajuda na avaliação, viabilidade e atratividade do produto e na definição do público alvo. O serviço oferece também apoio em marketing e design de embalagens. A Tetra Pak realiza a Pesquisa de Satisfação dos Clientes anualmente, com o suporte de uma empresa de consultoria independente, com público correspondente a cerca de 70% das vendas da companhia. A metodologia utilizada foi desenvolvida pela Tetra Pak e tem sido melhorada a cada ano a partir das sugestões dos gestores da pesquisa em cada mercado de atuação, da consultoria local que aplica a pesquisa e dos próprios clientes.

As entrevistas com os clientes são presenciais ou por telefone e há questionários específicos para os contatos estratégicos no cliente e aqueles que vivenciam os processos e experiências com a Tetra Pak nas áreas de Compras e Fornecimento, Produção, Assistência Técnica, Engenharia e Marketing. Os resultados são avaliados internamente e utilizados na elaboração de planos de ação. As ações de melhoria são periodicamente reportadas aos clientes.

Os resultados apontam contínua melhoria. O indicador *Customer Loyalty*, que mede a confiança e lealdade dos clientes, passou de 83% em 2008 para 85% em 2010 e 90% em 2011. Em 2009, a pesquisa não foi realizada para que seu calendário pudesse ser mais bem adequado ao ciclo de planejamento estratégico da companhia.

Varejistas

A Tetra Pak, por meio do programa Desperdício Zero, conscientiza e treina funcionários de varejistas em melhores práticas de paletização, manuseio, transporte, estocagem e exposição das embalagens da marca.

A boa apresentação das embalagens no ponto de venda promove as vendas, além de garantir a integridade e qualidade do produto para o consumidor e menos desperdício para o varejista. Nos últimos quatro anos, mais de 100 mil pessoas passaram pelo curso, oferecido gratuitamente. O conteúdo do programa está estruturado em informações institucionais da Tetra Pak, de Sustentabilidade e boas práticas de manuseio, estocagem e da importância de ter menos desperdício devido a problemas logísticos.

No ano de 2011, o Desperdício Zero treinou mais de 36 mil pessoas, sendo 5 mil delas funcionários de clientes da Tetra Pak das áreas de Produção, Estoque, Distribuição, Despacho, Qualidade e Trade Marketing. Os demais participantes incluíram funcionários de supermercados, atacadistas, distribuidores, promotores, repositores, gerentes e coordenadores de lojas e categorias.

Consumidores

Empenhada em levar os conceitos de consciência ambiental a todos os seus consumidores, a Tetra Pak Brasil mantém um canal de contato com o público na internet (<http://www.tetrapak.com.br/contato>), além de um blog com dicas de nutrição e alimentação saudável (<http://nutricaoopraticaesaudavel.com.br>), incluindo uma *Fan Page* no Facebook e um perfil no Twitter.

Também mantém o Portal Cultura Ambiental nas Escolas (www.culturaambientalnasescolas.com.br), lançado em 2009 com foco em alunos e professores do segundo ciclo do Ensino Fundamental. O portal reúne conteúdo desenvolvido ao longo de 12 anos do projeto, incluindo temas como educação ambiental e cidadania e benefícios da coleta seletiva de lixo e da reciclagem de materiais. Além de uma área exclusiva para os professores – com dicas para colocar em prática em sala de aula os assuntos apontados –, são oferecidos jogos educativos, vídeos, focos e sugestões de atividades e oficinas.

Outra ferramenta é o portal Rota da Reciclagem (<http://www.rotadareciclagem.com.br>). O *site* usa o serviço de procura de endereço do Google Maps para a localização de PEVs (Pontos de Entregas Voluntária), cooperativas e comércios que recebem ou compram embalagens longa vida e outros recicláveis. Além do serviço pela internet, a Tetra Pak desenvolveu também uma versão em aplicativo para celulares. Agora, o serviço está disponível como aplicativo para iPhone e iPad.

A iniciativa de unir sustentabilidade e tecnologia deve ajudar os consumidores a encontrar pontos de coleta seletiva. O aplicativo pode ser baixado gratuitamente pela Apple Store (<http://itunes.apple.com/md/app/rota-da-reciclagem-tetra-pak/id483224874?mt=8>). O objetivo é facilitar o acesso a essa informação e aumentar o volume de embalagens longa vida recicladas.

COLABORADORES

Depois da Suécia, país da matriz, a Tetra Pak Brasil é o maior exportador de talentos no grupo. Os colaboradores são inovadores, pioneiros e referência para os demais mercados da empresa. Por isso, a Tetra Pak Brasil se dedica para estar entre as melhores empresas do País para se trabalhar.

A companhia lançou em 2011 o OneHR, que reúne os serviços internos administrativos – Recursos Humanos, pagamento e processos administrativos – para todos os países de sua influência, com atendimento em português, inglês e espanhol. Em uma escala de cinco pontos, o centro tem uma média de avaliação de 4,1.

Com a centralização administrativa, a companhia garante foco a colaboradores das unidades na análise da estratégia das áreas e no acompanhamento e avaliação de talentos, serviços e *performance*, além da realização de planos de ação, melhorando ainda mais os índices de produtividade.

A companhia mantém um Sistema de Gestão Integrada em saúde, segurança e meio ambiente e programas voltados à saúde e qualidade de vida. A relação entre o colaborador e a empresa é medida por pesquisas anuais de engajamento.

Abertura e transparência são importantes e cada colaborador tem acesso, por *e-mail* ou pessoalmente, tanto à Diretoria quanto à Presidência, acessíveis também nos programas de comunicação face a face. A empresa mantém dois canais de Ouvidoria aos seus colaboradores: “A palavra é Sua”, para sugestões e reclamações em geral, e “Denúncia”, para relato anônimo de comportamentos que infringem o Código de Conduta da empresa.

Em 2010 e 2011, a Tetra Pak Brasil participou da pesquisa do *Guia Você S/A Exame* – 150 Melhores empresas para Você Trabalhar, figurando na lista nos dois anos. O guia é resultado de estudo conduzido em parceria pela Editora Abril e a Fundação Instituto de Administração (FIA), da Universidade de São Paulo. Das 542 empresas inscritas, 225 foram selecionadas para receber a visita dos jornalistas, com base na avaliação de práticas e questionários respondidos pelos colaboradores. Dessas, as 150 melhores foram listadas na publicação anual. O reconhecimento é, sobretudo, um incentivo para que a companhia continue ouvindo seu público interno, aperfeiçoando seus processos para garantir o engajamento e a felicidade dos colaboradores, primordiais para o sucesso dos negócios.

Política de RH

• LA4 | LA5 | HR5 •

As políticas e práticas de recursos humanos da companhia fomentam a liberdade associativa e de negociação coletiva, apoiando assembleias para a tomada de decisões sobre jornada de trabalho, banco de horas, participação na cooperativa, comissão de fábrica e Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa). Os acordos de negociação coletiva firmados abrangem 100% dos colaboradores. Mudanças operacionais são notificadas com quatro semanas de antecedência.

Perfil dos colaboradores

• LA1 | LA2 •

Número de colaboradores por tipo de emprego	2010	2011
Diretoria	30	34
Gerência	124	128
Chefia/coordenação/supervisão	117	138
Administrativo	341	372
Operacional	572	610
Técnicos	289	329
Terceiros	686	650

Número de colaboradores por tipo de contrato	2010	2011
Estagiários	42	24
Trainees	2	2
Meio-período	0	0

Número de colaboradores por região	2010	2011
Região Sul	332	362
Região Sudeste	1081	1177
Região Centro-Oeste	32	38
Região Nordeste	30	36
Região Norte	0	0

Taxa de rotatividade por gênero (%)	2010	2011
Masculino	86,0%	89,0%
Feminino	14,0%	11,0%

Taxa de rotatividade por faixa etária (%)	2010	2011
Abaixo de 30 anos	37,0%	41,0%
De 30 a 50 anos	55,0%	53,0%
Acima de 50 anos	8,0%	6,0%

Taxa de rotatividade por região (%)	2010	2011
Região Sul	12,0%	10,5%
Região Sudeste	5,2%	8,5%
Região Centro-Oeste	3,1%	10,5%
Região Nordeste	0,0%	2,8%
Região Norte	0	0

Pedro Bizzo, funcionário



Trainee

Além dos programas de estagiários e *trainees*, já em andamento, a empresa começa em 2012 o programa de aceleração de talentos, que visa suprir internamente necessidades de produção, e a reunião de todos os programas de treinamento (inglês, cursos internacionais junto à Tetra Pak Academy, desenvolvimento de lideranças, técnicos e engenheiros e cursos específicos).

Benefícios

• LA3 | LA11 •

Na área de saúde, a Tetra Pak oferece assistência médica extensiva a dependentes, assistência odontológica, reembolso com despesas de farmácia. Além disso, garante cesta básica mensal, cesta de Natal, *kit* criança a todos os colaboradores, além de restaurante e transporte gratuitos para os de Monte Mor (SP) e Ponta Grossa (PR). Todos os benefícios são levados também aos menores aprendizes. Os estagiários, por sua vez, recebem bolsa-auxílio, plano de saúde e ajuda de custo para transporte e alimentação.

Na área de educação, a empresa pratica o reembolso de parte das despesas com ensino continuado, como idiomas, graduação e pós-graduação, a partir do bom desempenho profissional e da relação do curso com a função que o colaborador exerce.

O Plano de Previdência da Tetra Pak cobre aposentadoria, benefício por incapacidade ou pensão por morte, benefício mínimo e modalidades aplicáveis em casos de desligamento. A estrutura do plano é de contribuição definida: o colaborador tem a opção de aplicar de 1 a 4% de seu salário na contribuição básica e, adicionalmente, de 1 a 8% como contribuição máxima, sendo o limite total de 12%. O empregador entra com 50% da contribuição, no caso de colaboradores com salário superior a 18 unidades previdenciárias (UPs) ou que fazem a contribuição básica e têm salário superior a 12 UPs.

Treinamento e desenvolvimento

• LA10 | LA12 •

No biênio 2010-2011, somente em educação continuada foram 97 bolsistas em 2010 e 85 em 2011, representando incentivos de R\$ 343.730 e R\$ 256.418, respectivamente.

Além das iniciativas de treinamento, a Tetra Pak avalia anualmente o desempenho de 100% de seu quadro de colaboradores, contribuindo para o desenvolvimento de carreira.

Treinamento de colaboradores

	2010			2011		
	Carga horária total	Total de colaboradores da categoria	Horas por colaborador	Carga horária total	Total de colaboradores da categoria	Horas por colaborador
Comportamental	7.031	477	14	8.874	1.121	14
Técnico	30.155	1491	20	12.244	841	16
Internacionais	3.630	73	49	101	6	15
Segurança	10.528	1.369	7	9.264	595	236
Educação continuada e idiomas	79.200	276	286	74.350	314	14
Total	130.544	1.572	83	104.833	1.488	70

Saúde e Segurança no Trabalho

• LA7 | LA8 | LA9 •

A Tetra Pak exerce a livre ação, independente de acordos com sindicatos. Preza pela segurança individual e coletiva de seus colaboradores, por meio de ações e campanhas constantes.

Seguindo uma decisão estratégica da Tetra Pak, o pilar de Segurança está revisando e reforçando a utilização da ferramenta de segurança Proteção, anteriormente chamada de Podar. A atuação também foi estendida e atende todas as fábricas e escritórios da companhia. O objetivo da implantação dessa ferramenta é de que todos os colaboradores recebam o treinamento de modo que se conscientizem da importância da prevenção de acidentes.

Com essa iniciativa, a empresa deixa de usar um indicador reativo, com ênfase na correção, e passa a adotar um indicador preventivo, para evitar a ocorrência de acidentes na fábrica. A adesão tem sido muito boa, embora os treinamentos não tenham ainda atingido todos os colaboradores e prestadores de serviços. A continuidade dos treinamentos deverá acontecer logo após a realização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (Sipat). Realizada anualmente, a Sipat conta com programação criativa para a conscientização de uma cultura de prevenção de acidentes e doenças.

Nas duas unidades industriais, diversas campanhas são realizadas periodicamente para promover a saúde e segurança, além da Sipat, promovida anualmente. Em 2010, ocorreram ações específicas para o Carnaval, o Dia da Prevenção de Acidentes e Direção Defensiva. Já em 2011, destacaram-se as campanhas Carnaval, Semana da Saúde e Operação Guardiã.

Indicadores de saúde e segurança no trabalho

	Monte Mor	Ponta Grossa
Acidentes com afastamento superior a 15 dias	2	3
Acidentes com afastamento inferior a 15 dias	2	1
Acidentes sem afastamento	2	3
Doença ocupacional	0	0
Número de dias perdidos	31	49

SOCIEDADE

• EC8 •

Voluntariado

O Comitê de Voluntariado, instituído na unidade de Monte Mor (SP) e com representantes de diversas áreas, organiza, entre outras, as campanhas do Agasalho, de doação de alimentos e Faça Uma Criança Sorrir, para auxiliar comunidades de baixa renda e instituições de amparo a crianças e idosos.

Doação de leite

Desde 2001, a Tetra Pak apoia a campanha “doe leite”. A cada acesso ao blog <http://nutricaoopraticaesaudavel.com.br>, 50 mililitros de leite longa vida são doados a uma instituição escolhida. A mecânica de doação é detalhada no próprio blog.

Natal sem fome dos sonhos

Desde 2005, a Tetra Pak participa da campanha de arrecadação de alimentos Natal sem Fome dos Sonhos, uma iniciativa da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida. Para participar, o doador acessa o site www.tetrapak.com.br e envia um cartão de Natal virtual a seus amigos, familiares ou colegas de trabalho. A cada cartão enviado, a empresa entrega 1 litro de leite longa vida para compor cestas básicas, distribuídas em São Paulo, Campinas e Ponta Grossa. No último biênio, 33.000 litros de leite longa vida foram doados.

Festival Parmegiana

O 5º Festival Parmegiana, realizado no pelo Comitê do Voluntariado da Tetra Pak de Monte Mor, alcançou mais uma vez um número significativo de adesões. Foram vendidos 233 convites ao preço de R\$ 25 cada. Do total arrecadado (R\$ 5.825), o Comitê contabilizou lucro de 85% que foi destinado ao asilo de Monte Mor, beneficiando 33 idosos.

Auxílio em catástrofes

Comprometida com o meio ambiente e com a sociedade, a companhia apoia globalmente programas de auxílio em catástrofes em todo o mundo e aceita visitas em suas instalações para que qualquer interessado possa conhecer de forma transparente a qualidade de seus produtos e serviços.

Responsabilidade socioambiental

Educação ambiental

O Projeto de Educação Ambiental, com 13 anos de atividades, foi reformulado em 2010 devido ao crescimento da demanda. Além da distribuição de 4,5 mil kits de materiais educativos, foi criado o Portal Cultura Ambiental nas Escolas (<http://www.culturaambientalnascolas.com.br>), reunindo jogos, área para professores, notícias e artigos técnicos.

Mesmo depois de tantos anos em andamento, o projeto continua recebendo novos materiais. É o caso do filme “Carbono Metano”, realizado por meio da Lei Rouanet de incentivo fiscal, com o objetivo de formar uma série em cada região brasileira, a exemplo da “Amazônia” (episódio lançado em 2011) e do “Cerrado” (próximo filme a ser lançado).

O projeto conta ainda com oficinas para professores. No município de Breves, na Ilha do Marajó (PA), uma parceria com a ONG No Olhar fez com que professores das escolas públicas tivessem a oportunidade de participar das Oficinas Pedagógicas promovidas pela Tetra Pak. Nas oficinas, 40 professores foram orientados sobre como trabalhar os temas em sala de aula e ainda recebem o kit de educação ambiental com cartilhas, livros, vídeo, cartaz e revista. A ação contribuiu com a formação de mais de três mil jovens do ensino fundamental. Em Járú (RO), em 2010, a oficina contou com 42 participantes, por meio de parceria com as Secretarias Municipal e Estadual de Educação, e representantes da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, recém-criada na cidade.

Proteção da biodiversidade

Fundada em 1987, a Associação Mata Ciliar é uma entidade com sede em Pedreira (SP) e unidades em Jundiá e Águas de Lindóia (SP), têm recebido apoio da Tetra Pak, através do fornecimento de placas e telhas recicladas para a construção de recintos e de equipamentos para o monitoramento de animais. A entidade desenvolve trabalhos de conservação ambiental e é referência na área de reabilitação da fauna com o Centro de Reabilitação de Animais Silvestres e na área de pesquisa com o Centro Brasileiro para Conservação de Felinos Neotropicais.

• **Projeto Protegendo a Vida na Amazônia:** em dezembro de 2011, a Tetra Pak, em parceria com a ONG Associação Amigos do Peixe Boi, realizou uma expedição de educação ambiental pelo Rio Uatumã, afluente da margem norte do Rio Amazonas (AM). O objetivo é levar informações sobre a preservação da fauna regional, principalmente dos peixes-bois, para cerca de 26 comunidades ribeirinhas, onde vivem mais de 8 mil pessoas. A ação, coordenada por um grupo de profissionais especializados Centro de Preservação e Pesquisa de Mamíferos Aquáticos da Vila de Balbina (AM), teve duração de 15 dias. Para apoiar o trabalho, a Tetra Pak disponibilizou um barco regional, totalmente adaptado para atender às necessidades da equipe, que realizou palestras e atividades lúdicas, direcionadas a todos os públicos, com foco na sensibilização de crianças. Além da mensagem sobre a importância da preservação do peixe-boi, foram distribuídos cartilhas e panfletos sobre a importância de tratar corretamente o lixo para evitar a contaminação dos rios.



• **Barco supermercado:** em um barco supermercado mantido pela Nestlé, que navega pela região de Belém (PA), a Tetra Pak instalou um ponto de entrega voluntária de materiais reciclados, com educador ambiental, que vai às escolas das cidades ribeirinhas. A iniciativa começou em 2010 com informações básicas e chegou ao final de 2011 com informações sobre reciclagem e outras ações de educação ambiental.

Cultura, educação e esporte

• **(Re)ciclo de Cinema:** evento itinerante que realiza a exibição gratuita de filmes com o objetivo de promover a importância e os benefícios da reciclagem junto à comunidade, o (Re)ciclo de Cinema exhibe filmes em praça pública nas cidades em que passa, promovendo oficinas de reciclagem para crianças. Em 2011 foram cerca de 20 mil pessoas e 28 mil crianças beneficiadas. O projeto visitou um total de 40 cidades da região Centro-Oeste. Desde o seu lançamento, no início de 2007, o projeto já percorreu mais de 210 cidades de todas as regiões do País.

• **Cena Ambiental:** O Projeto Cena Ambiental proporciona teatro itinerante voltado para educação ambiental. O objetivo é levar cultura, lazer e consciência sobre o meio ambiente, por meio do teatro de fantoches. Também transmite dicas e ensinamentos simples que ajudam a crianças e seus familiares a compreenderem sobre a importância da coleta seletiva, reciclagem e preservação ambiental.

A nova iniciativa da Tetra Pak se apresentou, ao longo de 2011, em 80 cidades da região Sul e Sudeste do Brasil, promovendo integração das comunidades escolares, tratando de forma lúdica a questão da sustentabilidade, levando informações de vital importância sobre o tema para a região por onde o projeto está passando.

Para tornar a ação mais alinhada com a realidade local, um produtor visita as cidades um mês antes da ação e entra em contato com as principais escolas públicas, órgãos públicos e privados para mostrar detalhes do projeto. Há também uma sondagem com instituições responsáveis pela coleta e destinação do lixo, além de cooperativas de catadores.

O espetáculo é uma história interativa e bem humorada baseada na educação, meio ambiente, ensinamentos e dicas para as crianças. A apresentação é feita por um grupo de atores performáticos e manipuladores de bonecos e marionetes, que interpretam diversos personagens, como papagaio, tucano, arara e coruja.

Também é distribuída para cada criança participante uma cartilha interativa com a síntese do espetáculo apresentado, contendo diversos jogos didáticos e interativos sobre os temas apresentados e uma caneta reciclada com plástico-alumínio de embalagens da Tetra Pak.

• **Projeto Esculturas Urbanas:** oferecer a estudantes de arte, arquitetura e design a oportunidade de desenvolver projetos de escultura ou obras tridimensionais a partir de materiais reciclados. Esse foi o objetivo do Projeto Esculturas Urbanas, que recebeu apoio da Tetra Pak. Em 2011, o evento foi realizado na Praça Victor Civita, em São Paulo, espaço dedicado exatamente à discussão de questões ambientais e da preservação da natureza.

Por meio da arte, a Tetra Pak incentivou reflexões sobre a temática da sustentabilidade, apresentando uma mostra da diversidade da produção artística contemporânea brasileira. Além do público que foi à praça ver a exposição, o *website* teve 22.045 visualizações. O projeto contou com a parceria do Instituto Verdescola.



Incentivo ao Esporte

Nos últimos anos, a Tetra Pak consolidou também sua política de incentivo aos esportes, que representa grande oportunidade de inclusão social. A empresa apoia as ações com o objetivo de levar a conscientização ambiental a diversos públicos. Além disso, o Tetra Pak Open Tennis foi criado para associar a sustentabilidade, fortemente presente na conduta corporativa da companhia, com o esporte e a qualidade de vida. Durante o torneio, além de promover a coleta seletiva e instalar um Ponto de Entrega Voluntária no clube, a Tetra Pak proporcionou aos participantes a demonstração do processo de reciclagem das embalagens longa vida e ações de educação ambiental especialmente voltadas ao público infantil. Os jogos realizados em Campinas (SP) foram televisionados pelo canal BandSports, com cobertura jornalística para o assunto. No formato de torneio internacional de tênis profissional masculino e feminino, a competição distribuiu premiação e pontos para o ranking mundial. No torneio de 2011, participaram jogadores nacionais e estrangeiros, com supervisão da ATP (Association of Tennis Professionals), junto com a ITF (International Tennis Federation) e CBT (Confederação Brasileira de Tênis).

GOVERNO

• 4.12 | 4.13 | EC4 | SO5 | SO6 •

A Tetra Pak está associada a entidades socioambientais como o Instituto Ethos e é uma das fundadoras do Cempre, cujos princípios mantêm total sinergia com sua Missão, Visão e Valores. Também é associada às Câmaras Sueca e à Americana, devido à importância e representatividade desses órgãos.

Cempre (Compromisso Empresarial para Reciclagem):

a Tetra Pak é uma das sócio-fundadoras do Compromisso Empresarial para Reciclagem, entidade sem fins lucrativos formada em 1992 por cerca de 30 empresas.

O objetivo é promover a reciclagem dentro do conceito de gerenciamento integrado do lixo e conscientizar a sociedade sobre a importância da redução de resíduos sólidos. Trata-se da mais importante associação sobre o tema na América Latina.

Pacto Global: signatária do Pacto Global, proposto pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1999. Congrega empresas, agências da ONU e a sociedade civil e empresarial para apoiar dez princípios nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e prevenção da corrupção.

Não é mantido qualquer tipo de operações ou acordos com empresas públicas. Diversas políticas – como o Código de Conduta, a Política Anticorrupção, as Políticas de Suprimentos e a Política Brindes – determinam o relacionamento transparente entre colaboradores e representantes do governo, sendo inaceitável o recebimento de pagamentos, entretenimento ou vantagens que possa influenciar uma decisão a ser feita, crie relação de dependência ou não possa se tornar público ou ser falado em público. A orientação interna é de discutir, sempre com antecedência, a aceitação de presentes, pagamentos, benefícios ou entretenimento com superiores e colegas.

A Tetra Pak é membro do projeto da Receita Federal Brasil Linha Azul, que oferece um selo de qualidade de procedimentos aduaneiros e tributários, no âmbito de cadeia logística segura. A companhia não tem pendências com a Receita Federal Brasileira e não foi submetida a regime especial de fiscalização nos últimos três anos.

O sistema corporativo e o controle contábil são informatizados, facilitando a gestão de estoques de mercadoria aos distinguir as de procedência estrangeira e aquelas destinadas a exportação. Todos os controles internos são auditados anualmente por auditoria externa e bianualmente pelo grupo Tetra Laval, de forma a assegurar o cumprimento regular de suas obrigações cadastrais, documentais, e, principalmente, tributárias e aduaneiras.

De acordo com procedimentos internos, a companhia não faz contribuições ou doações a partidos políticos, ocupantes de cargos ou instituições a eles relacionados.

Recursos recebidos do governo (R\$ mil)

	2010	2011
Lei Rouanet	4.630	5.868
Patrocínio (Lei nº 8.313/91)	-	5.997
Incentivo ao Esporte (Federal)	500	1.400
Incentivo ao Esporte (Estadual)	-	200



ÍNDICE REMISSIVO

• 3.12 •

Perfil da Divulgação	Descrição	Observação	Página	PG
1.1	Declaração do mais alto executivo da organização.		6	
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.		6	
2. Perfil Organizacional				
		Observação	Página	PG
2.1	Nome da organização.		12	
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.		21	
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, empresas operacionais, subsidiárias e joint ventures.		12	
2.4	Localização da sede da organização.		12	
2.5	Número de países em que a organização opera, e nomes de países com operações centrais ou que sejam especificamente relevantes para os temas de sustentabilidade tratados neste relatório.		12	
2.6	Natureza da propriedade e forma jurídica.		12	
2.7	Mercados atendidos (incluindo quebra por região, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).		12	
2.8	Escala da organização que divulga resultados.		11	
2.9	Mudanças significativas durante o período de divulgação de resultados em relação ao tamanho, estrutura ou propriedade.	A Tetra Pak Brasil não passou por nenhuma mudança no biênio 2010/2011.		
2.10	Prêmios recebidos durante o período de divulgação de resultados.	Não houve prêmios no período coberto pelo relatório.		
3. Parâmetros de Divulgação				
		Observação	Página	PG
3.1	Período de divulgação (ex.: ano fiscal/calendário) da informação apresentada.		4	
3.2	Data do relatório mais recente (caso haja).		4	
3.3	Ciclo de divulgações (anual, bianual etc.).		4	
3.4	Contato para perguntas.		4	
3.5	Processo de definição do conteúdo do relatório.		4	
3.6	Limites dos relatórios (ex.: países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, joint ventures, fornecedores). Ver Protocolo de Limites GRI para maiores orientações. Relatar quaisquer limitações específicas no escopo do limite do relatório (veja o princípio da completude para a explicação do escopo.)		4	
3.7	Base de divulgação de joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras entidades, que possam afetar significativamente a comparabilidade período a período e/ou entre organizações.	O escopo do relatório não contempla operações terceirizadas.		
3.8	Técnicas de mensuração de dados e bases de cálculo, incluindo premissas e técnicas usadas nas estimativas, aplicadas na compilação dos indicadores e outras informações no relatório.		4	
3.9	Explicação dos efeitos de quaisquer retificações nas informações divulgadas em relatórios anteriores, bem como as razões para tais retificações (ex.: fusões/aquisições, mudanças de base de anos/ períodos, métodos de mensuração).	Não houve mudanças em relação ao relatório anterior.		
3.10	Mudanças significativas em relação a períodos anteriores no escopo, limite ou método de mensuração aplicados ao relatório.	Não houve mudanças em relação ao relatório anterior.		
3.11	Tabela identificando a localização das divulgações-padrão no relatório.		54	
3.12	Políticas e práticas atuais em relação à obtenção de confirmação externa ao relatório.		4	
3.13				
4. Governança, Compromissos e Envolvimentos				
		Observação	Página	PG
4.1	Estrutura de governança da organização, incluindo comitês sob o principal órgão da governança, responsável por tarefas específicas tais como definir a estratégia ou a supervisão organizacional.		14	

4.2	Indicar se o Presidente do órgão de governança mais importante também ocupa cargo executivo.	Não se aplica. Por ser uma empresa de Capital fechado, a Tetra Pak Brasil não tem Conselho de Administração.		
4.3	Para organizações que têm um Conselho único, declarar o número de membros do principal órgão de governança que são independentes e/ou membros não executivos.	Não se aplica. Por ser uma empresa de Capital fechado, a Tetra Pak Brasil não tem Conselho de Administração.		
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados apresentem recomendações ou direcionamentos para o principal órgão de governança.		14	
4.5	Relação entre remuneração dos membros do principal órgão de governança, altos executivos e executivos.	Não há remuneração atrelada a esse tipo de desempenho; apenas ao que já é estabelecido como objetivos individuais.		
4.6	Processos existentes para que o principal órgão de governança garanta que os conflitos de interesse sejam evitados.		14	
4.7	Processo para determinar as qualificações e competências dos membros do principal órgão de governança para guiar a estratégia da organização, nos tópicos econômicos, ambientais e sociais.	Por ser uma empresa de Capital fechado, a Tetra Pak Brasil não tem Conselho de Administração.		
4.8	Declarações de missão ou valores desenvolvidas internamente, códigos de conduta e princípios relativos à performance econômica, ambiental e social, e o estágio de sua implementação.		12, 14	
4.9	Procedimentos do principal órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão organizacional da performance econômica, ambiental e social, inclusive riscos relevantes e oportunidades, e aderência a padrões internacionalmente aceitos, códigos de conduta e princípios, ou conformidade com os mesmos.		14	
4.10	Processos para avaliar a própria performance do principal órgão de governança, particularmente em relação à performance econômica, ambiental e social.	Não se aplica. Por ser uma empresa de Capital fechado, a Tetra Pak Brasil não tem Conselho de Administração.		
4.11	Explicação sobre quando e como a abordagem ou princípio de precaução são aplicados pela organização.		14	7
4.12	Cartilhas econômicas, ambientais e sociais, desenvolvidas externamente, princípios ou outras iniciativas às quais a organização obedece ou apoia.		52	
4.13	Membro em associações (como associações de indústrias) e/ou organizações de lobby nacionais/internacionais.		52	
4.14	Lista dos grupos de partes interessadas promovidas pela organização.		41	
4.15	Base para identificação e seleção de partes interessadas com as quais nos envolvemos.		4	
4.16	Abordagem para a relação com as partes interessadas, incluindo a frequência de envolvimento por tipo e por grupo de partes interessadas.		41	
4.17	Tópicos-chave e questões que tiverem sido suscitados através do envolvimento com as partes interessadas, e como a organização respondeu a tais tópicos e questões, inclusive através de seus relatórios.	A Tetra Pak Brasil não realizou nenhum tipo de teste com os seus stakeholders.		

DIVULGAÇÕES-PADRÃO PARTE III: Indicadores de Performance

Performance Econômica		Observação	Página	PG
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de pessoal, doações e outros investimentos comunitários, lucros retidos, e pagamentos para os provedores de capital e governos.	Por ser uma empresa de capital fechado, a Tetra Pak segue a Política de Confidencialidade do grupo e divulga apenas seu faturamento operacional. O faturamento operacional líquido, em 2010, foi de R\$ 2,9 bilhões.		
EC4	Assistência financeira significativa recebida do governo.		52	
Impactos Econômicos Indiretos		Observação	Página	PG
EC8	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos primordialmente para benefício público, através de envolvimento comercial, em espécie ou pro bono.		48	
Materiais		Observação	Página	PG
EN1	Materiais usados por peso ou volume.		31	
EN2	Percentual de materiais usados que sejam insumos reciclados.		31	8.9
Energia		Observação	Página	PG
EN3	Consumo direto de energia, por fonte primária de energia.		32	
EN4	Consumo indireto de energia, por fonte primária.		32	
EN5	Energia poupada por conservação e melhorias de eficiência.		32	8.9
EN6	Iniciativas para oferecer produtos e serviços com eficiência energética ou baseados em fontes renováveis, e a redução das necessidades energéticas resultantes dessas iniciativas.		21, 32	8.9
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia e reduções alcançadas.		32	8.9
Água		Observação	Página	PG
EN8	Retirada total de água, por fonte.		32	
EN9	Fontes de água significativamente afetadas pela retirada de água.		32	
EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.		32	8.9
Biodiversidade		Observação	Página	PG
EN11	Localização e tamanho das terras possuídas, arrendadas, administradas em áreas protegidas, ou adjacentes a elas, assim como áreas de alto valor de biodiversidade fora de áreas protegidas.		37	
EN13	Habitats protegidos ou recuperados.		37	8
Emissões, efluentes e resíduos.		Observação	Página	PG
EN16	Emissão total direta e indireta de gases de efeito estufa, por peso.		34	
EN17	Outras emissões relevantes indiretas de gases de efeito estufa, por peso.		34	
EN18	Iniciativas para reduzir emissões de gases de efeito estufa e as reduções alcançadas.		34	8
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso.	A Tetra Pak Brasil não utiliza substâncias destruidoras da camada de ozônio.		
EN20	NO _x , SO _x , e outras emissões aéreas, por tipo e peso.		34	
EN21	Descarte total de água, por qualidade e destino.		32	8
EN22	Peso total dos resíduos, por tipo e método de descarte.		36	8
EN23	Número e volume totais de derramamentos significativos.	Não houve derramamentos significativos no biênio coberto pelo relatório.		

EN24	Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados, considerados perigosos sob os termos da Convenção da Basileia – Anexos I, II, III e VIII, e o percentual dos resíduos transportados que tenham sido embarcados internacionalmente.		36	
Produtos e Serviços		Observação	Página	PG
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços, e o alcance de tais iniciativas.		24, 33	8
EN27	Percentual de produtos vendidos e de suas embalagens que tenham sido reaproveitados, por categoria.		24	8
Conformidade		Observação	Página	PG
EN28	Valor monetário de multas significativas e número total e sanções não monetárias por não conformidade com leis ambientais e normas.	A empresa não recebeu multa no período.		
Conformidade		Observação	Página	PG
EN29	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais usados nas operações da organização, e transporte de membros da força de trabalho.	Para derramamentos e contenção de vazamentos durante o transporte, a Tetra Pak possui um contrato de prestação de serviço com uma empresa especializada em casos de emergências, a fim de mitigar os possíveis impactos ambientais. Porém, este serviço nunca precisou ser utilizado, pois nunca houve ocorrências do tipo.		
Social: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente				
Emprego		Observação	Página	PG
LA1	Total da força de trabalho por tipo de emprego, contrato de emprego e região.		46	
LA2	Número total e taxa de rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região.		46	6
LA3	Benefícios oferecidos a empregados que não são oferecidos a temporários ou a trabalhadores de meio período, com quebra por principais operações.		47	
Relações entre trabalho e administração		Observação	Página	PG
LA4	Percentual de empregados cobertos por negociações coletivas de categoria.		46	3
LA5	Período mínimo de antecedência relativo a mudanças operacionais significativas, incluindo se estão especificadas nas negociações coletivas.		46	3
Saúde ocupacional e segurança		Observação	Página	PG
LA7	Taxas de acidentes, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de fatalidades relacionadas ao trabalho, por região.		48	
LA8	Educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e programas de controle de risco existentes para auxiliar os membros da força de trabalho, suas famílias ou membros da comunidade, em relação a doenças graves.		48	
LA9	Tópicos de saúde e segurança cobertos em acordos formais com os sindicatos.		48	
Treinamento e educação		Observação	Página	PG
LA10	Média de horas de treinamento por ano por empregado, por categoria de empregado.		47	
LA11	Programas para gestão de habilidades e aprendizado contínuo, que deem suporte à empregabilidade dos funcionários e os auxilie na gestão do final de suas carreiras.		47	
LA12	Percentual dos funcionários que recebem avaliações periódicas de performance e planejamento de carreira.		47	

Diversidade e igualdade de oportunidades		Observação	Página	PG
HR1	Percentual e número total de acordos de investimentos significativos que contenham cláusulas de direitos humanos ou que tenham sido submetidos à análise de direitos humanos.	Não houve nos dois últimos anos nenhum contrato relativo a aquisições ou fusões societárias.		1
HR2	Percentual de fornecedores e prestadores de serviços significativos que tenham sido submetidos à análise de direitos humanos, bem como as medidas tomadas.		42	1
Não-discriminação		Observação	Página	PG
HR4	Número total de incidentes de discriminação e medidas tomadas.	Não houve nenhum caso de discriminação na empresa. A Tetra Pak Brasil preza pelo bom e correto relacionamento com todos os seus colaboradores sem distinção de raça, cor, opção sexual ou religião, respeitando o Código de Conduta Corporativo.		6
Liberdade de associação e negociações coletivas		Observação	Página	PG
HR5	Operações identificadas nas quais o exercício de livre associação e as negociações coletivas possam correr risco relevante, e as medidas tomadas para apoiar tais direitos.		46	3
Trabalho infantil		Observação	Página	PG
HR6	Operações identificadas por apresentar risco significativo de incidentes de trabalho infantil, e medidas tomadas para ajudar na eliminação do trabalho infantil.	Não houve caso.		5
Trabalho forçado e compulsório		Observação	Página	PG
HR7	Operações em que se considera haver risco significativo de incidentes de trabalho forçado ou compulsório, e as medidas para ajudar a eliminar o trabalho forçado ou compulsório.	A Tetra Pak Brasil zela pelo cumprimento das Leis, onde quer que esteja, garantindo aos seus funcionários condições de trabalhos seguras e saudáveis, conforme seu Código de Conduta Corporativo.		2, 4
Direitos de populações indígenas		Observação	Página	PG
HR9	Número total de incidentes de violações envolvendo direitos de populações indígenas, e as respectivas medidas tomadas.	Não se aplica.		1
Corrupção		Observação	Página	PG
SO2	Percentual e número total de unidades de negócio analisadas quanto aos riscos relacionados à corrupção.		14	10
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.		14	10
SO4	Medidas tomadas em resposta a incidentes de corrupção.		14	10
Política pública		Observação	Página	PG
SO5	Cargos na política pública e participação no desenvolvimento de políticas públicas e no lobby.		52	
SO6	Valor total de contribuições financeiras e em espécie a partidos políticos, a políticos e a instituições relacionadas, por país.		52	

Comportamento anticoncorrencial		Observação	Página	PG
SO7	Número total de processos por comportamento anticoncorrencial, trustee, práticas monopolistas e seus resultados.	Não houve nos últimos dois anos nenhuma ação por concorrência desleal.		
Conformidade		Observação	Página	PG
SO8	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias por não conformidade com leis e regulamentos.	Não houve multas significativas ou sanções não monetárias resultantes de não conformidades com leis e regulamentos.		
Saúde e segurança do consumidor		Observação	Página	PG
PR1	Estágios do ciclo de vida nos quais os impactos de produtos e serviços sobre a saúde e a segurança passam por avaliações para aperfeiçoamento, e percentual das categorias significativas de produtos e serviços sujeitos a tais procedimentos.		15	
PR2	Número total de incidentes de não conformidade com regulamentações e códigos de autorregulação, relativos a impactos sobre saúde e segurança de produtos e serviços durante seus ciclos de vida, com quebra por tipo de resultado.	Não houve reclamações dos produtos e serviços da Tetra Pak Brasil que pudessem indicar necessidade de ações corretivas e/ou alertas sobre saúde ou segurança.		
Etiquetagem de produtos e serviços		Observação	Página	PG
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do consumidor, incluindo resultados de pesquisas que mensurem a satisfação do consumidor.		15, 44	
Comunicações de marketing		Observação	Página	PG
PR6	Programas para adequação a leis, padrões e códigos de autorregulação relacionados a comunicações de marketing, incluindo anúncios, promoção e patrocínio.	A Tetra Pak Brasil segue as leis e os códigos do Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária).		
PR7	Número total de incidentes de não conformidade com regulamentações e códigos de autorregulação relacionados a comunicações de marketing, incluindo anúncios, promoção e patrocínio, por tipo de resultado.	Todas as peças publicitárias veiculadas pela Tetra Pak Brasil estavam em conformidade com regulamentos e códigos existentes no mercado.		
Privacidade do consumidor		Observação	Página	PG
PR8	Número total de reclamações fundamentadas relativas a invasões de privacidade do consumidor e a perda de dados do consumidor.	Não houve nos últimos dois anos nenhuma ação ou processo relativo à violação de privacidade e perda de dados de clientes nas unidades da empresa.		
Conformidade		Observação	Página	PG
PR9	Valor monetário de multas significativas por não conformidade com leis e regulamentações, relativos ao uso de produtos e serviços.	Não houve nos últimos dois anos nenhuma ação ou processo relativo ao fornecimento e uso de produtos e serviços nas unidades da empresa.		

CRÉDITOS

COORDENAÇÃO E SUPERVISÃO

Comunicação

Elisa Prado,
Diretora Executiva de Comunicação

Cleusa Carvalho,
Gerente de Comunicação Corporativa

Meio Ambiente:

Fernando von Zuben,
Diretor Executivo de Meio Ambiente

Luana Pinheiro,
Engenheira de Desenvolvimento Ambiental

Recursos Humanos

Aluisio Fonseca,
Diretor Corporativo de Recursos Humanos

Financeiro

Emilio Marques,
Diretor Corporativo de Finanças
e Controle de Negócios

CONSULTORIA DE CONTEÚDO E GRI

TheMediaGroup

PROJETO GRÁFICO

TheMediaGroup

FOTOS

André Boldori
Caio Mello
Fernando von Zuben
João Pires
Marcel Penteadó
Paulo Fridman
Paulo Vitale
Studio Imagem
Acervo da Tetra Pak

Papel reciclado de embalagens
pós-consumo da Tetra Pak

AGRADECIMENTOS AOS COLABORADORES DA TETRA PAK

Adriana Choffe, Marketing
Alessandro Olinger, Qualidade Assegurada
Bruno Brocchi, Jurídico
Catarina Palhares, Exportação e Expedição
Cesar Otavio Silva, Gestão de Clientes
Daniel Jesus, Produção Monte Mor
Daniela Alves, Comunicação
Edy Merendino, Meio Ambiente
Elisandro Bihum, Logística
Fabiana Moura, Suprimentos
Fausto Amaral, Manutenção Predial
Fernando Neves, Meio Ambiente
Fernando Tarkanyi Oliveira, Logística
Ivan Kopruszynski, Qualidade Assegurada
Jose Antonio Melo, Controladoria
Juliana Seidel, Meio Ambiente
Juliano Almeida, Segurança
Lilian Antunes Pinto, Meio Ambiente
Marcela Oliveira, Marketing
Marcelo Piva, Meio Ambiente
Marcus Vinicius Fattor, Meio Ambiente
Mauro Moraes, Qualidade Assegurada
Nelcio Amaral, Qualidade Assegurada
Pedro Gonçalves, Processing
Reginaldo Caldeira, Facilities
Regis Tolaino, Suprimentos
Ricardo Granuzzio, Qualidade Assegurada
Rodrigo Vicentin, Logística
Tiago Belinati, Segurança
Tiago Esteves, Meio Ambiente
Valéria Michel, Meio Ambiente
Walter Gabaldo, Produção Canudos
Wilson Roberto Silva, Facilities

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

TETRA PAK LTDA.

Av. das Nações Unidas, 4777 10º andar
Ed.Villa-Lobos Alto de Pinheiros
05477 000 São Paulo SP
TELEFONE: 11 5501.3200
FAX: 11 5501.3342