

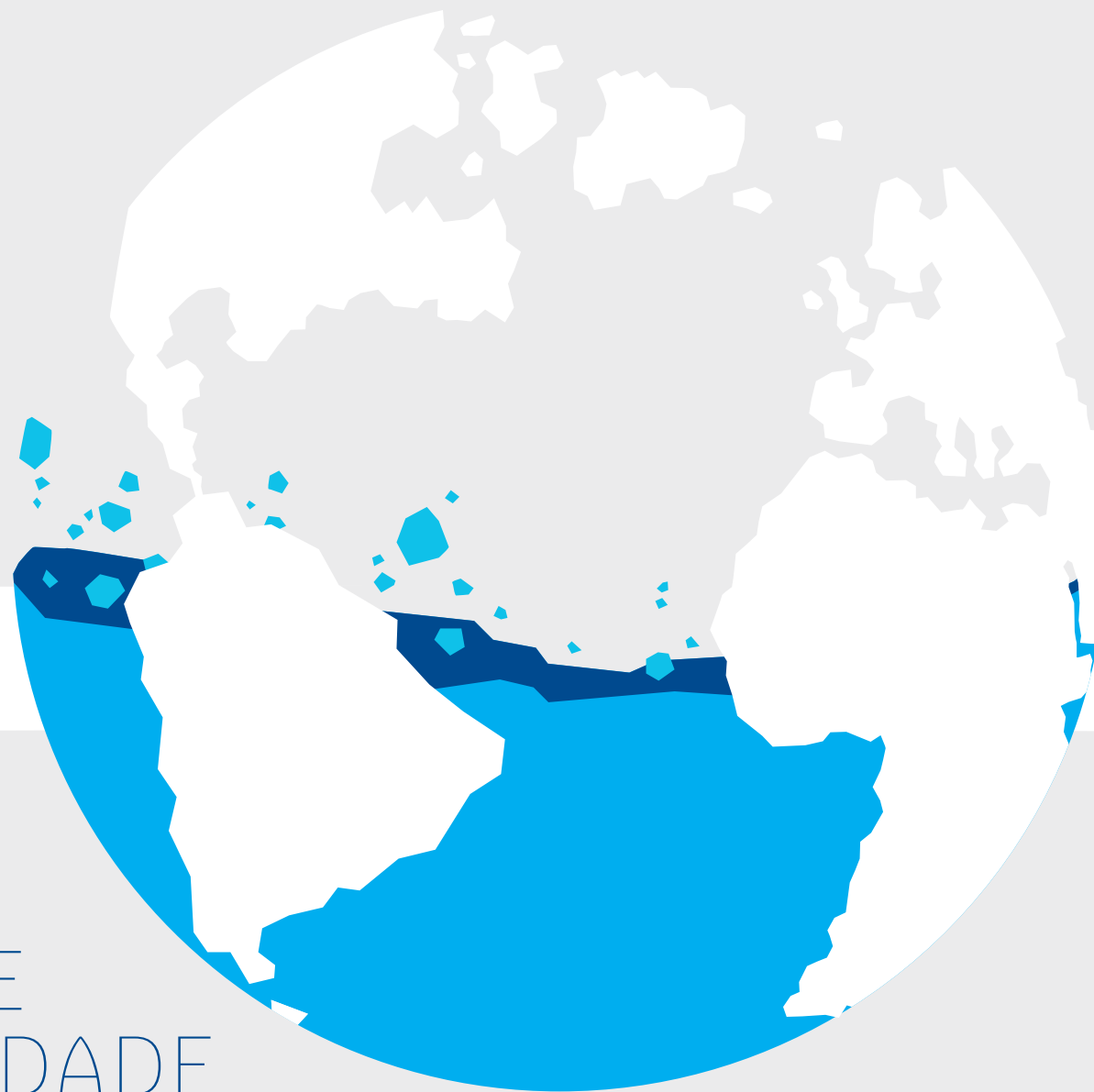


2020  
**UMA SÓ TIGRE**

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

## UMA SÓ TIGRE



<b>3</b>	<b>2020: UM ANO DE UNIÃO</b>
<b>6</b>	<b>MENSAGENS DA LIDERANÇA</b>
<b>10</b>	<b>ÁGUA ALÉM DA OBRA</b>
<b>29</b>	<b>COMPROMETIDOS COM O CLIENTE E O NEGÓCIO</b>
<b>44</b>	<b>ENVOLVIDOS DE CORPO E ALMA</b>
<b>64</b>	<b>EM EQUIPE, ENTREGANDO RESULTADOS</b>
<b>77</b>	<b>SOBRE ESTE RELATÓRIO</b>
<b>79</b>	<b>ANEXOS</b>

### NA CAPA

Claito Antonio Oliveira - Brasil  
Deycri da Silva Goncalves - Brasil  
Diego Jimenez Gomez - Colômbia  
Doris Carolina Marin Bautista - Colômbia  
Edelmar Schelesky de Sousa - Brasil  
Jorginaldo dos Santos Simoes - Brasil  
Juliana Kaap Oliveira - Brasil  
Juliano Pardo Bonilha - Brasil  
Laura Andrea Carvallo - Chile  
Maria Abeal - Estados Unidos  
Paola Gloria Vilchez Gomez - Chile  
Rene da Silva Kuhnen - Colômbia  
Ricardo Nobrega Rodrigues Machado - Brasil  
Ricardo Sebastian Carballo Baillo - Uruguai

# 2020: UM ANO DE UNIÃO

1



*O mundo foi surpreendido, no início de 2020, por uma grave crise sanitária decorrente da rápida disseminação de um novo tipo de coronavírus que, em março, levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a decretar pandemia. Desde então, o Grupo Tigre mobilizou suas lideranças de todas as áreas e geografias em torno de um comitê de crise para acionar planos de contingência e continuidade dos negócios, com vistas a preservar vidas, empregos e caixa. Esse trabalho incluiu aproximação com governos locais, associações setoriais, instituições financeiras, clientes e profissionais. Como resultado, a companhia ampliou sua interação com diversos stakeholders e empreendeu com agilidade as adaptações necessárias para a gestão da emergência.*



- Negociação transparente de redução de jornada de trabalho com vistas a **preservar o maior número de empregos.**



- **Afastamento de todos os empregados com 60 anos ou mais** e os que apresentavam condições médicas preexistentes que comprometessem a imunidade (grupos de riscos).



- **Aderência a home office** pelos profissionais de áreas administrativas.



- **Rígidos cuidados nas fábricas**, com rodízios de turmas, aumento do número de veículos de transporte dos trabalhadores e adoção de procedimentos de higienização e distanciamento.



- Pesquisas constantes para identificar o sentimento e as preocupações dos profissionais, cujos resultados orientaram ações pontuais de relacionamento e **gestão do clima organizacional.**



- **Lives periódicas com o presidente e diretores** para a comunicação das decisões e esclarecimento de dúvidas.



- Pautas para **informar sobre cuidados físicos e mentais** em todos os veículos de comunicação interna.



- **Ginástica laboral e meditação on-line.**



- **Lives** com profissionais e seus familiares para ampliar a **comunicação sobre os cuidados para prevenir a Covid-19.**



- Disponibilização de **kits com máscaras e álcool em gel 70%.**



- Distribuição de **200 cartões-alimentação** no valor de R\$ 150,00 cada, a fim de amparar os funcionários que estavam em dificuldades financeiras mais críticas.

## Para públicos externos



- Articulação com entidades para classificação do setor de construção como essencial, assegurando a **manutenção das operações de fabricação e comercialização**, o que foi fundamental inclusive para ampliação de hospitais.



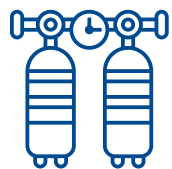
- **Pesquisas periódicas com clientes** para entender como cada um deles preferia ser atendido, sobretudo nos momentos mais críticos de isolamento social.



- Envio de **boletins informativos** sobre a situação em cada localidade de atuação da empresa, o que subsidiou as tomadas de decisões de muitos clientes em relação ao planejamento de estoques.



- Lançamento da campanha **“Construindo o Amanhã”**, para a oferta de descontos a clientes e antecipação de pagamento de reforma futura a profissionais de obras que estavam sem trabalho naquele momento.



- Doação de **2.700 caixas d'água** em áreas de vulnerabilidade social nos Estados de Pernambuco, Paraná e São Paulo; **1.050 lavatórios** no Brasil (Rio de Janeiro e Manaus), Paraguai e na Colômbia; e **45 válvulas de cilindro de oxigênio** para Manaus (AM); além de apoio a hospitais e entidades sociais por meio do Instituto Carlos Roberto Hansen (ICRH).



Wellington Leoni Padilha - Brasil



# MENSAGENS DA LIDERANÇA

2



1

2020: UM  
ANO DE UNIÃO

2

MENSAGENS  
DA LIDERANÇA

# Mensagem do Conselho de Administração

102-14

**2020 fortaleceu nossas convicções,  
como o propósito de “cuidar da água  
para transformar a qualidade de  
vida das pessoas”.**



Encerramos 2020 prestes a celebrar 80 anos e certos de que estamos ainda mais fortes, unidos e resilientes para um novo ciclo de crescimento. A pandemia de Covid-19 impôs a necessidade de nos reinventarmos, o que sempre nos caracterizou – a exemplo de, pouco depois de nossa fundação, em 1941, termos introduzido o plástico no setor brasileiro de construção civil, um avanço de proporções incalculáveis para o desenvolvimento da infraestrutura nacional. Foi com esse caráter corajoso e inovador que enfrentamos os desafios deste ano tão peculiar.

O cenário também fortaleceu nossas convicções, como o propósito de “cuidar da água para transformar a qualidade de vida das pessoas”, que se mostrou ainda mais importante no combate ao novo coronavírus, em que as pessoas precisaram passar mais tempo em casa e redobrar a atenção com a higiene. É por isso que nos propomos a contribuir para a universalização do saneamento básico – objetivo expresso no marco legal brasileiro para o setor e tema que compõe agendas globais de desenvolvimento sustentável.

Para preservar a qualidade de vida das pessoas mesmo nos meses mais incertos em razão da pandemia, ampliamos a escuta aos *stakeholders*, sobretudo parceiros, clientes e profissionais. Valorizamos o trabalho de nossas Feras, que atuam como donos do negócio, e compartilhamos com todos os resultados financeiros de um ano desafiador por meio de um bônus atribuído no fim do exercício, reforçando que somos todos membros da mesma família.

Nosso Instituto Carlos Roberto Hansen (ICRH) também veio empreendendo iniciativas mais vinculadas ao nosso propósito, priorizando o cuidado com as pessoas no entorno de nossas operações por meio de diversos projetos de acesso e conservação da água. Essa atuação teve especial importância em 2020, considerando que as questões sanitárias estão diretamente relacionadas ao combate da Covid-19, e foi acompanhada de outras ações de apoio social no contexto da pandemia. Exemplo são as doações de 2.700 caixas d’água e 1.050 lavatórios em cinco estados do Brasil, além de Paraguai e Colômbia. Também foram incentivados fundos de apoio a serviços de saúde e a pequenos empreendedores.

Essa perspectiva ampla, que tem foco nos negócios sem deixar de considerar nosso papel social, é a base de nosso propósito e também o principal vetor de sustentabilidade do Grupo Tigre. Apostamos em inovação e novas tecnologias, adquirimos novos negócios e também trabalhamos para melhorar a qualidade de vida de milhares de pessoas no Brasil e no exterior. Estamos cada vez mais preparados para identificar oportunidades nos desafios que estão por vir. Pelos resultados obtidos em um período tão difícil, reitero minha gratidão a todos que seguem na jornada da promoção de bem-estar e saúde.

**Vamos juntos!**

**Felipe Hansen**

*Presidente do Conselho de Administração do Grupo Tigre*



## Mensagem da Presidência

102-14

**2020 impôs desafios e acelerou tendências, que já estavam em nosso radar.**

O ano de 2020 dificilmente será esquecido por cada um de nós. A peculiaridade do momento nos levou a manter um foco simples e claro, gerando um espírito de união e colaboração. Nossos profissionais e suas famílias, bem como nossos parceiros de negócio, mostraram níveis de resiliência e dedicação muito elevados, que nos ajudaram a superar os enormes obstáculos deste ano.

Em todo momento tivemos grande preocupação com a segurança das pessoas e apostamos na comunicação intensa e frequente para nos mantermos próximos de nossas pessoas, clientes e fornecedores. Sem desconhecer a dificuldade do momento, buscamos trazer mensagens de otimismo e tranquilidade diante do desconhecido e produzimos informações sobre prevenção e cuidado que viraram referência entre nossos públicos. Estabelecemos nossas Regras de Ouro do Cuidado de Fera, medidas de prevenção no ambiente de trabalho que nos auxiliaram a atravessar o ano com mais segurança.

Esses cuidados, entre outras iniciativas, nos auxiliaram a obter a certificação nacional do Great Place to Work, com reconhecimento no *ranking* catarinense, uma vitória que muito nos orgulha. Também tivemos destaque no programa Juntos Somos Mais, como referência no resgate de pontos, mostrando que o resultado de nossas ações tem sido o engajamento crescente de nossos *stakeholders*.

A maneira como nos organizamos internamente está refletida nos resultados. Buscamos atender com agilidade à demanda do mercado, que voltou a aquecer depois de maio, impulsionada, principalmente, pela manutenção das atividades da construção civil e do varejo de materiais, e pelo maior tempo de permanência das pessoas em casa, reinventando as suas relações com os espaços domésticos.

Encerramos o ano com índice de crescimento em relação ao ano anterior de dois dígitos alto em todos os negócios, com destaque para os Estados Unidos, onde quase dobramos o faturamento, e para o segmento brasileiro de tubos e conexões, no qual somos líderes absolutos.

Apesar do aumento na receita, optamos por postergar para 2021 parte do investimento de R\$ 300 milhões – inicialmente previsto para 2020 –, de forma a preservar o caixa para manter a resiliência dos negócios em um cenário ainda incerto. Mesmo assim, não deixamos de empreender esforços no desenvolvimento de produtos e serviços que entreguem valor aos nossos clientes.

Mantemos a prioridade de cuidar da água para preservar a qualidade de vida das pessoas, presente cotidianamente em nosso propósito como empresa. Como signatários do Pacto Global desde 2018, seguimos cada vez mais comprometidos com agendas globais de desenvolvimento sustentável, estabelecendo metas ambiciosas, em especial em relação ao sexto Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS),

da Organização das Nações Unidas (ONU). Traduzimos isso na prática em iniciativas como as levadas a cabo na TAE, que apontam para maneiras mais responsáveis de utilização dos recursos naturais e de obtenção de eficiência hídrica em empresas e residências. Essas premissas serão ainda mais importantes nos próximos anos, com o avanço proposto pelo novo Marco Legal do Saneamento Básico no Brasil.

Nossas ambições foram mapeadas no processo de revisão do planejamento estratégico, que consolidou movimentos organizacionais importantes, como a instituição dos Centros de Excelência Comercial e Marketing e de Operação, estabelecendo um modelo de matricialidade que fortalecerá ainda mais relevantes a colaboração, interdependência, negociação e o trabalho em rede.

Ao mesmo tempo em que impôs desafios, a pandemia de Covid-19 habilitou a aceleração de tendências que já estavam em nosso radar, como o *home office*, as vendas digitais e o relacionamento virtual, transformações que preparam nossa empresa para os próximos 80 anos de trajetória. Estamos habilitados para um novo ciclo de crescimento, acelerado e rentável, e sabemos que Juntos Somos Mais Fortes. Assim, a todas as Feras do time, transmito meu agradecimento e o sentimento de satisfação por juntos seguirmos escrevendo capítulos significativos de nossa história.

***Fiquem bem.***

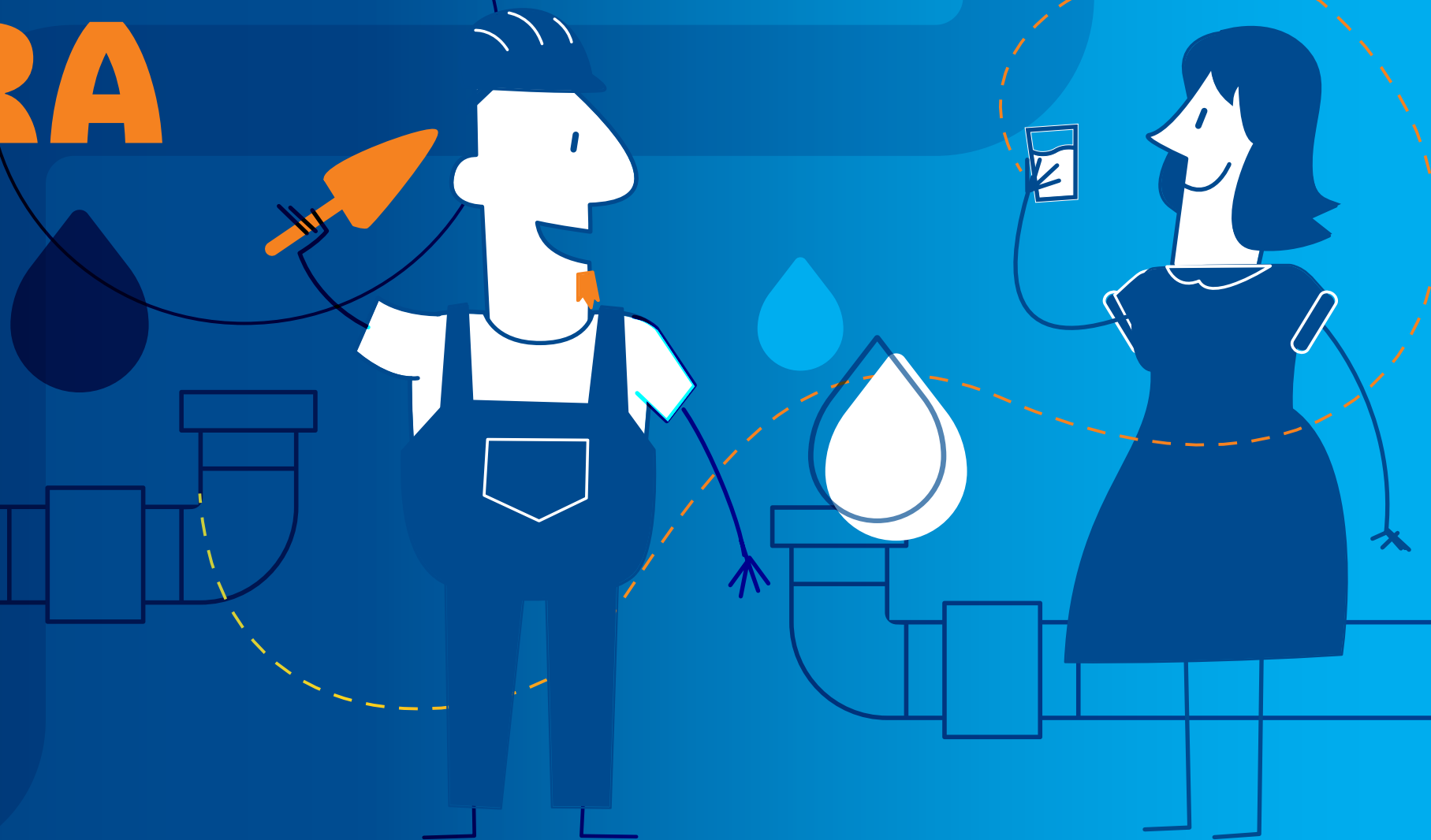
**Otto Von Sothen**

*Presidente Do Grupo Tigre*



# ÁGUA ALÉM DA OBRA

3



# A Tigre

**Multinacional  
100% brasileira**

**QUASE  
80 ANOS**

*de história*

**MAIS DE  
5 MIL**

*profissionais  
em todo o mundo*

**MAIS DE  
90 MIL**

*pontos de venda*

*Presença  
em cerca de*

**30 PAÍSES**

A história da Tigre, multinacional 100% brasileira, fundada a partir da mente visionária do empresário João Hansen Júnior, remonta a 1941, quando, na condição de indústria de pentes, leques e acessórios, instituiu o plástico para viabilizar a fabricação de seus produtos em larga escala. Posteriormente, ao pesquisar intensamente as possibilidades de utilização do material, a companhia instituiu no País, nos anos de 1950, os primeiros tubos e conexões de PVC, conquistando a confiança dos consumidores. **102-1**

Atualmente, a Tigre fabrica mais de 15 mil produtos nos segmentos de hidráulica, elétrica, drenagem, acessórios sanitários, infraestrutura, irrigação, ferramentas para pintura e metais sanitários. Seu portfólio é comercializado em cerca de 90 mil pontos de venda, chegando a cerca de 30 países. A companhia atua ainda na oferta de soluções para água e efluentes, em especial no tratamento e reutilização da água, por meio da Tigre Água e Efluentes. **102-2, 102-6**

Com um time que inclui 5 mil “Feras”, a empresa vai muito além da obra. Em 2020, prestes a celebrar 80 anos de história, consolidou seu propósito de cuidar da água para transformar a qualidade de vida das pessoas. O movimento, que ocorreu paralelamente à revisão de seu planejamento estratégico e instituição de nova estrutura organizacional, será fundamental para acelerar ainda mais o crescimento contínuo dos negócios.



MOVIDOS POR *cuidar da água para transformar a qualidade de vida das pessoas.*

SOMOS *a empresa que transforma a sua experiência com a água para além da obra, por meio das melhores soluções do mercado.*



SEMPRE

**COMPROMETIDOS COM  
O CLIENTE E NO NEGÓCIO**

**ENVOLVIDOS  
DE CORPO E ALMA**

**EM EQUIPE,  
ENTREGANDO RESULTADO**

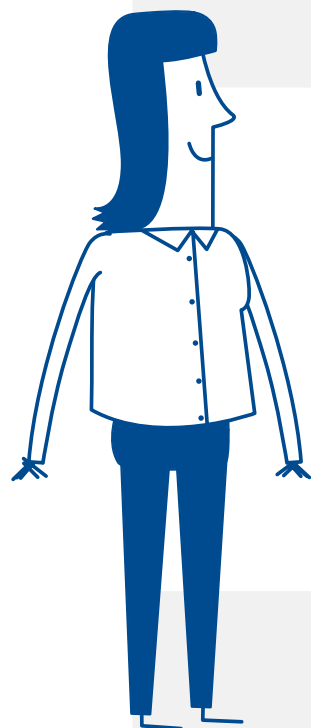
*Ouvir e entender o cliente e o negócio é o nosso ponto de partida para a melhor solução. Para nós, a inovação nasce da vontade genuína de resolver problema.*

*É da paixão que vem garra para vencer obstáculos, crescer como profissionais e pessoas e nos manter na liderança, pois sabemos que somos parte de algo maior.*

*Sabemos que a soma de diversas opiniões com troca e transparência, só potencializa qualidade e resultado. Juntos somos mais fortes; somos melhores.*

PARA

*aqueles que não se conformam com o mediano.*



# Missão

*Criar soluções inovadoras para o mundo da construção*

# Visão

*Temos certeza de que o lugar onde as pessoas vivem pode ser sempre melhor*

# Valores

## CONFIANÇA

*Uma marca sólida, que atua de forma ética, íntegra e comprometida. Fornece soluções de qualidade insuperável, que agregam real valor a seus clientes, garantindo tranquilidade em todo o tipo de obra.*

## INOVAÇÃO

*Postura ativa, ágil, agressiva, que busca liderança e inovação em todos os segmentos em que atua, com uma atitude criativa e inquieta na busca de novos produtos, serviços e soluções para os consumidores e profissionais da construção.*

## COMPROMISSO COM O CLIENTE

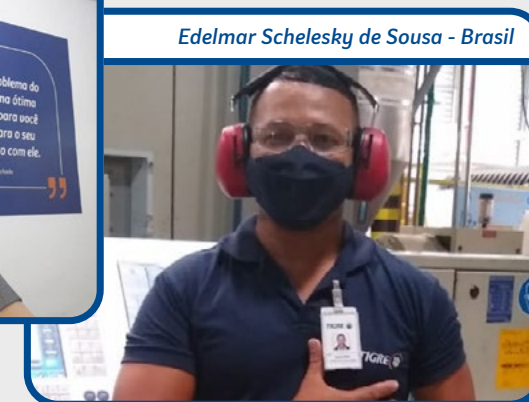
*A marca parceira de todos os seus públicos (clientes, revendedores, profissionais da obra e colaboradores), reconhecida pelo compromisso com a entrega de valor, foco no resultado e pela simplicidade com que constrói relações próximas e verdadeiras.*

## DIVERSIDADE

*Multinacional brasileira, com presença relevante na América Latina, Estados Unidos e diversos países através da exportação. Tem espírito empreendedor, que valoriza e vive a diversidade e inclusão. Entende que o talento e incentivo às suas equipes constroem o sucesso de seu negócio a cada dia.*

## SUSTENTABILIDADE

*Entendimento do seu papel no mundo e na sociedade através do desenvolvimento e promoção de ações sustentáveis e de responsabilidade social que geram valor para o negócio e para o meio onde está inserido.*



# Atuação

102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7

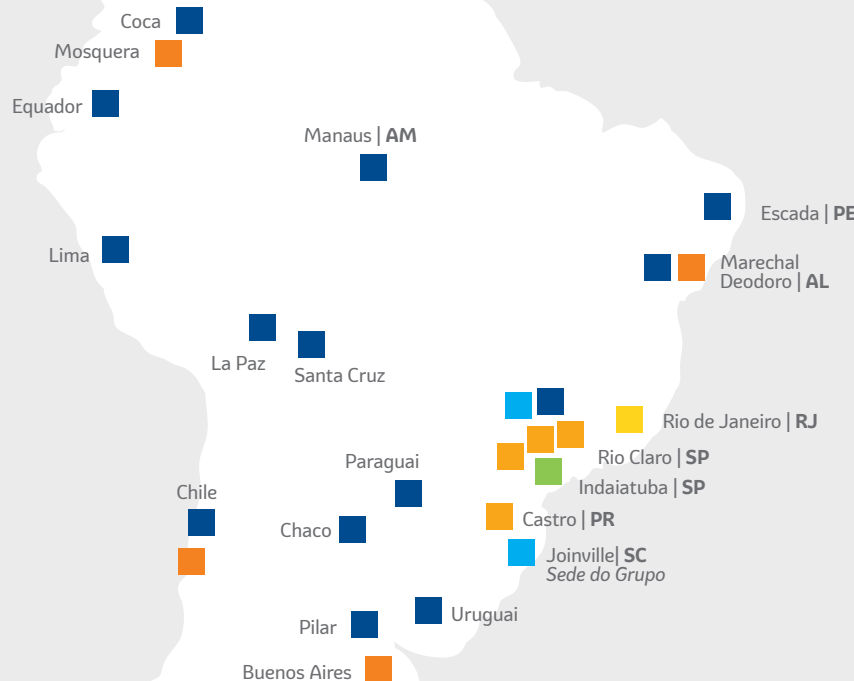
23 unidades em dez países da América, além de um escritório na China<sup>1</sup>, o que a torna uma das empresas mais internacionalizadas do Brasil, de acordo com a Fundação Dom Cabral.

Desde 2018, é acionista da joint-venture Juntos Somos Mais, que reúne mais de 24 empresas de grande porte em um programa de fidelidade no varejo de materiais de construção civil e oferece serviços diferenciados aos clientes.

No início de 2021, anunciou a aquisição da Dura Plastic Products Inc, empresa norte-americana, com sede na Califórnia, fabricante e distribuidora de mais de 2.800 produtos de tubulação de PVC aos mercados residencial, de irrigação e de drenagem nos Estados Unidos e exterior. Também celebrou a aquisição integral da Azzo, que fabrica torneiras plásticas em Joinville (SC).<sup>2</sup>

1. Escritório da China na cidade de Shenzhen.  
2. Fatos subsequentes ao período coberto por este relatório.

Estados Unidos



## Tigre Tubos e Conexões

Produtos e soluções

- Obras e reformas
- Infraestrutura
- Irrigação
- Indústria

## Tigre Água e Efluentes

Produtos e soluções

- Serviços de tratamento de água e eficiência hídrica (reutilização de água e redução de custos e impactos ambientais)

## Tigre-ADS

Produtos e soluções

Tubos corrugados em polietileno (PEAD) de grandes diâmetros para drenagem

- Saneamento
- Energia & Telecom
- Agricultura
- Mineração

## Tigre Ferramentas para Pintura

Produtos e soluções

- Linha imobiliária
- Linha artística

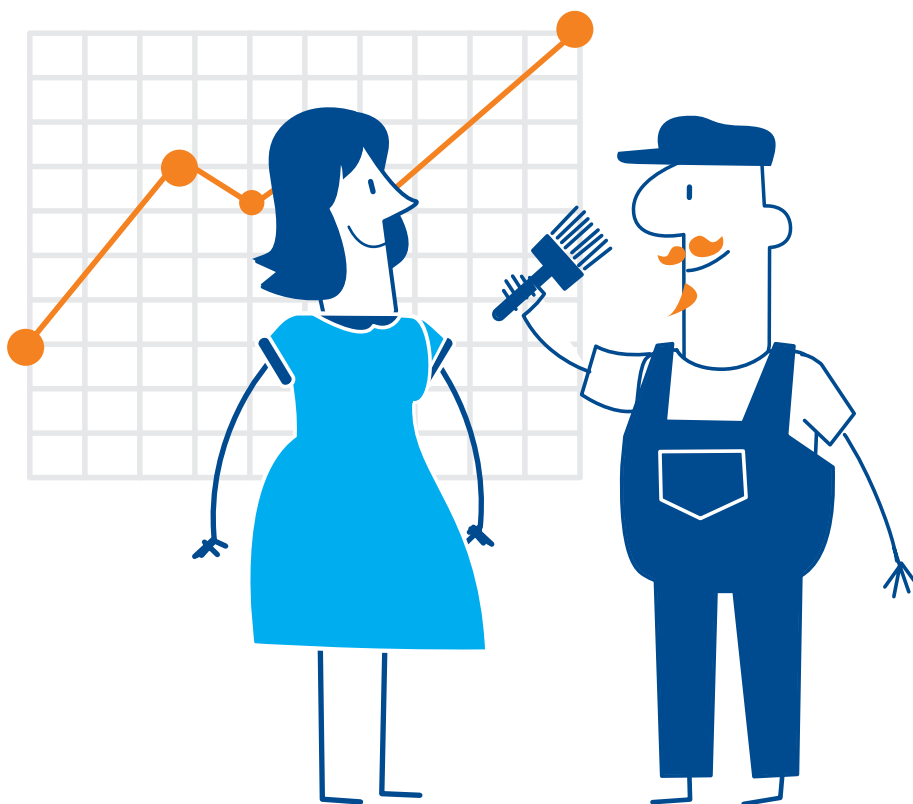
## Tigre Metais

Produtos e soluções

- Metais sanitários
- Produtos para sistemas de irrigação

# Estratégia e modelo de gestão

*O planejamento estratégico reforça o papel de cada profissional no alcance de metas e objetivos da companhia.*



A liderança e o Conselho de Administração respondem pelo mapa que orienta a estratégia da empresa, revisada periodicamente para permitir eventuais correções de rota em função do surgimento de fatos e garantindo a aderência das ações com a estratégia. Em 2020, a Tigre passou a adotar a metodologia de planejamento **Playing to Win**, que orienta as ações cotidianas com grandes objetivos estratégicos construídos em torno de elementos essenciais para o sucesso dos negócios: a definição de uma ambição vencedora, onde jogar, como vencer, competências e sistemas necessários. Com a metodologia, a Tigre reforça sua ambição, avalia os locais onde irá comercializar seus produtos e define como vencer nessas geografias, direcionando o foco das ações da companhia. Em linha com o **Playing to Win**, o plano estratégico foi desdobrado para cada uma das unidades de negócio, observadas as especificidades das localidades, porém sem perder o alinhamento com a estratégia global do Grupo.

A estratégia global foi apresentada oficialmente aos gerentes e diretores, para assegurar a clareza das diretrizes, que serão revisadas periodicamente para permitir eventuais correções de rota em função do surgimento de fatos novos e garantindo assim a aderência das ações com a estratégia. A cada seis meses, as unidades de negócio expõem seus resultados e indicadores para discussão com a liderança e adequação de rota frente aos

desafios do próximo semestre, o que possibilita o entendimento e a difusão para toda a liderança. Os gestores são orientados ainda a compartilhar as informações com suas equipes na busca de um amplo alinhamento da execução da estratégia.

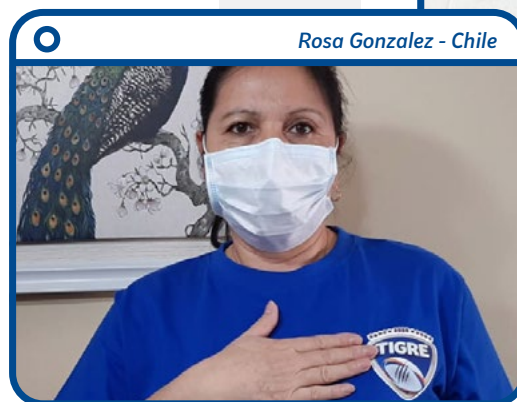
No mesmo sentido, o canal **Negócio em Foco** permite que o CEO, diretores e convidados apresentem orientações estratégicas e resultados de curto, médio e longo prazos. A ferramenta ganhou ainda mais relevância durante a pandemia da Covid-19, quando foram promovidas *lives* para que os líderes pudessem expor a condução dos negócios e das operações.

Nas fábricas, os gestores se reúnem mensalmente com seus times tendo em pauta o conteúdo do Negócio em Foco. Já nas áreas corporativas, as diretorias realizam encontros mensais com as equipes a fim de apresentar resultados do mês anterior, fortalecer aspectos da cultura e discutir iniciativas e projetos em andamento.

O acompanhamento da estratégia, feito semestralmente, é feito para cada unidade de negócio e considera uma série de indicadores quantitativos, como participação de mercado, receita líquida e rentabilidade, entre outros, e qualitativos, a exemplo de ações dedicadas aos clientes e para o desenvolvimento de pessoas e o relacionamento com pontos de venda.

Além disso, durante os primeiros meses de cada ano, são estabelecidas as metas individuais de cada profissional. Esse processo consiste na análise dos direcionadores estratégicos, desdobrados em metas – da alta liderança ao nível tático – o que também contribui para que as ações táticas do dia a dia estejam vinculadas aos objetivos de longo prazo.

Assim, todas as operações se baseiam na perspectiva de **“Uma só Tigre”**, visão institucional que unifica os negócios incorporados nos últimos anos em diferentes geografias e inclui as diversas culturas que compõem os profissionais.



Rosa Gonzalez - Chile



Fernando Henrique Chiquesi Dias - Brasil

Sob essa perspectiva, e com interesse genuíno nos clientes, alguns movimentos importantes na estrutura organizacional foram consolidados. Em 2019, as forças de vendas dos negócios Tubos e Conexões e Ferramentas para Pintura já haviam sido concentradas na mesma estrutura comercial, que passou a abranger, em 2020, a equipe de vendas da Tigre Metais. A iniciativa confere à empresa um olhar mais consistente para as necessidades dos clientes e, consequentemente, facilita o mapeamento de mais oportunidades.

Todo o trabalho da nova estrutura, em andamento desde 2019, com consolidação em 2021, está fundamentado em:

- simplificar visando estrutura mais eficiente, plana, colaborativa e menos hierárquica;
- assegurar clareza da estratégia por meio da metodologia Playing to Win e habilitar o foco em menos iniciativas, porém com maior potencial;
- desenvolver a mentalidade de estruturas matriciais.

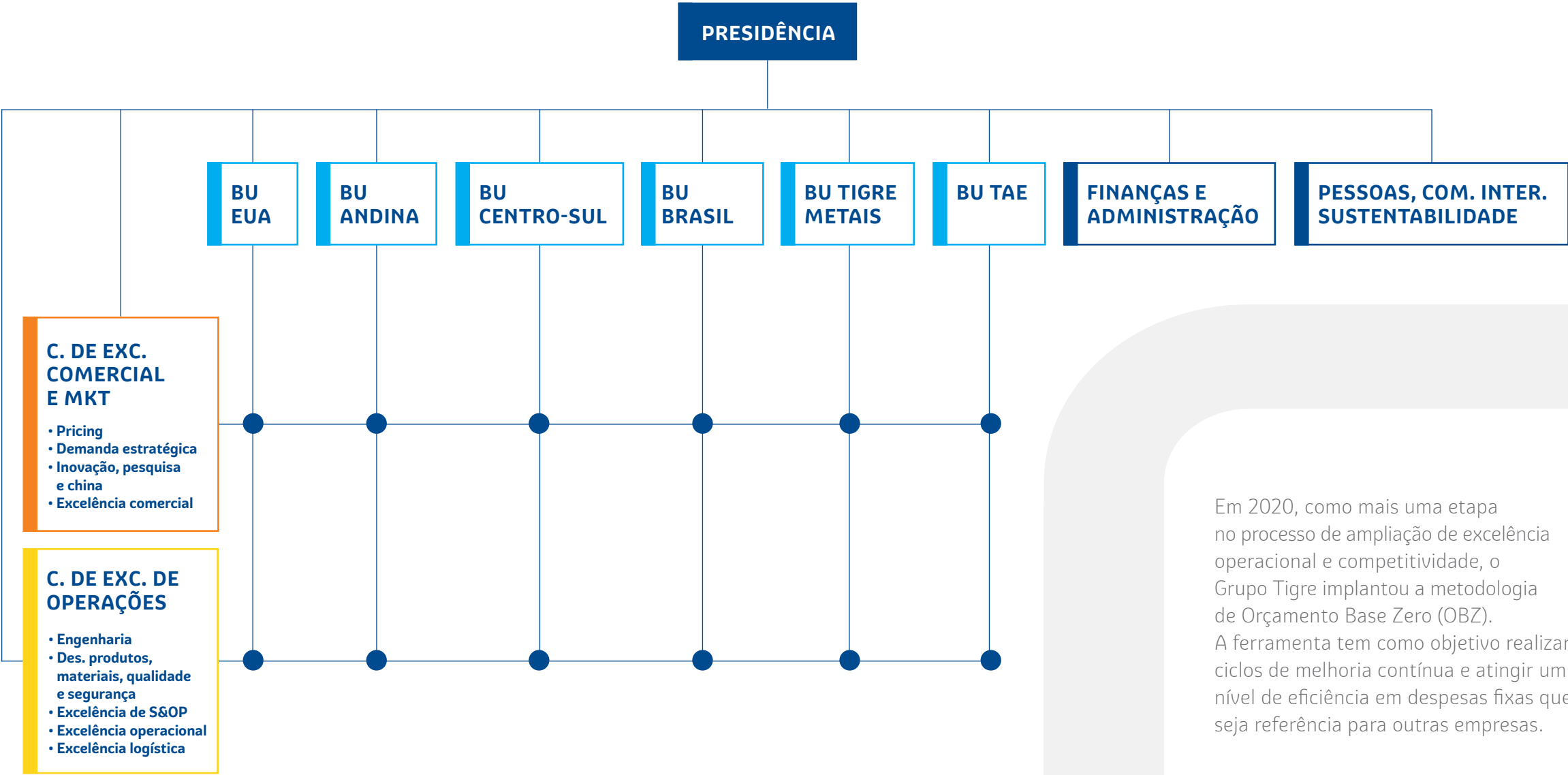
O novo desenho matricial fortalece a Tigre na busca dos objetivos de crescimento e rentabilidade e potencializa a eficiência funcional e o trabalho em equipe, independentemente do negócio, geografia ou função.

Os Centros de Excelência são equipes de especialistas que fornecem liderança, pesquisa, insights e melhores práticas para uma área de foco de negócios de forma transversal. De forma prática, são catalisadores da inteligência da empresa sobre os processos de negócio. As Unidades de Negócio têm a responsabilidade de executar os processos definidos pelos Centro de Excelência; planejamento de curto e médio prazo das operações; execução das regras, indicadores e metas para os principais processos.

Os Centros de Excelência Comercial e Marketing e de Operações, criados em 2020, são compostos por nove áreas especialistas e atuam em conjunto com os líderes das Unidades de Negócio e com o Comitê Executivo na definição das prioridades funcionais com foco no desenvolvimento do negócio no longo prazo.

As áreas funcionais de Vendas, Trade Marketing e Marketing das Unidades de Negócio passam a ter reporte matricial ao líder de cada unidade e reporte funcional ao líder do Centro de Excelência Comercial e Marketing. O mesmo ocorre com as áreas de Excelência Operacional, Engenharia, Logística, Planejamento de Vendas e Operações (S&OP, na sigla em inglês) e Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

Organograma Grupo Tigre



# Propósito

102-16

*A diversificação das estratégias comercial e industrial segue um direcionador alinhado ao propósito de cuidado com a água.*

Anunciado em 2019, o propósito “*Cuidar da água para transformar a qualidade de vida das pessoas*” tem por objetivo atingir à liderança no desenvolvimento e na implementação de soluções de condução e conservação de água.

Ele foi desenvolvido pela segunda turma do Feras, programa de desenvolvimento de líderes, que ouviu cerca de 24 líderes e todo o corpo diretivo para captar a essência do negócio da Tigre, traduzida inicialmente pelos verbos “Cuidar” e “Transformar”.

A partir de 2020, foi conduzido o desdobramento do propósito nos aspectos de marca e cultura institucional para transformá-lo em uma ferramenta ainda mais poderosa de estratégia e atração de talentos. Movidos por cuidar da água, os negócios se desenvolvem tanto em mercados que fazem parte da história da companhia, como tubos e conexões, quanto em novas áreas de atuação, como metais sanitários e tratamento de efluentes.

**100**MILHÕES

*de brasileiros sem acesso  
a água e esgoto tratado*

O crescimento da empresa passa pelo mercado de saneamento básico. De acordo com o Instituto Trata Brasil, do qual a Tigre é membro-fundadora, cerca de 35 milhões de brasileiros não têm acesso à água potável, além de 100 milhões não usufruírem de água e esgoto tratados. O novo Marco Legal do Saneamento Básico estabelece a meta de, até 2033, garantir que 99% da população brasileira tenha acesso à água potável e 90% ao tratamento e à coleta de esgoto. Para isso, a estimativa é de investimentos entre R\$ 300 bilhões e R\$ 400 bilhões, o que significa expansão potencial entre cinco e sete vezes nos próximos dez anos para o segmento de infraestrutura.

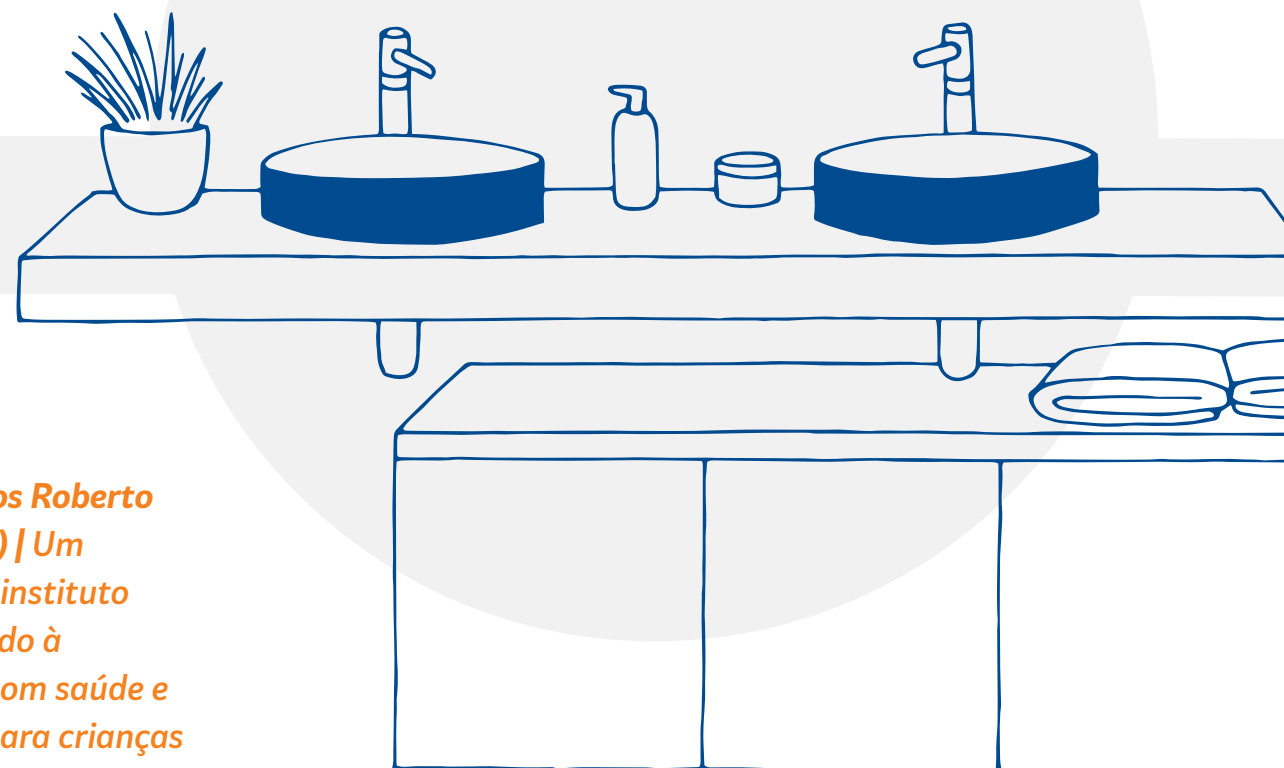
Nesse contexto, a Tigre deseja ser protagonista, contribuindo para a fabricação de tubulação e soluções para água e esgoto, necessárias para o alcance das metas pretendidas nacionalmente e em linha a agenda global da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030.

**O propósito também está refletido na atuação da Tigre em diversas iniciativas voltadas ao tema da água:**

- **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) |** A Tigre integra o Grupo Temático sobre Água da Rede Brasil do Pacto Global, sendo a única empresa do segmento de material de construção envolvida na iniciativa. O objetivo é contribuir para a construção de uma agenda de governança que engaje o setor privado na adoção de práticas sustentáveis.

- **Instituto Trata Brasil |** Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) formada por empresas com interesse nos avanços do saneamento básico e na proteção dos recursos hídricos do País. Com atuação desde 2007, o instituto trabalha para que o cidadão seja informado e reivindique a universalização dos serviços de saneamento básico. Nesse sentido, é referência em dados sobre o segmento no Brasil. A Tigre é membro-fundadora da entidade.

- **Instituto Carlos Roberto Hansen (ICRH) |** Um dos pilares do instituto está relacionado à contribuição com saúde e saneamento para crianças e adolescente nas regiões em que a Tigre possui operações.



# Sustentabilidade

Desde 2018, a empresa é signatária do Pacto Global e participa ativamente do Grupo Temático de Água do Pacto Global no Brasil, que colabora para a construção de uma agenda de governança em água, engajando o setor privado na adoção de práticas sustentáveis em suas operações e cadeias de valor para promover o uso eficiente do recurso.

No fim de 2020, a Tigre deu início à jornada Ambição pelos ODS, iniciativa que visa desafiar e apoiar as empresas integrantes do Pacto Global da ONU para que estabeleçam metas ambiciosas e integrem os ODS em suas estratégias de negócio, considerando também a cadeia e o engajamento com *stakeholders*. O trabalho tem como foco o ODS 6, Água Potável e Saneamento, definindo metas ambiciosas, alinhadas ao Playing to Win. Em 2021, está no radar da companhia visitar o Planejamento Estratégico de Sustentabilidade, para que esteja alinhado ao novo momento.



*A sustentabilidade faz parte do propósito da Tigre, que tem como suas diretrizes para o tema:*

SER

*ecoficiente em práticas socioambientais, reduzindo os impactos nas operações e na cadeia de valor.*

PROMOVER

*relações valiosas, atendendo às crescentes expectativas das partes interessadas para uma cultura de sustentabilidade.*

OFERECER

*soluções inovadoras que melhorem as condições de vida das pessoas e o lugar onde elas vivem.*

Atualmente, a atenção está direcionada aos temas materiais identificados a partir de consulta a *stakeholders* estratégicos. Além de orientarem a atuação da companhia, estão correlacionados com 6 dos 17 ODS propostos pela ONU.

# Temas materiais

102-46, 102-47, 103-1

## TEMA

**Produtos e serviços voltados à sustentabilidade**

**Relacionamento com clientes e consumidores**

**Gestão de água e efluentes**

**Uso consciente de materiais e logística reversa**

**Desenvolvimento profissional**

## CONTEXTO E OPORTUNIDADES

*Criar soluções inovadoras para os desafios socioambientais é o que move a Tigre. Sua estratégia direciona esforços para o desenvolvimento de soluções que favoreçam a eficiência hídrica, bem como novos métodos construtivos que transformem a experiência dos parceiros de negócio. A inovação sempre esteve no DNA da companhia, que busca desenvolver produtos e serviços pautados na sustentabilidade, no uso racional da água, na reciclagem, e, principalmente, em soluções de qualidade que entreguem valor para clientes, consumidores e sociedade.*

*Entregar soluções que agreguem valor aos clientes e consumidores é o compromisso da empresa, cuja marca é reconhecida como parceira dos públicos de interesse, principalmente pela manutenção de relacionamento pautado na confiança, simplicidade e qualidade. Alinhado à estratégia, o foco no cliente busca estreitar relações e antecipar as necessidades desse público por meio de produtos e serviços que superem as expectativas e contribuam com a sustentabilidade de seus negócios.*

*Se posicionar como parte da solução dos problemas de escassez hídrica está definido na estratégia da empresa e impulsiona o desenvolvimento de novos produtos e serviços para consumo responsável, reaproveitamento e otimização de recursos hídricos, incluindo tratamento e destinação de efluentes próprios e de clientes. O cuidado com a água para transformar a vida das pessoas está traduzido no propósito, e essa essência guia as decisões e as iniciativas que geram mais valor para o negócio e para a sociedade.*

*Utilizar os recursos naturais de forma consciente faz parte da responsabilidade com o desenvolvimento sustentável. A Tigre trabalha continuamente para criar soluções que minimizem impactos ambientais e tornem os processos mais eficientes. A busca por parceiros e alternativas na utilização de matérias-primas de fontes renováveis em produtos é a resposta dada aos desafios relacionados ao plástico no mundo. No aspecto da logística reversa, a companhia desenvolve oportunidades ligadas à economia circular e entende a importância da colaboração entre os setores da construção para o desenvolvimento de iniciativas que contribuam para a redução dos volumes de resíduos gerados.*

*Promover o desenvolvimento e a formação dos profissionais do mercado da construção faz parte da história da empresa e papel significativo na profissionalização do setor, além de contribuir para longevidade dos negócios e ampliar o valor compartilhado com a sociedade. A Tigre entende a importância da inovação para o desenvolvimento de novas oportunidades e o acesso à informação para todos parceiros de negócio. Internamente, o desenvolvimento profissional é a base para construir equipes de alta performance, que são orientadas pela cultura desejada, centrada no cliente, com foco no resultado e na busca de diferenciais que contribuam para a superação dos desafios estratégicos.*

## LIMITE DOS IMPACTOS

*Impactos internos (ajustes na produção e P&D) e externos (aplicação nas obras, segurança e economia de água para os clientes).*

*Impactos internos (atividades internas que geram valor aos parceiros de negócio) e públicos externos (percepção dos clientes e consumidores).*

*Impactos internos (gestão do consumo e reúso de água e do descarte de efluentes) e externos (impactos sobre o meio ambiente relativos à captação de recursos hídricos e descarte de efluentes).*

*Impactos tanto internos quanto externos, que afetam toda a cadeia de valor (desde o desenvolvimento de novos componentes até a distribuição e o descarte dos produtos).*

*Impactos internos relacionados aos profissionais e impactos externos com a profissionalização do mercado de construção, clientes e potenciais talentos.*

# Governança corporativa

102-18

*A diversificação das estratégias comercial e industrial segue um direcionador alinhado ao propósito de cuidado com a água.*

Sociedade anônima de capital fechado, de controle acionário familiar, a Tigre mantém gestão profissionalizada. Sua estrutura de governança contempla a **Assembleia de Acionistas**, apoiada pelo **Conselho de Família** – responsável pela perpetuação dos princípios da família fundadora e pelos desenvolvimentos pessoal e profissional de seus sucessores.

102-5

O **Conselho de Administração**, cuja presidência é segregada da função de Diretor-Presidente, em sintonia com as regras do Novo Mercado da B3, bolsa de valores do Brasil. A instância, que tem como atribuição zelar pelas diretrizes estratégicas e pelos valores institucionais, é composta por cinco membros, dos quais quatro independente, com a responsabilidade de liderar os comitês.

*3. A Tigre Água e Efluentes tem um Conselho de Administração próprio, presidido por um executivo da companhia. Todas as empresas controladas seguem as mesmas diretrizes de governança corporativa.*

Os conselheiros têm mandatos de dois anos, sendo permitida a reeleição. Em 2020, foi eleita a atual composição do Conselho, com alteração de dois membros.

O Conselho de Administração é assessorado por três órgãos estatutários: o **Comitê de Auditoria, Finanças e Riscos**, que avalia e recomenda auditoria independente e auditoria interna de acordo com o ambiente de controles e riscos, além de avaliar, opinar e validar, conforme o caso, os procedimentos tributários e fiscais; o Comitê de Ética e Compliance, que visa ao cumprimento do Código de Ética e Conduta (ver item a seguir) e de todas as legislações vigentes nas localidades em que a companhia opera; e o **Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade** criado em 2020 para formular sugestões e pareceres sobre questões relacionadas a recursos humanos, avaliar a coerência das políticas e procedimentos em relação às diretrizes estratégicas referentes aos temas.

A **Diretoria-Executiva**, por sua vez, é profissionalizada há mais de 20 anos, atualmente composta por quatro diretores estatutários, indicados pelo Conselho de Administração. A instância é responsável pela condução cotidiana dos negócios, em linha com os princípios familiares e os valores corporativos.

Para facilitar a comunicação entre o Conselho de Administração, a Diretoria e os demais órgãos de governança, está constituída a **Secretaria de Governança Corporativa**, responsável por apoiar os fluxos e propor o constante aprimoramento das práticas de governança.

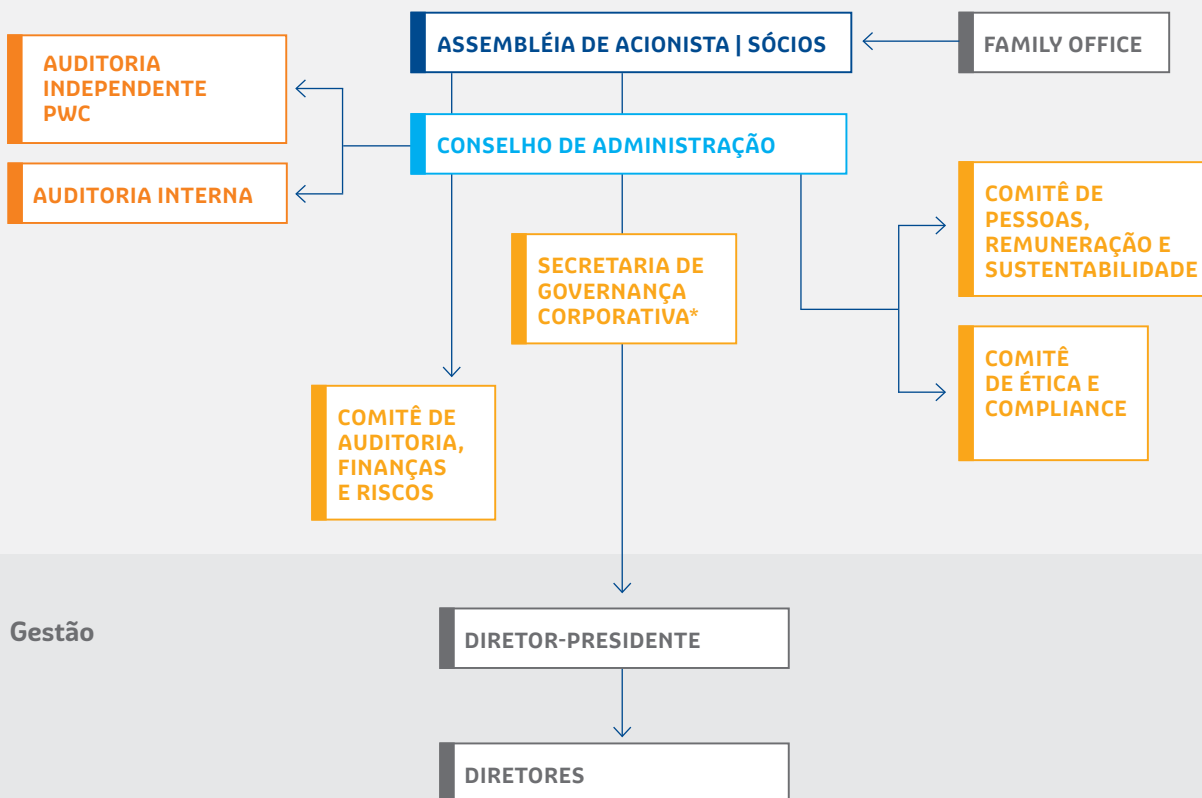
## Composição do Conselho de Administração da Tigre

- **Felipe Hansen**  
*Presidente*
- **Décio da Silva**  
*Membro independente*
- **Fábio Hering**  
*Membro independente*
- **Francisco Amaury Olsen\***  
*Membro independente*
- **Walter Herbert Dissinger\***  
*Membro independente*

*\* Novos conselheiros.*

## Estrutura de Governança 102-18

### Governança



\* O profissional da Secretaria de Governança não é administrador, apesar de estar inserido nos demais órgãos do âmbito dos administradores.

## Ética e compliance

A empresa busca construir relações pautadas pela confiança, o que só é possível se os negócios são conduzidos com ética, transparência, compromisso, inovação e sustentabilidade – valores difundidos por meio do **Programa de Integridade**, coordenado pela área de Compliance, com reporte direto ao Comitê de Ética e Compliance.

No âmbito da iniciativa são empreendidas diversas ações de conscientização, prevenção e combate às práticas de corrupção, concorrência desleal, fraudes e infrações às legislações das localidades onde estão as unidades e aos regulamentos internos. Destacam-se no ano a campanha “Pode Isso, Fera?”, evento 100% on-line e interativo, em formato de perguntas e respostas, de temas relacionados a situações de nosso dia a dia e a nosso Código de Ética e Conduta; e o Compliance Day, realizado em 9 de dezembro (Dia Internacional Contra a Corrupção), também de maneira remota, que reuniu gestores para debater temas como corrupção e gestão de riscos. Os treinamentos específicos de combate à corrupção ocorrem anualmente, sendo abordados critérios genéricos na integração de novos profissionais e nas demais capacitações da área de Compliance.



**Na história de 80 anos da Tigre, os protagonistas são as pessoas que escolheram somar passos em sua trajetória.**

**NÚMERO TOTAL E PERCENTUAL DE EMPREGADOS AOS QUAIS FORAM COMUNICADAS E QUE RECEBERAM TREINAMENTO SOBRE AS POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS ANTICORRUPÇÃO ADOTADOS PELA ORGANIZAÇÃO, POR PAÍS**

205-2

País	Empregados	2020	
		Comunicados	Treinados
Brasil	número total de empregados	3849	
	número total de empregados comunicados/treinados	3849	1238
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	32,16%
Argentina	número total de empregados	318	
	número total de empregados comunicados/treinados	318	45
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	14,15%
Bolívia	número total de empregados	169	
	número total de empregados comunicados/treinados	169	2
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	1,18%
Chile	número total de empregados	186	
	número total de empregados comunicados/treinados	186	32
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	17,20%
Colômbia	número total de empregados	87	
	número total de empregados comunicados/treinados	87	28
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	32,18%
Equador	número total de empregados	105	
	número total de empregados comunicados/treinados	105	1
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	0,95%
Peru	número total de empregados	210	
	número total de empregados comunicados/treinados	210	41
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	19,52%
Paraguai	número total de empregados	143	
	número total de empregados comunicados/treinados	143	4
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	2,80%
Uruguai	número total de empregados	43	
	número total de empregados comunicados/treinados	43	1
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	2,33%
Estados Unidos	número total de empregados	65	
	número total de empregados comunicados/treinados	65	9
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	13,85%

**NÚMERO TOTAL E PERCENTUAL DE EMPREGADOS AOS QUAIS FORAM COMUNICADAS E QUE RECEBERAM TREINAMENTO SOBRE AS POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS ANTICORRUPÇÃO ADOTADOS PELA ORGANIZAÇÃO, POR NEGÓCIO**

205-2

Negócio	Empregados	2019		2020	
		Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Tigre Tubos e Conexões	número total de empregados	2891		2997	
	número total de empregados comunicados/treinados	2891	1140	2997	1169
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	39,43%	100,00%	39,01%
Tigre Ferramentas para Pintura	número total de empregados	420		444	
	número total de empregados comunicados/treinados	420	80	444	49
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	19,05%	100,00%	11,04%
Tigre Água e Efluentes	número total de empregados	17		17	
	número total de empregados comunicados/treinados	17	0	18	7
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	0,00%	105,88%	41,18%
Tigre Metais	número total de empregados	351		390	
	número total de empregados comunicados/treinados	351	100	390	13
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	28,49%	100,00%	3,33%
Unidades Internacionais	número total de empregados	1481		1326	
	número total de empregados comunicados/treinados	1481	239	1326	163
	percentual de empregados comunicados/treinados	100,00%	16,14%	100,00%	12,29%

A equipe de Compliance fez parte de um projeto, liderado pela área jurídica e demais áreas, focado na implementação da nova Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que passou a vigorar em agosto de 2020. O trabalho teve início com a análise do ciclo de vida dos dados pessoais tratados, o que significou mapeá-los, verificar como são armazenados, quem tem acesso a eles e quais os riscos associados. A equipe de Segurança da Informação (TI) foi uma das áreas responsáveis nesse processo, além das áreas de negócio mais expostas aos riscos identificados, que foram ouvidas para a compreensão de suas atividades. Também foi revisada a política de privacidade, criado um canal de contato para os titulares de dados, nomeado um Data Protection Officer (DPO), instituído um comitê de Proteção de Dados e conduzidas capacitações internas sobre o tema.



**SAIBA +**  
sobre o Código de  
Ética e Conduta

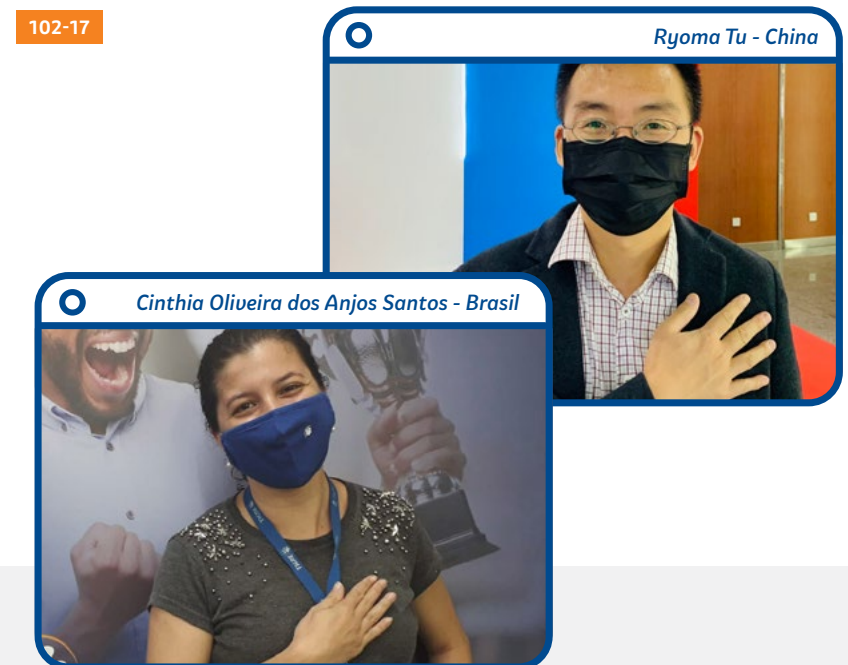
Também faz parte das atividades da área de Compliance o mapeamento dos riscos relacionados ao tema. Segue descrição de alguns riscos relacionados com a área: pagamentos em dinheiro, cartão, depósito ou cheque em nome da companhia e que não estejam de acordo com as diretrizes de compliance; pagamentos de facilitação a terceiros/órgãos no decorrer de operações, renovações ou projetos, para obtenção de licenças, permissões e alvarás; entre outras ilegalidades e infrações às legislações aplicáveis. Esses fatores de risco são identificados com base em avaliações anuais.

205-1

As principais diretrizes estão documentadas no Código de Ética e Conduta e detalhadas nas políticas de Relacionamento com o Setor Público; de Relacionamento e Boas Práticas Comerciais; de Doações e Patrocínios; e de Brindes e Hospitalidades. As infrações aos documentos internos e às legislações vigentes são sujeitas a medidas disciplinares ou penalidades, com base nas leis aplicáveis.

102-16

Todos os profissionais devem assinar Termo de Adesão às diretrizes éticas e são orientados a comunicar qualquer preocupação em relação a possíveis violações aos princípios corporativos. Para isso, está à disposição o Canal de Ética, gerenciado por empresa independente, Contato Seguro, a fim de garantir o anonimato nas comunicações. O canal pode ser acessado por telefone, *website* [www.contatoseguro.com.br/tigre](http://www.contatoseguro.com.br/tigre) ou ainda por aplicativo para *smartphones* (consultar “Contato Seguro” na App Store ou no Google Play).



## CONTATO SEGURO

*cada país conta com um número para atendimento*

**Brasil:** 0800-602-1350

**Argentina:** 0800-333-9101

**Bolívia:** 800-100-871

**Chile:** 1230-020-8966

**Colômbia:** 01800-518-2172

**Equador:** 1-800-000-268

**Paraguai:** 009-800-110-137

**Peru:** 0800-55308

**Uruguai:** 000-416-205-2744

**Estados Unidos:** 1-800-986-9306

As denúncias são encaminhadas ao Comitê de Ética e Compliance, que conduz o tratamento, respeitando a confidencialidade e sigilo das informações, com exceção daquelas com obrigação legal de serem informadas às autoridades governamentais. Em 2020, foram registrados, por meio do canal, 117 contatos, no Brasil e no Exterior, todos endereçados e resolvidos no exercício. Esse número é menor na comparação com 2019 (151 contatos). Os comunicados foram realizados para todos os profissionais via Yammer, e-mail e murais. As capacitações eram presenciais até o início da pandemia da Covid-19, sendo posteriormente adequadas para o formato *on-line*.

## Fluxo do Canal de Ética



# Relacionamento setorial

102-12, 102-13

*O Grupo Tigre também se faz presente nas associações setoriais e entidades ligadas ao mercado de construção nos demais países em que atua.*

A Tigre atua por meio de entidades representativas para garantir que as decisões governamentais e as políticas públicas considerem impactos e ganhos setoriais, visando ao desenvolvimento de temas de interesse comum e ao ganha-ganha, para empresas do setor e para a sociedade. A companhia integra o conselho deliberativo das seguintes associações:

- **Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (ABRAMAT)** | Reúne os *players* do setor no Brasil, com atuação ampla e direcionada à defesa de interesses mercadológicos perante governos e outras instituições.

- **Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)** | Órgão responsável pela normalização técnica no Brasil, fornecendo insumos ao desenvolvimento tecnológico brasileiro.

A empresa também ocupa a Diretoria da **Associação Brasileira dos Fabricantes de Materiais para Saneamento (ASFAMAS)**, onde são tratadas questões técnicas e de conformidade, para que o Brasil tenha soluções de qualidade em saneamento, desde a caixa d'água até o sistema de esgoto; e acompanha espaços de diálogo na **Associação Brasileira de Internet Industrial (ABII)**, a qual integra desde 2019 para debater e incorporar a forma de atuar da Indústria 4.0.

PAÍS	ENTIDADE
Argentina	Asociación Argentina del PVC (AAPVC)
	Cámara Argentina de las Instalaciones para Fluidos (CAIF)
	Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM)
Colombia	Asociación Colombiana de Ingeniería Sanitaria y Ambiental (ACODAL)
	Cámara Colombiana (CAMACOL)
	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)
Chile	Asociación Gremial de Industriales del Plástico (ASIPLA)
	Cámara Chilena de la Construcción (CCHC)
	Instituto Nacional de Normalización (INN)
Peru	Sociedad Nacional de Industrias (SNI)
	Instituto Nacional de Calidad (INACAL)
	Cámara de Comercio de Lima (CCL)
Equador	Asociación Ecuatoriana de Plásticos (ASEPLAS)
	Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN)
Uruguai	Cámara de Industrias del Uruguay (CIU)
	Unión de Técnicos Sanitarios del Uruguay (UISU)
	Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (UNIT)
Bolivia	Cámara Nacional de Industrias (CNI)
	Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO)
	Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA)
Paraguai	Unión Industrial Paraguaya (UIP)
	Instituto Nacional de Tecnología, Normalización e Metrología (INTN)

# Auditoria Interna e Gestão de riscos

102-11

**A matriz de riscos é revisada anualmente e orienta os planos de auditoria e de gestão de crises.**



A Auditoria Interna se reporta diretamente ao Comitê de Auditoria, Finanças e Riscos (CAFR) e indiretamente ao Conselho de Administração, tendo como objetivo a avaliação dos processos para agregar valor e melhorar as operações a partir da aplicação de abordagem sistemática e melhoria da eficácia dos processos de gerenciamento de riscos, controle e governança.

A Gestão de Riscos dá suporte às áreas internas na identificação de fatores de riscos capazes de impactar os negócios. Eles são classificados na matriz de riscos, levando em conta o impacto *versus* probabilidade, considerando implicações financeiras (percentual do Ebitda) e não financeiras (imagem e reputação).

Em janeiro de 2020, 93 executivos da Tigre responderam a um questionário *on-line* para classificação dos principais fatores de riscos da organização, os quais foram atrelados aos processos Suprimentos, Logística, Produção, Vendas, Financeiro, Contabilidade, Jurídico, Pessoas, Tecnologia da Informação e Planejamento Estratégico.



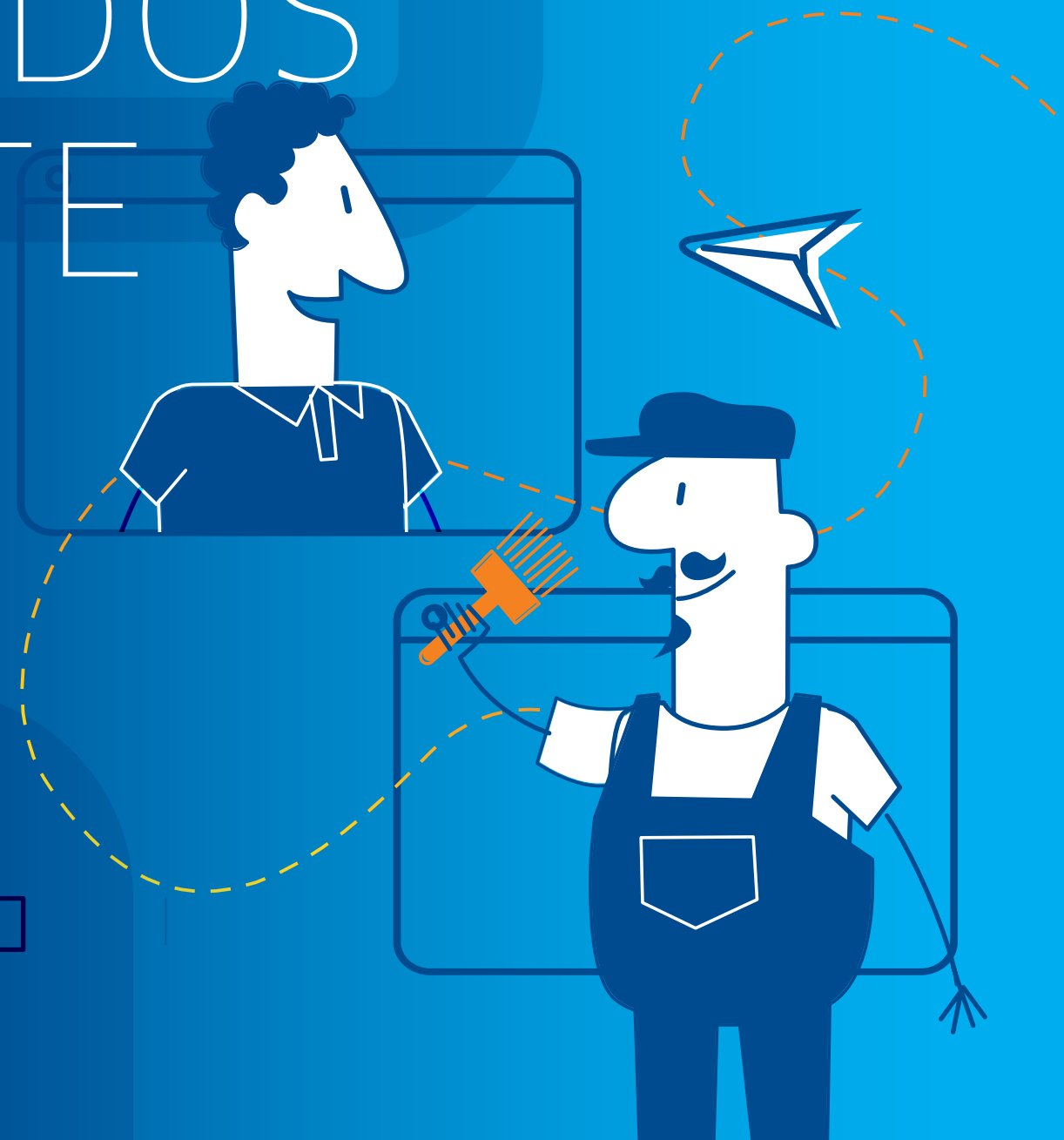
Em outubro, o questionário foi reaplicado com o mesmo público, tendo em vista as incertezas relacionadas aos impactos da pandemia da Covid-19.

No ano, frente a essa crise sanitária, a Tigre já havia instituído, em março, um comitê de crise corporativo, com líderes de todas as unidades de negócio, incluído o Diretor-Presidente. A instância, que se reunia diariamente, agilizou tomadas de decisões estratégicas, como definição de planos de contingência e continuidade dos negócios, além de posicionamento sobre o tema em manifestações públicas.

A empresa se preocupa ainda em assegurar a existência de controles eficazes e eficientes, mitigando fragilidades e promovendo a melhoria contínua dos processos da companhia. De modo que a Área de Controles Internos atua como uma linha de defesa tendo como objetivo blindar o negócio de possíveis fraudes, erros e desvios de processo. Por meio da metodologia de autoavaliação Control Self Assessment (CSA), os processos são avaliados e melhorias são propostas anualmente junto as áreas de negócio. A revisão de controles chave também é anual, e por meio da Matriz de Controles analisa-se se estes controles estão sendo executados adequadamente. A empresa realiza ainda, por meio de Controles Internos, análise e liberação de acesso SAP com foco na gestão e governança de acesso a transações classificadas como críticas ou de risco e promove revisão e homologação regular de políticas e procedimentos.

# COMPROMETIDOS COM O CLIENTE **E O NEGÓCIO**

4



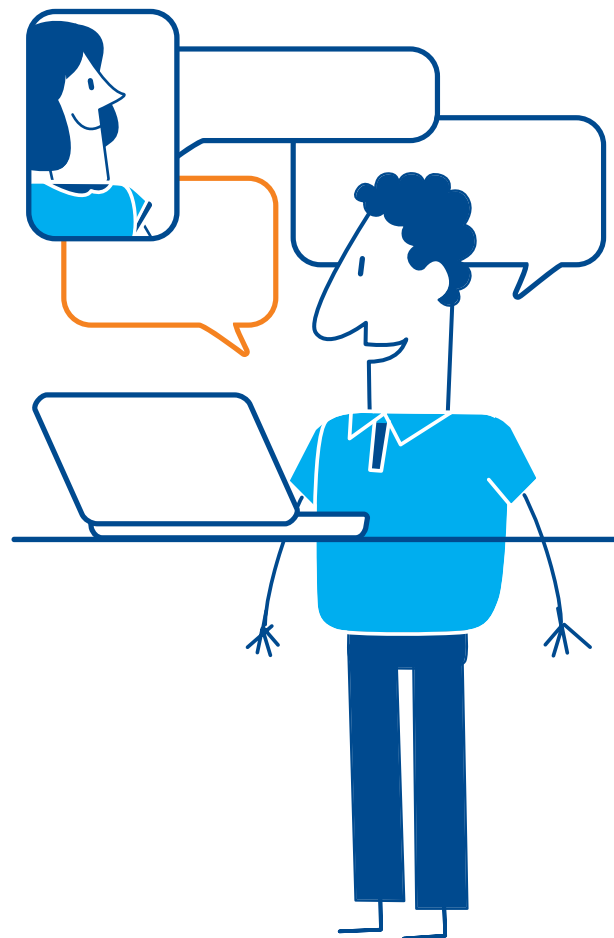
# Foco no cliente

103-2, 103-3

*Ouvir e entender o cliente e o negócio é o ponto de partida para a melhor solução. Para a Tigre, a inovação nasce da vontade genuína de resolver problema.*

Os clientes são os pontos de partida e de chegada, aos quais a companhia oferece produtos, serviços, parcerias, compromisso e dedicação. Diversas iniciativas são desenvolvidas para estimular o relacionamento com esse público, colocando-o no centro das decisões mesmo em atividades em que a relação direta não é tão evidente.

Em um ano marcado pela pandemia e consequentes medidas de isolamento social, o grande desafio foi reorganizar as equipes para que continuassem próximas dos clientes mesmo que remotamente.



Eles foram questionados mensalmente sobre a forma como desejavam receber os profissionais da companhia. As respostas motivaram a criação de visitas virtuais, que somaram 65.602 entre maio e dezembro.

A prática de sempre ouvir os clientes faz parte do jeito Tigre de ser, seja por meio de pesquisas ou ações, como o programa **Tigre em Campo**, em que os profissionais de todas as áreas, sobretudo da manufatura, passam um período nas instalações do cliente para sentir suas dores e propor soluções. Em 2020, foram realizadas 46 visitas virtuais e 34 ações, somando 227 visitas desde o início do programa. A partir de 2021, a iniciativa será reformatada, agregando mais soluções.

A satisfação e o sucesso do cliente são prioridades para a empresa, para isso busca as melhores soluções, que transformem as necessidades em parcerias duradouras e pautadas pela confiança. Com foco em impactar o cliente de forma positiva e gerar novas oportunidades de negócios, em 2020, foi lançado o **Chama no Zap**, mais uma forma de aproximar as revendas dos consumidores finais que estão consultando os produtos no site. O projeto foi iniciado em Curitiba (PR) e será escalado para outros estados do Brasil em 2021.

Em 2020, um ano bastante desafiador, a Tigre não poderia deixar de agradecer a preferência de seus clientes, para isso, preparou um conjunto de iniciativas para comemorar o Dia do Cliente, o que era realizado presencialmente, foi apresentado por meio de uma ação que contemplou todos os canais da companhia e clientes selecionados para o recebimento de um kit. A caixa temática presenteada incluiu diferentes brindes e foi entregue a 2.290 clientes. Foi realizada ainda iniciativa digital, com vídeo institucional e cards para redes sociais, alcançando 61.975 clientes.

Resultados desse empenho são refletidos em reconhecimentos externos. Pela sexta vez, a empresa conquistou o Prêmio Época Reclame Aqui — As Melhores Empresas para o Consumidor.

Como parte do processo de evolução dos modelos de atenção ao mercado, em 2020 foi revisada a estratégia de Go To Market, ouvindo os clientes dos mais diferentes perfis por meio de 1.560 contatos. A ação possibilitou a compreensão sobre o que é valor para os clientes e, em conjunto com a atualização das informações de mercado, construir propostas de valor específicas para atender essas demandas. Essa revisão fortaleceu o compromisso da Tigre de criar valor em conjunto com os clientes, com um Go To Market efetivo e eficiente.

# Conectada

Atenta ao comportamento dos clientes cada vez mais ligados nas redes sociais digitais, a Tigre vem aprimorando a cada ano seus canais proprietários, sobretudo no YouTube, Instagram, LinkedIn e Facebook.

Em 2020, a companhia inovou ao buscar parceria com 11 influenciadores digitais nas áreas de obra, reforma e decoração. Os convidados receberam produtos da marca Tigre para que fossem instalados em suas casas, gerando conteúdo e informação. Como resultado, o conteúdo dos influenciadores alcançou cerca de 54 milhões de visualizações no YouTube e 2 milhões no Instagram.

Em seu canal proprietário no YouTube, a Tigre também lançou duas webséries. A primeira, **“Pra Toda Casa”**, foi produzida em parceria com os canais @liacamargo, @acasadobeto, @maddumagalhaes e @renatagaiaarquitectura, alcançando mais de 1 milhão de visualizações no YouTube e Instagram.

Já a websérie **“Pintou dúvida? A Tigre resolve”**, com 10 episódios apresentados pelos influenciadores @clubedopintorprofissional, @casadecolorir e @lifeisabit, teve mais de 170 mil visualizações, somando YouTube e Instagram. A campanha segue sendo apresentada em 2021.



## TIGRE METAIS

**@studio1202**  
ensinou como fazer  
um gabinete de banheiro

**@aff.Luana**  
mostrou sua cozinha  
nova com torneira Tigre

**@diycore**  
**@apto161**  
**@casacobre**  
**@simemcasa**  
deram dicas para  
decoração de banheiros

## TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA

**@maniadedecoracao**  
reformou uma mesa de MDF

**@doedu.com.br**  
deu dicas básicas de pintura

**@diycore**  
mostrou o antes e o depois  
da reforma de sua casa

## TIGRE TUBOS E CONEXÕES

**@partialasca**  
divulgou um guia completo  
para instalar caixa d'água

**@jrconstrucao**  
ensinou como instalar  
uma caixa de gordura

**@pedreiroao**  
contou os segredos sobre  
instalações de esgoto sanitário



# Produtos e serviços

103-2, 103-3

*O processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços no Grupo Tigre utiliza diversas metodologias para o entendimento das necessidades, priorizando o que entrega valor para os usuários e clientes, e os colocando sempre no centro das decisões, pois entende que somente é possível construir uma empresa inovadora por meio das pessoas.*

Em 2020, ano marcado pela pandemia e preservação de caixa, os investimentos da empresa em produtos foram direcionados para melhoria e complemento de portfólio, principalmente nas unidades internacionais. No ano foram realizados 26 projetos, sendo 12 lançamentos de novas linhas ou produtos, com o foco em oferecer aos seus consumidores a melhor e mais completa solução, permitindo assim muito mais praticidade e a já reconhecida qualidade da marca Tigre.

Com foco em fortalecer o reconhecimento no mercado de elétrica com soluções que vão além de tubos e conexões, foi lançado a fita isolante Tigre, nos mercados do Equador, Paraguai, Chile e Bolívia. Nesse mesmo sentido, a empresa aumentou sua participação em linhas de roscáveis e complementou o portfólio ofertado para mercados de Equador, Paraguai, Chile, Peru, Bolívia e Colômbia com a **fita veda-rosca**. Nos Estados Unidos, foram disponibilizadas **conexões da linha CPVC** e uma linha de **registro de esfera** de prateleira em PVC e CPVC para complementar o portfólio.

O mercado brasileiro de Tubos e Conexões, recebeu os novos conectores elétricos, complementando a linha de fitas isolantes para aplicação de isolamento em fiações elétricas. Essa solução dispensa completamente o uso de fita isolante e a decapagem dos fios, reduzindo os resíduos e permitindo uma maior eficiência na instalação.

Para o negócio de ferramentas para pintura, foi lançada a fita crepe azul, que é uma nova proposta de preparação da pintura, pois possui uma alta resistência ao sol e é impermeável à chuva, ideal para pinturas externas e internas. Além disso, oferece dois benefícios principais ao consumidor: a proteção na hora de pintar e o acabamento realizado com profissionalismo.





Com foco em atender as necessidades dos clientes, foram realizados importantes projetos para melhoria de produto, entre eles destaca-se a inovação no **ralo de parede**, modificado conforme solicitações das construtoras no Brasil. Após a escuta de clientes em campo, foi atualizada a **tampa de caixa d'água**, para facilitar a abertura e o fechamento do produto. O **Tigreflex leve – 100 metros** é uma resposta à demanda do mercado nacional por bobinas com maiores comprimentos para serem utilizadas por construtoras, integradores e pequenos varejistas que vendem por metro. A **nova caixa sifonada Redux** tem o corpo principal monocomponente, eliminando a necessidade de colagem de uma segunda peça para formar a bolsa com junta elástica.

Entre os projetos empreendidos em 2020, foi lançada na Tigre metais, a linha Gioia, novidade em monocomando que oferece um mix completo para banheiro e cozinha. Todas as torneiras possuem arejador articulável, que permite direcionamento a jato e proporciona maior economia de água.

A linha **Nova Gyro** conta com produtos para banheiro, cozinha e área de serviço, com um *mix* completo e acessível que atrai tanto pelos benefícios quanto pelo design e versatilidade. Com exclusividade Tigre, a linha tem acabamento universal, compatível com as principais bases de registro do mercado, facilitando trocas e reparos. Além de qualidade, design e eficiência, os produtos da Tigre Metais contam com “Garantia para Sempre”.

## Tigre Água e Efluentes (TAE)

Fortemente alinhada ao propósito corporativo, a TAE é o negócio do Grupo Tigre responsável por criar e conduzir serviços especializados em estações de tratamento sob medida e modulares para clientes de diferentes portes. Ela confere elevada eficiência no tratamento de água e efluentes, com ganhos de até 40% no custo da água. Trata-se de uma catalisadora de novos negócios, sobretudo no contexto de busca por eficiência hídrica, apoiando clientes corporativos na redução de consumo e custos por meio do melhor uso de recursos.

Além dos projetos sob medida para a indústria, a TAE trabalha desde 2018 com a venda de metros cúbicos de água tratada para grandes consumidores a partir de sistema de pagamento pelo uso. A qualidade da água e do efluente tratado é garantida em contrato e aferida mensalmente.

Com as alterações de mercado provocadas pela pandemia em 2020, dois movimentos marcaram a atuação da empresa. Houve redução na venda de água tratada para grandes consumidores, como shopping centers, em razão das restrições de circulação de pessoas.

Por outro lado, o aquecimento de alguns setores ocasionou a ampliação de projetos industriais, com efeitos que, além de potencializar os resultados do ano, ainda se estenderam aos primeiros meses de 2021.

A TAE respondeu, no ano, pelo tratamento de 6,2 milhões de litros de água e pela produção de aproximadamente 67 milhões de litros de água de reúso a partir dos efluentes gerados pelos clientes. Os projetos industriais entregues no ano foram desenvolvidos para o tratamento mensal de 57,6 milhões de litros de água e aproximadamente 405 milhões de litros de água de reúso e efluentes. Esses números, além de demonstrar a amplitude das atividades da TAE, significam uma importante contribuição do negócio para promover a sustentabilidade empresarial no uso de recursos naturais e financeiros, com o estímulo ao cuidado com a água e a consequente redução de custos.

## Saneamento unifamiliar

O novo Marco Legal do Saneamento Básico estabelece a meta de, até 2033, garantir que 90% dos brasileiros tenham acesso ao tratamento e à coleta de esgoto – objetivo muito distante da realidade, considerando que atualmente no País quase 100 milhões de pessoas (45,9% da população) não têm acesso a esse serviço<sup>4</sup>.

Uma das soluções da TAE para fazer frente a esse desafio é o desenvolvimento de unidades de tratamento cada vez menores, com potencial para substituir fossas sépticas e biodigestores, contribuindo para a ampliação acelerada do acesso, sem necessitar da rede. A inovação, batizada de UniFam, é uma estação de tratamento de esgoto unifamiliar com dimensões reduzidas, que faz o tratamento biológico aeróbio em sistema de lodos ativados e tem eficiência superior a 90% nos parâmetros físico-químicos e microbiológicos, o que supera os padrões exigidos pelas normas do setor. O consumo energético também é reduzido (15 watt-hora por usuário), e há possibilidade de descarte na rede de drenagem, apontando para o modelo descentralizado de saneamento.

Atualmente, são 12 unidades em Porto Feliz (SP), uma unidade na Vila Moraes, em São Bernardo do Campo (SP); uma unidade em Fernando de Noronha (PE); e uma em Trancoso (BA). Cada unidade tem capacidade de tratar 800 litros por dia.

**4. Fonte: Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento – SNIS 2019.**

# Inovação

*Foco em antecipar tendências e acrescentar valor*



Diariamente os profissionais do Grupo Tigre são estimulados a buscar soluções que resolvam problemas e atendam demandas dos clientes e profissionais de obra. Esse comportamento é diariamente incentivado em todos os líderes de negócios, centros de excelência e funções corporativas.

O trabalho em conjunto permite que as soluções sejam desenvolvidas considerando a realidade de cada segmento e geografia, bem como proporcionando constante melhoria e *benchmarking* interno com a perspectiva de “Uma só Tigre”. Sempre atenta às inovações tecnológicas e em

linha com a Estratégia Playing to Win, a Tigre considera a inovação como catalisador para criar novas soluções e modelos de negócio, visando à satisfação e ao encantamento do cliente.

A fim de alavancar a contribuição do ecossistema de inovação, a empresa atua em diversos projetos e parcerias a partir do conceito de inovação aberta. A busca por novas soluções e produtos se estende além das fronteiras da empresa, que mantém um escritório da China, em Shenzhen, como um *hub* para captura de tendências e tecnologia em uma das regiões mais inovadoras do mundo.



*Competências chave*

## DESENVOLVER

*atitude inovadora com foco nas necessidades do cliente*

## CRIAR

*oportunidades para a participação e troca de todos na organização*

## INCENTIVAR

*experimentação a custos exponencialmente baixos e tolerância ao erro*

## IMBUIR

*nas pessoas pensamento crítico e espírito de dono*

## FAZER

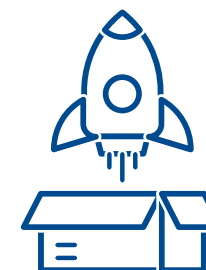
*da liberdade para inovar um atributo de atração de talentos*

# Conectando Ideias

O programa **Conectando Ideias**, lançado em 2019 inicialmente nas unidades de Joinville (SC) e Rio Claro (SP), é uma iniciativa criada para estimular o protagonismo, a criatividade e o intraempreendedorismo entre os profissionais da linha de frente dos processos operacionais, fortalecendo a cultura e o arquétipo de inovação. Voluntariamente, os profissionais podem enviar suas ideias de melhoria em processos, produtos, segurança ou ambiente de trabalho pelo WhatsApp, preenchendo um formulário simples. Uma plataforma recebe automaticamente essas informações e é monitorada por uma equipe de facilitadores, responsável pela gestão da esteira

de aprovação das ideias. As ideias passam por triagem e são avaliadas por um comitê de gestores e especialistas, e se aprovadas, são conduzidas por uma equipe técnica encarregada de realizar a análise de viabilidade e executar a ideia.

A cada etapa do fluxo de avaliação, o autor da ideia recebe um feedback informando o avanço para a próxima fase ou uma justificativa técnica para as ideias não aprovadas. As ideias viáveis para implementação são premiadas proporcionalmente ao ganho e resultados obtidos, calculados por meio de critérios e pontuação.



## IDEAÇÃO

*Identificação de oportunidades e envio de ideias abertas*

AUTOR DA IDEIA

## TRIAGEM

*Alinhamento com propósito da empresa*

FACILITADORES LOCAIS

## AVALIAÇÃO

*Avaliação e incremento da ideia e definição da equipe de avaliação e execução*

COMITÊ DE AVALIAÇÃO

## ANÁLISE

*Análise da viabilidade de implementação, investimento, retorno e impacto*

EQUIPE DE IMPLANTAÇÃO

## IMPLEMENTAÇÃO

*Priorização, definição de equipes e plano de implementação*

## KPIS

*KPIs e medição dos resultados*

FACILITADORES LOCAIS

INOVAÇÃO CORPORATIVA

O programa Conectando Ideias foi estruturado com ferramentas internas e custo zero e, após um ano da sua implementação, já apresenta resultados positivos em eficiência operacional, segurança, economia e redução de tempo em processos. Além de revisões na estrutura do programa para facilitar a participação e o engajamento dos profissionais, em 2020 iniciou-se o plano de expansão da iniciativa para as unidades de Manaus (AM), Escada (PE) e Marechal Deodoro (AL), considerando as particularidades de cada região. A intenção é seguir escalando para os demais centros operacionais a partir de 2021.

Esse tipo de iniciativa já acontece nas unidades Tigre Ferramentas para Pintura e Tigre Metais, e por isso foi criado um comitê formado pelos facilitadores em cada unidade a fim de estimular a troca de experiências e aprendizados. A área de Inovação atua como agente condutor do processo, dando o suporte à implementação do programa, à gestão do processo e fomentando as melhorias necessárias.



Antonio Recalde - Paraguai



Rafael Brasil de Souza - Brasil



Carla Lucia Rivero Losada e  
Rene da Silva Kuhn - Uruguai

## Voa Tigre

Lançado em 2019 em parceria com a Vai Voa, escola de liderança com foco em novas realidades, o **Desafio Voa Tigre** tem por objetivo motivar os profissionais a gerarem resultados de forma mais acelerada, com aporte de ferramentas e metodologias que desenvolvam habilidades de liderança.

Cerca de 40 líderes das mais diversas áreas de todas as unidades no Brasil e no exterior foram organizados em grupos para resolver problemas reais de Ferramentas para Pintura, além de concorrer pelas melhores soluções.

Os participantes fizeram várias visitas e consultas a clientes para identificar problemas e, em seguida, conduziram um brainstorming a partir do qual constatarem 20 soluções.

Os autores das melhores ideias se reuniram em São Paulo (SP), onde participaram de treinamentos e rodas de conversa e trocaram experiência.



**VENCEDORES  
DESAFIO VOA  
TIGRE**

**1º LUGAR**

*Módulo de  
capacitação  
na plataforma  
Juntos Somos +*

**1º LUGAR**

*QR Code nas  
embalagens  
dos produtos*

## Endeavor

Com foco em encontrar soluções que contribuam para eficiência operacional e reforçar a cultura de inovação, a Tigre apoiou o Programa Scale-Up Endeavor, que seleciona negócios com potencial de crescimento e que estejam no momento certo para iniciar relacionamento com grandes empresas. A iniciativa foi conduzida pela Endeavor, organização global com a qual a companhia estabeleceu parceria em 2020, patrocinando dois programas de aceleração: o Scale-Up Agrotech, negócios que oferecem soluções com base tecnológica para o setor do agronegócio, com 11 negócios acelerados; e o Scale-Up Construtech, que selecionou 10 negócios que estão transformando o segmento de construção civil no Brasil.

A parceria com a Endeavor teve entre os objetivos mapear oportunidades e tendências de mercado em todo o País, facilitar o relacionamento corporativo com o ecossistema das *scale-ups* e envolver os líderes internos na cultura empreendedora.

## LinkLab

Programa desenvolvido pela Associação Catarinense de Tecnologia, o LinkLab promove a inovação aberta e conecta médias e grandes empresas com startups e com o ecossistema de inovação de Santa Catarina, contribuindo para a troca de experiências e o fomento da inovação regional. A Tigre focou no pilar de eficiência operacional e realizou dois desafios para *startups* nas áreas de risco e RH. A partir das necessidades apresentadas, as *startups* participaram de um Pitch Day mostrando seus projetos.

## MITHUB

A Tigre foi uma das empresas apoiadoras do MITHUB um *hub* de inovação de *construtechs* e *proptechs*, que busca fomentar empreendedorismo e tecnologia apoiando startups e conectando grandes empresas para entregar soluções e oportunidades no mercado de construção e setor imobiliário. O *hub* oferece acesso a oportunidades de parcerias estratégicas para potencializar negócios e a tecnologias e tendências que vão impactar o futuro do mercado.



# Indústria 4.0

A Tigre participou do Programa Nacional Conexão Startup Indústria 4.0, da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), cujo objetivo é apoiar a inovação e as tecnologias 4.0 para o setor produtivo e, ao mesmo tempo, fortalecer o ambiente de negócios.

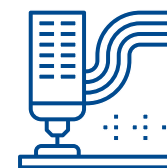
O projeto teve início em 2019, quando foram selecionadas duas *startups* para trabalharem na unidade de Joinville (SC), com aporte da ABDI (R\$ 80 mil para cada uma). Foi instituído um grupo multidisciplinar – com times de Qualidade, Engenharia, Inovação e Tecnologia da Informação (TI) –, responsável por acompanhar as *startups* e apoiar o processo de transformação para um dia a dia mais automatizado.

O engajamento da equipe foi imediato em torno da necessidade de reduzir as ações manuais da manufatura, como apontamentos de produção, e promover mais estabilidade ao processo, com a clareza dos parâmetros de trabalho para ampliar o controle da produção.

Três pilares da Indústria 4.0 foram enfatizados: impressão 3D, robotização e Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês). Outras oportunidades também estão sendo mapeadas, como *big data* e *analytics*, integração vertical e horizontal, automação e movimentação.

Ao longo de 2020, foram feitas reuniões periódicas a fim de acompanhar o alcance dos objetivos pretendidos – os três turnos da operação se envolveram. Como resultado, a Prova de Conceito (POC) realizada na unidade operacional de Joinville, encerrou o ano com a clareza do sucesso da ação e plano de expansão para as demais unidades. Também houve o reconhecimento no Innovation Awards 2020 da GROW+, uma das principais aceleradoras de startups e gestoras de investimentos do Brasil.

## Indústria 4.0 na Tigre



**Impressão 3D | Tecnologia que confere velocidade à manufatura. O objetivo é aplicá-la em produtos com baixo volume para atender o cliente de maneira mais rápida.**



**Robotização | Atuação de robôs convencionais, posicionados em áreas protegidas; e colaborativos, que trabalham com humanos, evitando operações repetitivas.**



**Internet das Coisas | Possibilita a integração entre máquinas e processos por meio do acesso remoto e do monitoramento em tempo real. Aplicada na indústria, permite otimizar a gestão de estoque e armazenamento, rastrear processos fabris e controlar parâmetros, entre outros ganhos.**

# Juntos Somos +

**Mais de 80 mil lojas e meio milhão de profissionais fazem parte do Juntos Somos Mais para se capacitar, pontuar e resgatar prêmios.**



A Tigre é uma das empresas sócias da *joint-venture* Juntos Somos Mais, um ecossistema dedicado ao varejo da construção que premia revendedores e profissionais de obra no relacionamento com as marcas participantes. A participação da empresa visa agregar valor aos clientes e a toda a cadeia da construção. Cerca de 70% dos clientes de varejo da Tigre estão cadastrados no programa.

Além dos Programas de Fidelidade para o Varejo e Profissionais de Obra e do Marketplace para vendas, em setembro de 2020, a Juntos Somos Mais celebrou a aquisição da *startup* gaúcha Triider, *marketplace* que conecta profissionais da construção civil, como pedreiros, eletricitas e pintores, com clientes em potencial. A intenção é continuar a expansão das atividades. Nos próximos dois anos, serão investidos pelo menos R\$ 50 milhões em inovação, sendo mais da metade destinada ao negócio recém-adquirido.

Também no mesmo mês de 2020, a Tigre promoveu o Juntos Somos + Week, evento 100% digital, com o propósito de divulgar aos profissionais internos, sobretudo as equipes do administrativo e da força de vendas, as ações do programa. A iniciativa contou com apresentação dos pilares da JSM, depoimentos de clientes, revendedores e profissionais da obra e envolveu tanto a liderança como a diretoria da Juntos Somos +.

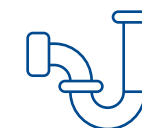
O ano também foi marcado pelo aprofundamento e aperfeiçoamento da plataforma de vendas *online* – a Loja virtual JSM. Pesquisas e testes foram realizados a fim de entender o comportamento dos clientes Tigre no canal e, consequentemente, alavancar as vendas. Para 2021, a expectativa é trazer para a plataforma digital 15% da base de clientes que têm perfil para atendimento remoto.



O aprendizado de 2020, sobre a jornada de compra do cliente, será a base para o crescimento da Tigre e Juntos Somos + nos próximos anos.

No fim do exercício, a plataforma de fidelidade foi reconhecida pela Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização (ABEMF) entre as dez maiores do segmento de fidelidade do País e a maior no varejo de construção.

Internamente também foram celebrados resultados consistentes, como o aumento do engajamento, traduzido por mais de 508 milhões de pontos resgatados, mais de R\$ 5,4 milhões em produtos Tigre transacionados pela Loja Virtual e mais de 26 mil cupons com produtos Tigre enviados por cerca de 11.700 profissionais da obra. Em 2020, 84% dos pontos a vencer foram resgatados, gerando maior valor para o cliente que troca seus pontos por prêmios no site do programa.



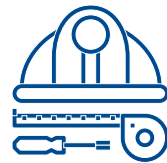
**MAIS DE  
R\$ 5,4 MILHÕES**  
em produtos Tigre transacionados  
pela Loja Virtual

# Pilares Juntos Somos +



## FOCO NO VAREJISTA

Mais de 20 empresas distribuem pontos quando o varejo adquire seus produtos e serviços. A pontuação pode ser acumulada e trocada por equipamentos para as lojas, sistemas de gestão, cursos profissionalizantes, entre outros itens para facilitar o dia a dia do varejista.



## FOCO NO PROFISSIONAL DE OBRA

A partir de 2020, os profissionais de obra também passaram a juntar pontos ao comprar das empresas participantes e enviarem o comprovante de compra pelo WhatsApp.



## LOJA VIRTUAL

Materiais de construção para reabastecer o estoque dos participantes, que utilizam a plataforma para fazer cotação de preços e comprar de diversas marcas com facilidade, praticidade e segurança. Acesse: [loja.juntossomosmais.com.br](http://loja.juntossomosmais.com.br).



## SISTEMA DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Sistema que disponibiliza informações para auxiliar os lojistas na tomada de decisão baseada em dados, como os produtos mais procurados na região e os períodos em que a demanda por eles é maior, facilitando a gestão do estoque, entre outras informações.



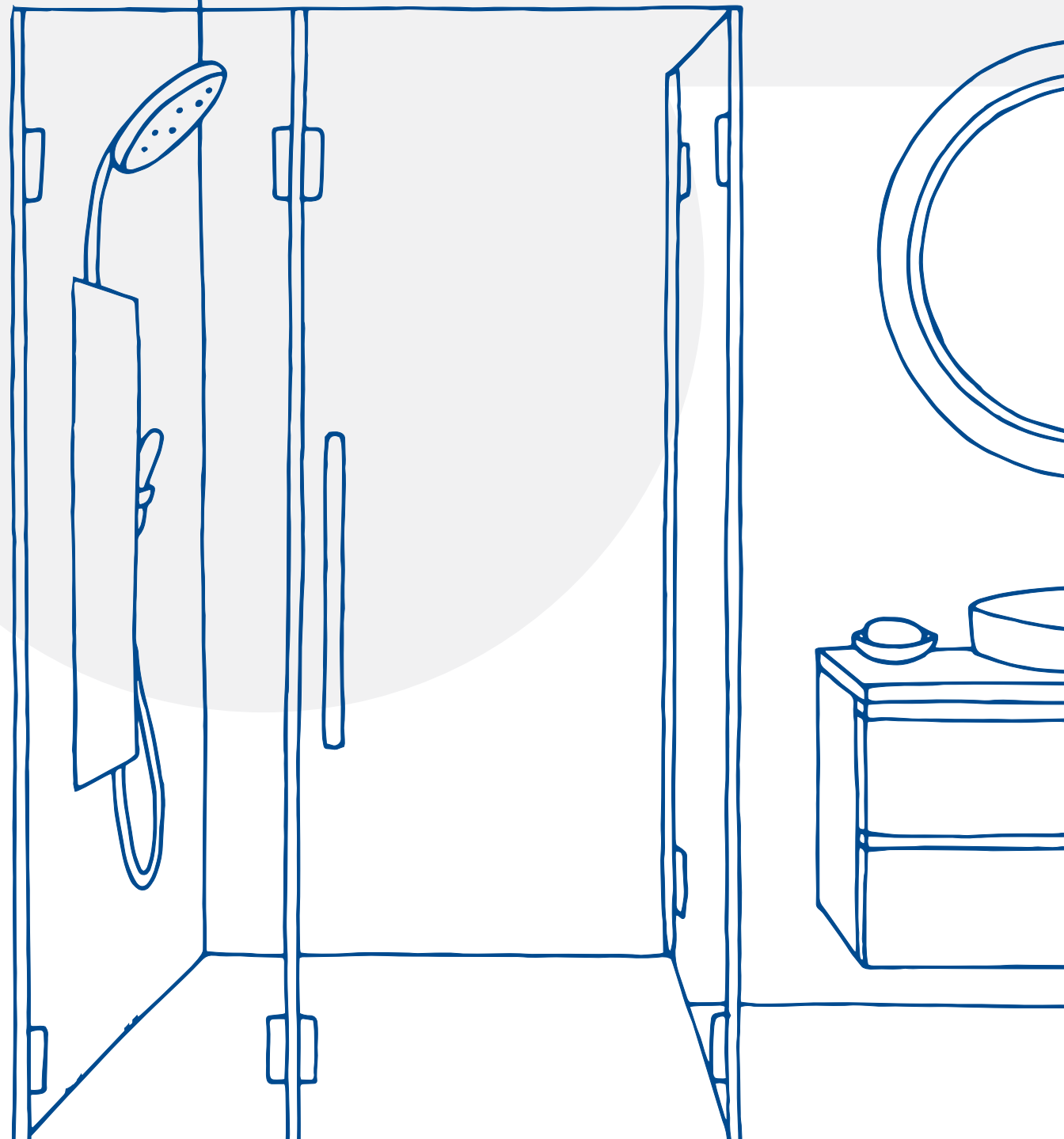
## FOCO NO CONSUMIDOR

Passo importante rumo à transformação da experiência dos consumidores brasileiros na hora de reformar ou construir, será facilitado, por meio de plataforma unificada, o acesso a todos os tipos de serviços de obras: da simples manutenção à completa construção de uma casa.

## Feras da Construção e Feras em Vendas

*Entre agosto e setembro de 2020, 1.328 pessoas foram capacitadas em 15 lives para profissionais de obra e balconistas. A iniciativa contou com o apoio do Juntos Somos + tanto na divulgação quanto na distribuição de pontos. Entre os temas abordados, destacaram-se:*

- *Como solucionar problemas nas instalações de esgoto das residências.*
- *Reservatórios, dicas e cuidados ao instalar.*
- *Patologias nas instalações elétricas prediais.*
- *Barulho das instalações de esgoto.*
- *Como solucionar problemas nas instalações de água fria das residências.*
- *Combate a incêndio com chuveiros automáticos.*
- *Variações de pressão nas instalações hidráulicas.*



# Engajamento de fornecedores

Julio Alberto Gonzalez - Argentina



*A empresa compartilha com seus fornecedores o compromisso com o foco no cliente na medida em que são aliados na busca pela excelência dos produtos e dos processos.*

Luis Intriago - Equador



Rodrigo Caixeta - Brasil



O Manual do Fornecedor contém o Acordo de Qualidade, com diretrizes alinhadas ao sistema de gestão de qualidade e meio ambiente que asseguram as melhores práticas em toda a cadeia.

O cuidado em garantir o melhor desempenho é expresso desde o processo de seleção dos parceiros, que observa as exigências legais, incluindo aspectos ambientais, trabalhistas e de direitos humanos – referentes ao combate ao trabalho infantil ou análogo ao escravo.

Em 2020, 1.053 parceiros estavam cadastrados na base, entre os quais fornecedores de materiais, equipamentos para escritório e prestadores de serviços administrativos, como assessorias e consultorias. **102-9**

O maior desafio no ano, referente ao relacionamento com os fornecedores, foi falta de matéria-prima para produção, como plástico e itens que dependem de metais, além das embalagens, cuja disponibilidade foi menor em decorrência da pandemia e do aumento da demanda. Para garantir o abastecimento de suas plantas, a Tigre buscou ser ainda mais assertiva sobre o que e quando comprar. Nesse sentido, a empresa organizou um comitê multidisciplinar, com profissionais das áreas de Vendas, Produção e Suprimentos, os quais se reuniam diariamente para tomadas de decisões ágeis e definição de ações estratégicas para o enfrentamento da falta de insumos.

# ENVOLVIDOS DE CORPO E ALMA

5



O que faz da Tigre uma empresa forte, competente e respeitada são as pessoas. Em quase 80 anos de existência, a cultura organizacional foi construída também pelos profissionais, que ajudam a levar a marca além das fronteiras. Nesse sentido, a empresa busca contratar profissionais que sejam tecnicamente capazes e que, acima de tudo, tenham valores de vida alinhados aos da Tigre.

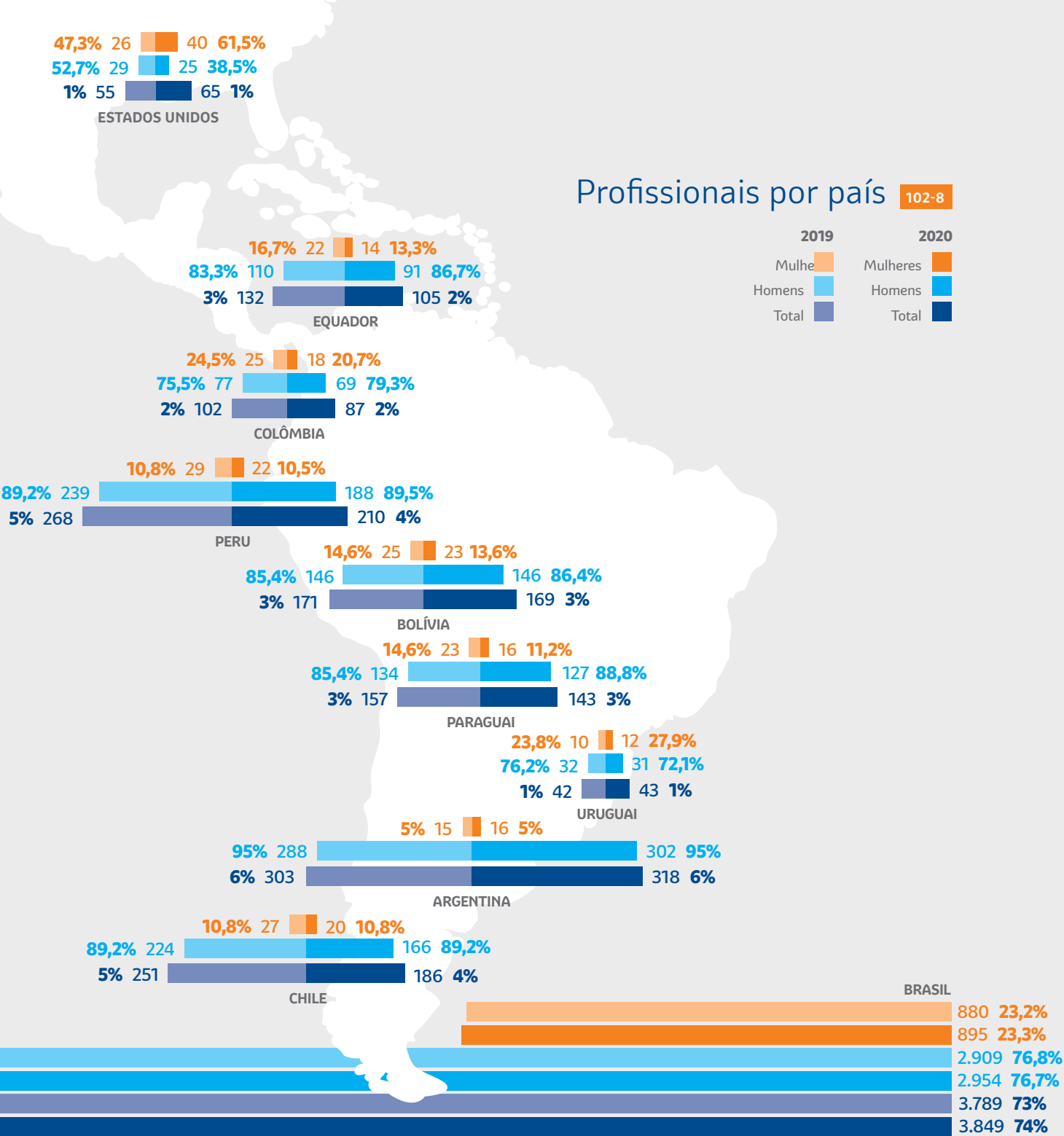
Garantir a segurança das pessoas sempre foi prioridade para a Tigre e desde o início da pandemia da Covid-19 os cuidados e a comunicação foram intensificados para que os profissionais estivessem protegidos no ambiente de trabalho. As Regras de Ouro do Cuidado de Feras, o Guia de Prevenção de Segurança e Saúde e novas medidas de prevenção foram criados para estabelecer um comportamento mais seguro e preservar a saúde de todos.

Prova desse cuidado é o reconhecimento da Tigre com a certificação Great Place to Work (GPTW) no Brasil, obtida em 2020. Pelo 22º ano consecutivo, a empresa se consagrou como uma das melhores empresas para se trabalhar no país. A pesquisa teve um índice de 87% de participação, e os líderes foram fundamentais para a mobilização e o resultado obtido, que foi uma nota final de 84 pontos. A Tigre também ficou no *ranking* do GPTW das dez melhores para se trabalhar em Santa Catarina.

Em 2020 a empresa contava com 5.175 profissionais, das quais 1.076 mulheres e 4.099 homens – a maioria (74%) no Brasil, onde detém a maior parte de suas operações, e os demais na Argentina (6%), Bolívia (3%), Chile (4%), Colômbia (2%), Equador (2%), Paraguai (3%), Peru (4%), Uruguai (1%) e Estados Unidos (1%).

103-2, 103-3

102-8



**PROFISSIONAIS NO MAIS ALTO ÓRGÃO DE GOVERNANÇA** 102-8

	2018	2019*	2020
Conselho de Administração	8	5	5
Diretoria	4	4	4
Total	12	9	9

\* O Grupo Tigre assumiu 100% da participação societária da Fabrimar/Tigre Metais, reduzindo o número de representantes no Conselho de Administração.

**NÚMERO DE EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO E GÊNERO (BRASIL)** 102-8

Tipo de contrato	2018			2019			2020		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Tempo determinado	157	82	239	141	64	205	332	107	439
Tempo indeterminado	3.126	907	4.033	2.772	812	3.584	2.622	788	3.410
Total	3.283	989	4.272	2.913	876	3.789	2.954	895	3.849

**NÚMERO DE EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO (BRASIL)\*** 102-8

Tipo de emprego	2018			2019			2020		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	3.252	953	4.205	2.884	824	3.708	2.922	858	3.780
Jornada parcial (meio período)	31	36	67	29	52	81	32	37	69
Total	3.283	989	4.272	2.913	876	3.789	2.954	895	3.849

\* Não considera temporários.



# Cuidar 403-4

*O relacionamento com os profissionais ao longo do ano priorizou o cuidado com a saúde, física e mental.*

Desde 11 de março, quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) caracterizou a Covid-19 como pandemia, as lideranças das áreas e unidades de todas as localidades em que a empresa opera rapidamente se organizaram em um comitê de crise para acompanhar o desdobramento da situação, antever cenários, acionar protocolos de segurança e continuidade dos negócios e, principalmente, garantir a integridade de todos os profissionais.

Entre março e abril, a produção da companhia no Brasil teve queda de 60% e ela chegou até mesmo a paralisar as operações durante 15 dias nesse período, assim como respeitou os *lockdowns* mais severos em outros países, como no Equador e na Colômbia.

A agilidade e o envolvimento da liderança em muitas ações estratégicas de redução de despesas e preservação de caixa resultaram na manutenção de muitos postos de trabalho. A Tigre foi uma das primeiras empresas a avançar com a negociação de redução de jornada e salário, antes mesmo de qualquer iniciativa governamental, o que gerou confiança aos profissionais. Alinhados em inspirar pelo exemplo, os diretores estatutários e os conselheiros de Administração anunciaram que tiveram o maior corte salarial nos meses mais difíceis, chegando a 50%.

A partir de maio, com a manutenção do varejo da construção civil como atividade essencial, a empresa acompanhou os aumentos de demanda por seus produtos e serviços e abriu ainda mais oportunidades no quadro funcional, mesmo que temporárias, que contribuíram para a geração de renda das famílias, reduzindo os impactos negativos da pandemia na economia.

Também houve a distribuição de 200 cartões-alimentação no valor de R\$ 150,00 cada com, como forma de amparar os funcionários que estavam em dificuldades financeiras durante a pandemia.

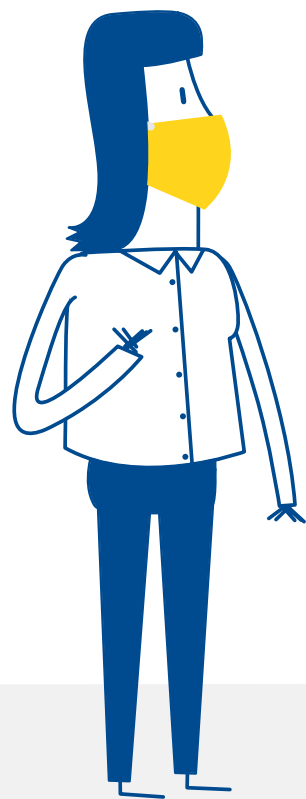
No movimento de “Uma só Tigre”, transparente e inclusiva, a comunicação com os profissionais foi intensificada. O CEO da companhia conduziu mais de 30 *lives* **Negócio em Foco** ao lado de membros do comitê de crise para apresentar resultados e dificuldades do período. Também foi lançado o **Cuidado de Fera**, que por um período divulgava diariamente informações sobre atualização da pandemia e medidas governamentais, além de boas práticas e dicas de prevenção. Na medida em que o boletim espaçou sua periodicidade, passando a ser enviado duas vezes por semana, foram mantidas as dicas diárias via WhatsApp





**MAIS DE  
R\$ 900  
MIL**

*em ações de saúde.*



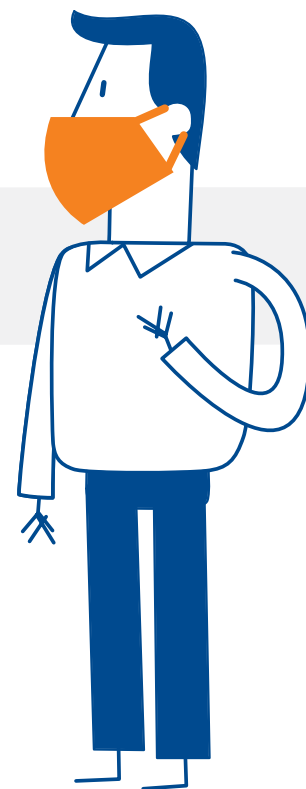
Foram promovidas ainda *lives* com as mais diversas temáticas relacionadas ao momento, como dúvidas sobre doença, importância do isolamento social, questões de saúde emocional, finanças pessoais, como manter conexões com o cliente, nutrição na quarentena, etc. Duas delas foram exclusivamente dedicadas ao esclarecimento de dúvidas sobre transmissão, medidas e prevenção e vacina, com média de 190 participantes em cada.

Adicionalmente, diversas pesquisas foram aplicadas, a partir das quais foram adotadas ações pontuais, como empréstimo de cadeiras de escritório para profissionais em *home office*; *webinar* sobre saúde física e mental, vacinas e alimentação; ginástica laboral *on-line*; prática semanal de meditação *on-line*; guia para estabelecer um espaço de trabalho em casa; e guia de boas práticas de cuidado com a saúde e segurança. Os temas são identificados a partir do estudo epidemiológico de cada unidade. Foram investidos mais de R\$ 900 mil em ações de saúde.

Para a adaptação à realidade do trabalho remoto, a empresa passou a adotar aplicativo para registro de ponto, por meio do qual os profissionais têm mais facilidade e autonomia para a gestão das horas de trabalho, assegurando ao mesmo tempo o *compliance* deste processo.

A cada avanço para a liberação do trabalho presencial, os profissionais recebiam *kits* com álcool em gel e máscaras, com reforço para a importância e obrigatoriedade do uso. Entendendo a orientação do Ministério da Saúde do Brasil para a troca de máscara a cada quatro horas, a Tigre inovou com a distribuição de máscaras personalizadas por cores (azul, laranja, preta e amarela). Para garantir a assertividade na troca, foi criado um calendário com alternância do uso das cores: nos dias ímpares, os colaboradores utilizavam as cores laranja e preta, de acordo com seus respectivos horários de trabalho, e nos dias pares, adotavam as cores azul e amarela.

Com o apelo “Cuidar de você é cuidar de todos que estão a sua volta”, algumas medidas básicas de cuidados e prevenção foram estabelecidas. Batizadas de **Regras de Ouro do Cuidado de Fera**, vão desde a higienização do posto de trabalho, distanciamento entre colegas e etiqueta higiênica ao tossir e espirrar até a obrigatoriedade do uso de máscara, com previsão de consequências caso as regras fossem descumpridas. Também foi desenvolvido o Guia de Prevenção de Segurança e Saúde, documento que reforça essas regras e apresenta dicas de comportamento para preservar a saúde.



Para além dos cuidados relacionados à pandemia da Covid-19, a Tigre oferece planos de saúde e odontológico, facilidades para a compra de medicamentos e Seguro de Vida aos profissionais e seus dependentes das unidades no Brasil. Por meio da **campanha Mover +**, incentiva a prática de atividades físicas e hábitos saudáveis. No âmbito da iniciativa, foi firmada parceria com o sistema Gympass, por meio do qual os profissionais e seus dependentes têm acesso a mais de 18 mil academias conveniadas em todo o País. Há ainda à disposição uma central de atendimento para profissionais afastados por doença, que recebem auxílio do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). O colaborador é acompanhado por uma equipe de profissionais da Assistência Social durante seu afastamento até o efetivo retorno ao trabalho.

403-6

Por meio do **programa Bem Gestar**, todas as gestantes, profissionais ou dependentes têm acesso ao telemonitoramento 24 horas de equipe multidisciplinar (médicos, nutricionistas e enfermeiros) via 0800 e aplicativo, que as acompanham durante toda a gestação e até a criança completar dois anos. A iniciativa envolve um grupo formal de gestantes em cada unidade, e os cônjuges são convidados a participar.

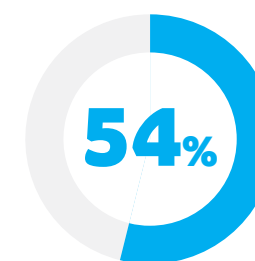
Adicionalmente, todas as unidades mantêm um consultório para atendimento ocupacional e eventuais primeiros socorros, exceto em Manaus (AM) e Marechal Deodoro (AL), onde há o apoio de parceiros de saúde terceirizados. As equipes são compostas por médicos e técnicos de enfermagem, que prestam suporte aos profissionais que necessitam de atendimento imediato. 403-6

Em todas as unidades do Grupo Tigre as ações de saúde e segurança ocupacional são direcionadas pela NTQA-1436, pela Política de Saúde e Segurança Ocupacional (SSO) e baseadas em sistemas de gestão certificados, como a ISO 45001, que orienta todas as normas corporativas de SSO. 403-1

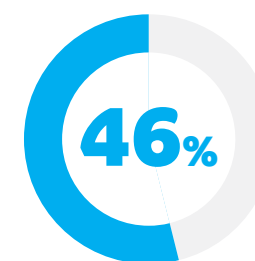
Nas regiões onde a legislação exige especificidades, as unidades adotam a norma corporativa acrescida das particularidades locais.

Nas unidades internacionais, foram obtidos resultados importantes na gestão da segurança em 2020, com reduções de 54% no número de acidentes, de 46% na taxa de frequência de acidentes e de 91% na taxa de gravidade de acidentes. O reflexo na taxa de frequência de acidentes não foi proporcional pois a hora homem trabalhada (HHT) foi menor em razão de algumas paradas de fábrica durante a pandemia (março a maio).

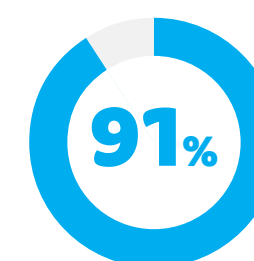
## REDUÇÕES NAS UNIDADES INTERNACIONAIS



no número de  
acidentes



na taxa de frequência  
de acidentes



na taxa de gravidade  
de acidentes



Essa significativa redução nas unidades internacionais é resultado de uma série de esforços que inclui a implantação do Programa Conexão Segura de ações comportamentais e de tratativas de condições inseguras, com a realização de capacitações e acompanhamento dos registros de ações, incentivando assim a cultura de prevenção. Também foram disponibilizados Diálogos Diários de Segurança (DDS) para a realização na maioria das unidades internacionais.

Nas unidades Brasil, foram mantidos os controles já realizados, incluindo o reforço no Programa Conexão Segura, além da manutenção de investimentos. Foi também consolidada a gestão de segurança corporativa de forma horizontal entre todas as áreas de negócio. O índice de frequência de acidentes foi de 1,90 em 2020 frente a 3,1 em 2019, houve também redução da taxa de gravidade (29 em 2020 versus 44 em 2019 – melhoria de 34,09%).



Durante a pandemia foi desenvolvido com os especialistas corporativos de SSO o Guia Tigre para Ações da Covid-19, incluindo as Regras de Ouro do Cuidado de Fera e um plano de contingência para o caso de disseminação da contaminação em unidades da empresa. Para retomar as atividades nas fábricas, o Guia foi implantado em todas as unidades.

A iniciativa do Peru “Feras que Salvam Vidas” foi disseminada para todas as unidades, com peças de divulgação no refeitório, banheiros, portaria e outros locais da fábrica; bem como a criação de um vídeo com a participação do pessoal operacional e administrativo.

## Comitês de Saúde e Segurança 403-4



**Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA)** Responsável pela contribuição ativa na prevenção de acidentes e na melhoria contínua da segurança nos ambientes e setores de trabalho.

**Comitês de Projetos** Encarregados da organização e análise das adequações e dos critérios de segurança sobre os projetos de novos produtos, aumento de capacidade e/ou realocação de recursos entre as unidades.

**Conexão Segura** Atua na gestão do comportamento e das condições de trabalho, promovendo avanço na cultura de segurança, impulsionando a aplicação da percepção de risco e de ações de correção por meio do “ver e agir”, monitorando os indicadores relacionados ao tema. A iniciativa ganhou ainda mais força em Marechal Deodoro e nas unidades internacionais em 2020, por meio da definição de metas, treinamentos e acompanhamento das denúncias de atos e condições inseguras, a fim de aprimorar a cultura de segurança preventiva.

**Comitê Técnico de Segurança do Trabalho** Todas as unidades reúnem-se mensalmente para apresentar indicadores da taxa de frequência e gravidade, pirâmide de acidentes e desvios, indicadores do Conexão Segura e status de projetos, entre outras trocas de experiência.

*Nota: Os comitês citados abrangem 95% da organização.*

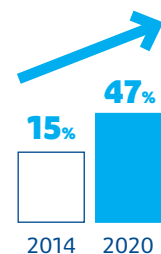
## TAXAS DE SAÚDE E SEGURANÇA DE PROFISSIONAIS POR NEGÓCIO\* 403-9, 403-10

		2018	2019	2020
Tigre Tubos e Conexões – Brasil	Taxa de lesões	4,91	3,1	1,9
	Taxa de doenças ocupacionais	6,05	1,18	0
	Taxa de dias perdidos	86,58	182	29
	Taxa de absenteísmo	1,8	1,82	1,38
	Número de óbitos	0	0	0
Tigre Tubos e Conexões – Unidades internacionais	Taxa de lesões	25,2	19,0	9,9
	Taxa de doenças ocupacionais	-	-	-
	Taxa de dias perdidos	361	1.910	179
	Taxa de absenteísmo	-	-	-
	Número de óbitos	0	1	0
Tigre Ferramentas para Pintura	Taxa de lesões	2,99	5,8	1,63
	Taxa de doenças ocupacionais	0	0	0
	Taxa de dias perdidos	134,51	15	0
	Taxa de absenteísmo	1,2	0,54	2,63
	Número de óbitos	0	0	0
Tigre Metais	Taxa de lesões	-	2,8	17,44
	Taxa de doenças ocupacionais	-	-	-
	Taxa de dias perdidos	-	385	715
	Taxa de absenteísmo	-	-	-
	Número de óbitos	0	0	0

\* Classificação, investigação e registro de acidentes de trabalho são regidos pela Norma interna NTQA-1290 e incluem profissionais próprios, jovens aprendizes e estagiários. Os cálculos das taxas de lesões, de frequência e gravidade têm como diretriz os parâmetros estabelecidos na NBR 14.280. A taxa de lesões considera acidentes típicos e doenças com e sem afastamento que geram a necessidade ou não de afastamento para tratamento interno ou externo. Nesse caso, não considera lesões tratadas em nível ambulatorial, mas essas são investigadas e tratadas como se fossem um acidente. Os óbitos estão incluídos nas taxas de lesões, frequência e gravidade, conforme NBR 14.280. Dias perdidos considera “dias corridos”; não é calculado o dia que ocorreu o acidente nem o dia de retorno ao trabalho. Nos cálculos de taxas de saúde e segurança, a Tigre monitora os dados de todos os empregados sem distinção de gênero, conforme NBR 14.280.

# Contratar

*A cultura da Tigre é direcionada ao desenvolvimento de equipes de alta performance, com comportamentos e atitudes que agregam valor aos clientes e mantêm foco nos resultados e na busca por diferenciais estratégicos.*



*Aumento do percentual das vagas preenchidas internamente*

Um dos principais fatores para a contratação assertiva é a aderência das características individuais do candidato à cultura corporativa. Para isso, a empresa conta com uma plataforma de gestão de vagas, **Fit Cultural**, que, por meio de questionário no processo seletivo, elenca os profissionais de acordo com o *match* entre os valores deles e os pontos fortes da cultura empresarial. Além disso, frequentemente os profissionais da área de pessoas e líderes das unidades são treinados, de forma a estarem preparados para investigar esses aspectos no momento de entrevista ou dinâmica de seleção.

Faz parte da estratégia da companhia gerar oportunidades para o crescimento de seus talentos, o que inclui a priorização do recrutamento interno diante da necessidade de contratação – prática que está incluída no planejamento estratégico, na jornada de Uma Só Tigre. Os processos seletivos passaram a ter regras ainda mais claras para proporcionar condições iguais a todos os interessados. É aberto um processo formal de recrutamento interno, a vaga é divulgada via *e-mail* e murais, e os interessados se inscrevem. Não havendo candidatos internamente, há a divulgação para o mercado. Associada à maior ênfase no desenvolvimento contínuo das pessoas, essa diretriz elevou o percentual das vagas preenchidas internamente de 15%, em 2014, para 47% em 2020.

A meta é manter 80% das posições de liderança ocupadas por meio desses movimentos.

Há mais de cinco anos está em andamento o **Empresa Mentora**, programa de parceria com organizações estudantis das principais universidades do Brasil, como centros acadêmicos e empresas juniores, entre outras. No âmbito da iniciativa, os estudantes recebem complemento à formação acadêmica por meio da participação ativa em projetos, palestras, webinars e treinamentos ministrados pelos profissionais da Tigre. A aproximação a essas organizações já possibilita suprir cerca de 90% das vagas de estágio, eliminando a necessidade de uma grande campanha externa de atração.



O **Programa de Estágio Tigre** oferta a estudantes de graduação a possibilidade de ingressar no mercado de trabalho cumprindo uma jornada de desenvolvimento ao longo de 11 meses, no fim da qual podem integrar o quadro efetivo da companhia. Em 2020, foram selecionados 18 estagiários, além de outros 15 que renovaram contrato para mais um ciclo de aprendizagem. Todos foram afastados dos escritórios no período da pandemia, aderindo ao formato de trabalho remoto, com acompanhamento virtual de seus respectivos mentores. No período, além das atividades de cada área, eles foram envolvidos em seis capacitações exclusivas do programa. Entre as atividades, para 2021, os estagiários foram desafiados a desenharem o **Programa de Estágio dos Sonhos**. Várias propostas já foram levantadas e as melhores ideias estão em fase de implementação.

Outra porta de entrada é o **Programa Jovem Aprendiz**, destinado a jovens de 14 a 24 anos que tenham concluído ou estejam cursando o Ensino Médio ou Técnico. A iniciativa visa dar oportunidade de formação e de primeiro emprego a talentos ainda sem experiência profissional. Os candidatos selecionados cumprem jornada equilibrada entre atividades práticas, nas áreas internas, e teóricas, em instituição formadora parceira.

**NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES (BRASIL)** 401-1

	2018		2019		2020	
	Número total	Taxa	Número total	Taxa	Número total	Taxa
<b>Faixa etária</b>						
Abaixo de 30 anos	360	0,38	194	0,25	144	0,15
Entre 30 e 50 anos	300	0,11	233	0,09	141	0,28
Acima de 50 anos	11	0,02	53	0,09	12	0,00
<b>Gênero</b>						
Homens	473	0,14	324	0,11	223	0,08
Mulheres	198	0,20	156	0,18	74	0,08
Total	671	1,16	480	0,11	297	0,08

**NÚMERO TOTAL E TAXA DE EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA (BRASIL)** 401-1

	2018		2019		2020	
	Número total	Taxa	Número total	Taxa	Número total	Taxa
<b>Faixa etária</b>						
Abaixo de 30 anos	548	0,58	315	0,40	480	0,51
Entre 30 e 50 anos	765	0,28	600	0,25	548	1,09
Acima de 50 anos	137	0,23	177	0,30	112	0,05
<b>Gênero</b>						
Homens	1.021	0,31	789	0,27	909	0,31
Mulheres	429	0,44	303	0,35	231	0,26
Total	1.450	0,34	1.092	0,29	1.140	0,30

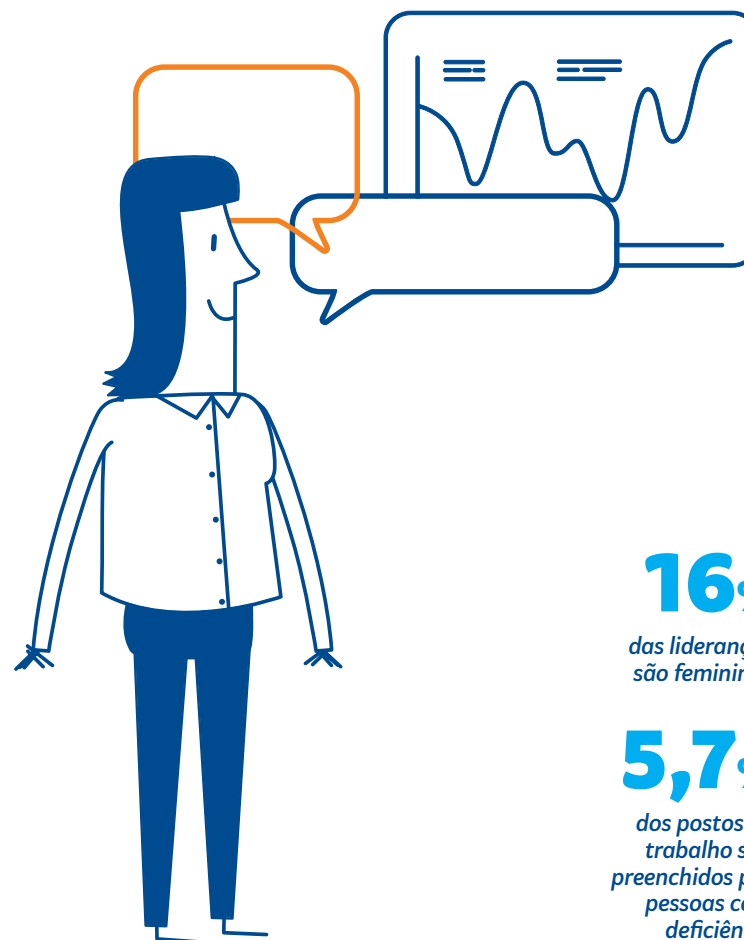
#### NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES (EXTERIOR) 401-1

2020		
Faixa etária	Número total	Taxa
Abaixo de 30 anos	46	0,18
Entre 30 e 50 anos	39	0,04
Acima de 50 anos	2	0,01
<b>Gênero</b>		
Homens	70	0,06
Mulheres	17	0,09
Total	87	0,07

#### NÚMERO TOTAL E TAXA DE EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA (EXTERIOR) 401-1

2020		
Faixa etária	Número total	Taxa
Abaixo de 30 anos	82	0,32
Entre 30 e 50 anos	162	0,18
Acima de 50 anos	50	0,28
<b>Gênero</b>		
Homens	236	0,21
Mulheres	58	0,32
Total	294	0,22

## Incluir e promover a diversidade



*A Tigre é uma empresa plural pela natureza de suas operações, conduzidas em nove países da América Latina, nos Estados Unidos e na China.*

A empresa fala três idiomas e convive com uma grande variedade de culturas, costumes, realidades e comportamentos. Assim, valorizar as diferenças e incluir o próximo – respeitando todas as etnias, gêneros, sexualidades, credos, idades e características físicas – são atitudes que fazem parte do jeito de ser da companhia, que considera a diversidade como vantagem competitiva e mantém em seu quadro 33% de profissionais que representam grupos minoritários.

Em julho de 2020, no mês da Diversidade, um especialista no tema foi convidado a dialogar com os profissionais sobre “Como é ser um líder de diversidade na Tigre”. Também foi realizado um workshop, no fim do ano, com a participação de profissionais de diferentes níveis e áreas como parte das ações rumo a Uma Só Tigre.

Para o Programa Feras, de desenvolvimento de sucessores no âmbito da Diretoria, 13% dos participantes e 19% dos profissionais mapeados são mulheres. Na companhia como um todo, 16% das lideranças são femininas. Além disso, 5,7% dos postos de trabalho são preenchidos por pessoas com deficiência. Os líderes são treinados para garantir que esse público seja adequadamente integrado às suas equipes.

Como estímulo ao respeito à diversidade geracional, foi desenvolvida a ferramenta de **Mentoria Reversa**, em que uma pessoa mais jovem troca pontos de vista e aprendizados com outra mais experiente, de forma a promover o desenvolvimento mútuo.

**16%**  
das lideranças  
são femininas

**5,7%**  
dos postos de  
trabalho são  
preenchidos por  
pessoas com  
deficiência

PROFISSIONAIS POR CATEGORIA FUNCIONAL, POR GÊNERO (BRASIL) 405-1

		2018			2019			2020		
		Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Conselho	nº	8	0	8	5	0	5	5	0	5
	%	100	0	100	100	0	100	100	0	100
Diretoria	nº	12	1	13	12	1	13	8	1	9
	%	92	8	100	92	8	100	89	11	100
Gerência	nº	42	10	52	39	13	52	39	10	49
	%	81	19	100	75	25	100	80	20	100
Coordenação	nº	46	17	63	56	20	76	110	20	130
	%	73	27	100	74	26	100	85	15	100
Administrativo	nº	257	197	454	301	198	499	207	185	392
	%	57	43	100	60	40	100	53	47	100
Assistência Técnica	nº	26	9	35	31	6	37	24	7	31
	%	74	26	100	84	16	100	77	23	100
Técnico	nº	104	23	127	125	28	153	114	27	141
	%	82	18	100	82	18	100	81	19	100
Telesserviço	nº	1	2	3	0	3	3	2	9	11
	%	33	67	100	0	100	100	18	82	100
Vendas	nº	139	27	166	132	23	155	131	22	153
	%	84	16	100	85	15	100	86	14	100
Operacional	nº	2.491	621	3.112	2.071	520	2.591	1.974	500	2.474
	%	80	20	100	80	20	100	80	20	100
Aprendizes	nº	35	21	56	18	36	54	17	25	42
	%	63	38	100	33	67	100	40	60	100
Estagiários	nº	5	7	12	11	16	27	10	7	17
	%	42	58	100	41	59	100	59	41	100
Temporários	nº	127	44	171	112	12	124	313	82	395
	%	74	26	100	90	10	100	79	21	100
Total	nº	3.293	979	4.272	2.913	876	3.789	2.954	895	3.849
	%	77	23	100	77	23	100	77	23	100

PROFISSIONAIS POR CATEGORIA FUNCIONAL, POR GÊNERO (BRASIL) 405-1

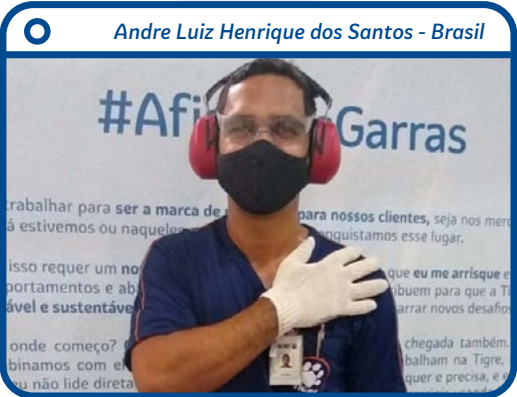
		2018				2019				2020			
		Abaixo dos 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total	Abaixo dos 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total	Abaixo dos 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total
Conselho	nº	0	1	7	8	0	1	4	5	0	1	4	5
	%	0	12	87	100	0	20	80	100	0	20	80	100
Diretoria	nº	0	8	5	13	0	10	3	13	0	6	3	9
	%	0	62	38	100	0	77	23	100	0	67	33	100
Gerência	nº	1	45	6	52	0	43	9	52	0	41	8	49
	%	2	87	12	100	0	83	17	100	0	84	16	100
Coordenação	nº	1	53	9	63	4	61	11	76	6	111	13	130
	%	2	84	14	100	5	80	14	100	5	85	10	100
Administrativo	nº	114	307	33	454	107	350	42	499	87	275	30	392
	%	25	68	7	100	21	70	8	100	22	70	8	100
Assistência Técnica	nº	12	19	4	35	13	19	5	37	8	19	4	31
	%	34	54	11	100	35	51	14	100	26	61	13	100
Técnico	nº	15	102	10	127	13	121	19	153	11	114	16	141
	%	12	80	8	100	8	79	12	100	8	81	11	100
Telesserviço	nº	1	2	0	3	1	2	0	3	5	6	0	11
	%	33	67	0	100	33	67	0	100	45	55	0	100
Vendas	nº	13	141	12	166	7	134	14	155	6	135	12	153
	%	8	85	7	100	5	86	9	100	4	88	8	100
Operacional	nº	626	1.976	510	3.112	491	1.624	476	2.591	474	1.593	407	2.474
	%	20	63	16	100	20	63	16	100	19	64	16	100
Aprendizes	nº	56	0	0	56	54	0	0	54	42	0	0	42
	%	100	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100
Estagiários	nº	12	0	0	12	26	1	0	27	17	0	0	17
	%	100	0	0	100	96	4	0	100	100	0	0	100
Temporários	nº	98	71	2	171	71	52	1	124	280	111	4	395
	%	57,31	41,52	1,17	100	57,26	41,94	0,81	100	70,89	28,10	1,01	100
Total	nº	949	2.725	598	4.272	787	2.418	584	3.789	936	2.412	501	3.849
	%	22	64	14	100	21	64	15	100	24	63	13	100

**PROFISSIONAIS POR CATEGORIA FUNCIONAL,  
POR GÊNERO (EXTERIOR) 405-1**

		2020		
		Homens	Mulheres	Total
Conselho	<i>n</i> <sup>o</sup>	-	-	-
	%	-	-	-
Diretoria	<i>n</i> <sup>o</sup>	1	0	1
	%	100	0	100
Gerência	<i>n</i> <sup>o</sup>	27	2	29
	%	93	7	100
Coordenação	<i>n</i> <sup>o</sup>	67	31	98
	%	68	32	100
Administrativo	<i>n</i> <sup>o</sup>	128	85	213
	%	60	40	100
Assistência Técnica	<i>n</i> <sup>o</sup>	2	0	2
	%	100	0	100
Técnico	<i>n</i> <sup>o</sup>	38	11	49
	%	78	22	100
Telesserviço	<i>n</i> <sup>o</sup>	1	2	3
	%	33	67	100
Vendas	<i>n</i> <sup>o</sup>	82	13	95
	%	86	14	100
Operacional	<i>n</i> <sup>o</sup>	791	32	823
	%	96	4	100
Aprendizes	<i>n</i> <sup>o</sup>	0	1	1
	%	0	100	100
Estagiários	<i>n</i> <sup>o</sup>	1	1	2
	%	50	50	100
Temporários	<i>n</i> <sup>o</sup>	7	3	10
	%	70	30	100
Total	<i>n</i> <sup>o</sup>	1.145	181	1.326
	%	86	14	100

**PROFISSIONAIS POR CATEGORIA FUNCIONAL,  
POR FAIXA ETÁRIA (EXTERIOR) 405-1**

		2020			
		Abaixo dos 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total
Conselho	nº	-	-	-	-
	%	-	-	-	-
Diretoria	nº	0	1	0	1
	%	0	100	0	100
Gerência	nº	5	19	5	29
	%	17	66	17	100
Coordenação	nº	14	72	12	98
	%	14	73	12	100
Administrativo	nº	56	129	28	213
	%	26	61	13	100
Assistência Técnica	nº	0	1	1	2
	%	0	50	50	100
Técnico	nº	7	31	11	49
	%	14	63	22	100
Telesserviço	nº	0	2	1	3
	%	0	67	33	100
Vendas	nº	21	62	12	95
	%	22	65	13	100
Operacional	nº	145	571	107	823
	%	18	69	13	100
Aprendizes	nº	1	0	0	1
	%	100	0	0	100
Estagiários	nº	2	0	0	2
	%	100	0	0	100
Temporários	nº	7	3	0	10
	%	70	30	0	100
Total	nº	258	891	177	1.326
	%	19	67	13	100



Andre Luiz Henrique dos Santos - Brasil



Walter Peña - Colômbia

OUTROS INDICADORES DE DIVERSIDADE EM 2020 (BRASIL)<sup>1</sup>

<i>Categoria funcional</i>	<i>Total de empregados</i>	<i>Empregados de grupos minoritários<sup>2</sup></i>	<i>Representação de grupos minoritários (%)</i>
Conselho	5	-	0
Diretoria	9	1	11
Gerência	49	3	6
Coordenação	130	24	18
Administrativo	392	79	20
Assistência técnica	31	1	3
Técnico	141	19	13
Telesserviço	11	7	64
Vendas	153	34	22
Operacional	2.474	862	35
Aprendizes	42	24	57
Estagiários	17	6	35
Temporários	395	197	50
Total	3.849	1.257	33

<sup>1</sup> As unidades internacionais ainda não fazem o mapeamento desses indicadores de diversidade.  
<sup>2</sup> Profissionais negros, indígenas, membros de comunidades tradicionais, entre outras categorias de ascendência e origem étnica.

# Desenvolver

404-2, 404-3

*A jornada dos profissionais é valorizada, com estímulo ao crescimento contínuo por meio de experiências enriquecedoras em carreiras estruturadas.*

O modelo adotado é o 70 x 20 x 10, em que 70% do aprendizado ocorre a partir da experiência adquirida nos desafios do dia a dia e das atividades de suas funções; 20% das trocas constantes com gestores e colegas de trabalho; e 10% do conhecimento adquirido em cursos e ações especiais de capacitação.

Na prática, para que os profissionais descubram e desenvolvam seus talentos, se sintam desafiados e comprometidos com o autodesenvolvimento e, assim, cresçam continuamente, são desenvolvidos processos de avaliação e ferramentas que proporcionam experiências, além de academias e programas corporativos.



Kari Li - China

Um dos aspectos fundamentais do planejamento de sucessão é o mapeamento das posições críticas, em fase de implementação para criar as condições para a sustentabilidade das equipes, identificando os perfis de profissionais que serão traçados para os próximos anos, em termos de impacto estratégico, impacto na receita ou dificuldade para contratar externamente. Dessa forma, a empresa se antecipa para priorizar o desenvolvimento das pessoas para todas as funções, sobretudo as mais específicas para o negócio. Em 2020, foram avaliados 103 cargos, contemplando todas as gerências e diretorias.

O mapa de posições é periodicamente atualizado a partir do ciclo de avaliação de desempenho, conhecido como **Processo de Gestão de Feras**. A iniciativa, que orienta também os demais programas e ações de desenvolvimento, ganhou cara nova desde o fim de 2019 com plataforma Culture Rocks, que reúne e integra os dados e as informações de desempenho dos profissionais. A mesma metodologia passou a ser aplicada em todos os níveis, com pequenas adequações, respeitando as diferenças de cada grupo.



Hernan Dario Godoy - Argentina

O processo tem início com o desdobramento das metas para o ano, em que o time entende os desafios e a forma como cada um contribui para superá-los. Depois, realizam autoavaliação das competências e passam por avaliação do líder. As competências são analisadas a partir da metodologia 9Box, que busca identificar em que nível de desempenho o profissional está em relação ao cargo que ocupa. Já na etapa de calibração, o líder apresenta feedback ao time e cada integrante define seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). Todos os profissionais foram avaliados em 2020.

## Processo de Gestão de Feras

1



*Autoavaliação  
do profissional*

2



*Avaliação de  
competências  
pelo líder*

3



*Troca de  
feedbacks*

4



*Definição do  
PDI de cada  
profissional*

**54**

*para cursos  
de idiomas*

**76**

*para cursos  
de graduação*

**20**

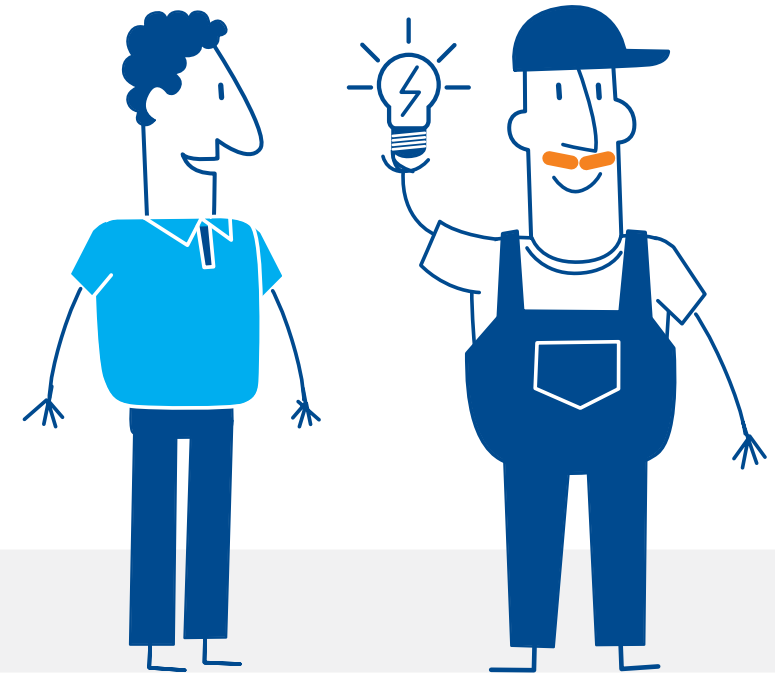
*para cursos  
técnicos*

**70**

*para cursos de  
especialização  
e pós-graduação*



**BOLSAS  
DE ESTUDOS**



O time de gestores é orientado a dar feedbacks às suas equipes de forma rotineira, e não apenas nos momentos formais, estabelecidos pelo processo de avaliação de desempenho. O objetivo é apoiar o desenvolvimento do profissional e melhorar o desempenho e o relacionamento entre o líder e pares, buscando o entendimento e a aceitação do que precisa e pode ser melhorado, assim como o aprimoramento dos pontos fortes.

São oferecidas ainda bolsas para cursos de idiomas, graduação, especialização e pós-graduação. Os critérios de elegibilidade são: ter pelo menos um ano de casa e estar em linha ou acima do esperado na avaliação de desempenho Gestão de Feras, além de outros específicos, de acordo com a formação pretendida. Em 2020 foram concedidas 220 bolsas de estudos, sendo 54 para cursos de idiomas, 76 de graduação, 20 para cursos técnicos e 70 de especialização e pós-graduação.

# Academia Tigre

A companhia investe anualmente cerca de R\$ 1,5 milhão em treinamentos e capacitações para apoiar seus profissionais no desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais – alinhadas à sua cultura –, mantendo, desde 2015, a **Academia Tigre**, composta por:



## ACADEMIA DE LÍDERES

*O objetivo é criar uma organização de alta performance, com líderes alinhados às demandas dos clientes e às tendências do mercado. Destaca-se nesse sentido o Programa Feras, com foco na formação de sucessores para as posições de alta gestão. A segunda turma do programa iniciou as atividades no fim de 2019 com 25 participantes, entre gerentes sêniores e diretores de diferentes países, com o objetivo de oferecer um olhar mais amplo e estratégico. Outra novidade da Academia de Líderes no exercício foi o Desafio Voa Tigre.*



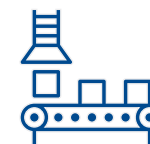
## ACADEMIA DE VENDAS

*Dedicada aos que atuam na área comercial e às demais Feras que necessitam se desenvolver com algum tema relacionado. Em 2020, foram 192 profissionais capacitados em ao menos um dos 24 treinamentos on-line realizados. Para reforçar o aprendizado, no fim de cada treinamento foram aplicadas provas, com média de 9,1 nas notas registradas. Além dos novos treinamentos ao vivo, diversos cursos continuaram disponíveis para todos os profissionais da força de vendas.*



## ACADEMIA ADMINISTRATIVA

*Estrutura programas com base nas necessidades das áreas e do negócio. Como exemplo, em 2020 foi constituída a primeira turma do programa Jornada de Alfabetização de Dados, capacitação na plataforma de Business Intelligence (BI) utilizada internamente. A ideia do programa é formar multiplicadores desse conhecimento para fortalecer a cultura de tomadas de decisões baseadas em dados. Além de aprenderem o conteúdo técnico, esses profissionais são capacitados para replicar o conhecimento, aumentando a corrente.*



## ACADEMIA DE MANUFATURA

*Em 2020 uma equipe de trabalho se reuniu para propor melhorias nas ações da Academia de Manufatura. O grupo, formado por profissionais de diversas áreas, da fábrica e do corporativo, trabalhou de forma intensa e imersiva para propor soluções para o desafio diagnosticado: “Como fazer com que os operadores se sintam em desenvolvimento contínuo?”. O público operacional foi entrevistado e envolvido nos testes da solução. O projeto resultou em um aplicativo que funcionará como um hub, disponibilizando informações sobre carreira e desenvolvimento de forma unificada.*



## ACADEMIA DE LOGÍSTICA

*Temas estruturados com conteúdo sobre o processo logístico. A exemplo da Academia de Manufatura, o conteúdo está disponível em cursos e-learning ou presenciais.*



## ACADEMIA DA DESCOBERTA

*Direcionada ao público em geral, expõe temáticas ligadas ao futuro, como inovação e tendências, novos negócios, desafios e questões ainda sem respostas.*

# Falar e escutar

*A comunicação próxima e aberta com seus profissionais faz parte do jeito de fortalecer a cultura Tigre, que fala, escuta e troca experiências com vistas ao constante desenvolvimento dos negócios.*

Os líderes, incluindo o CEO, estão sempre presentes nas unidades, seja presencialmente, seja de forma remota. Em 2020, ano marcado pela pandemia de Covid-19, partiu do CEO a iniciativa de realizar lives para conectar-se ao maior número possível de profissionais em todos os países onde são mantidas operações. O objetivo foi divulgar as decisões tomadas, sempre em tom humanizado, alinhado à preocupação legítima de preservar vidas e empregos.

Destaca-se, nesse período, a **Live da Família**, no âmbito da campanha interna Cuidado de Fera, realizada em junho, quando foram completados 100 dias de isolamento social. Na ocasião, foram debatidos temas como ressignificação de valores, empatia e compaixão, além de atrações culturais. Mais de 350 famílias participaram, o que representa audiência de mais de mil pessoas.

Coordenadores, gerentes e diretores de todos os países têm acesso ao **Conexão Líder**, canal de comunicação nos idiomas português, espanhol e inglês, que difunde assuntos estratégicos com detalhes, além de estimular o compartilhamento das informações com as respectivas equipes. Para ações de mobilização imediata, é adotado o WhatsApp, com estímulo para que os líderes divulguem as informações.

Entre as equipes comerciais, a **Convenção Anual de Vendas** faz parte do calendário corporativo de todos os negócios. Nesse encontro são lançados produtos e novas campanhas de marketing e apresentadas ferramentas de apoio à força de vendas, entre outras ações para integração do time. Em janeiro de 2021, pela primeira vez houve a transmissão simultânea para todas as unidades da América Latina, em evento on-line com a presença do CEO e do Presidente do Conselho de Administração. Ao longo do ano, reuniões trimestrais por regional foram realizadas a fim de reforçar a estratégia comercial e promover ajustes de rota com foco nas entregas.



Carlos Amigo - Chile



Claudia Quintero - Colombia



Miguel Enrique Reguera Barrios - Paraguai

## Gestão do clima

O **Grupo de Clima** é um dos caminhos para que os profissionais se expressem e transformem as necessidades em oportunidades. Formado voluntariamente por profissionais de diversas áreas, a instância funciona como um termômetro do clima organizacional nas unidades. Também ajuda os gestores na construção de planos de ação e contribui com a área de pessoas na promoção de encontros, eventos e comemorações. Cada unidade mantém seu Grupo de Clima, que se renova anualmente.

A **Pesquisa de Clima Organizacional**, realizada a cada dois anos, envolve todo o quadro e é aplicada de forma *on-line* com o apoio de consultoria externa. Os resultados são comunicados a todos os profissionais e orientam planos de ação.

Há ainda pesquisas rápidas, chamadas **Pesquisas Pulso**. Em 2020, o recurso foi adotado para ouvir 100% do quadro funcional sobre questões relacionadas à pandemia da Covid-19, o que nos apoiou na implementação de ações rápidas e efetivas diante da crise. Ao longo do ano, foram realizadas 28 Pesquisas Pulso.

Também foi aplicada em novembro uma pesquisa para aferir a aderência dos Feras à cultura desejada pela empresa. Cerca de 65% do quadro funcional participou, com resultado de 84% da aderência, segundo a percepção dos próprios profissionais.



# Agradecer e celebrar

*Diversas iniciativas  
fortalecem a cada ano a  
cultura da troca de feedbacks.*



Remberto Zamora - Peru

Para reforçar comportamentos que fazem a diferença para o negócio, em 2020 teve início a campanha “**Você já elogiou alguém hoje?**”, estimulando que as pessoas expressem gratidão aos colegas. A iniciativa informou ainda o lançamento da funcionalidade “Elogio” na plataforma de performance da Qulture Rocks. Entre o início da campanha, em julho, e dezembro, foram quase 700 elogios enviados via plataforma.

Anualmente, os profissionais que completam mais de dez anos de casa são reconhecidos na **Festa das Medalhas**. A celebração, que chegou à 56ª edição em 2020, foi realizada em quatro lives, sendo duas em português e duas em espanhol. Todas as comemorações contaram com a presença dos diretores, do CEO e de herdeiros dos fundadores, membros da família Hansen. Foram 444 profissionais homenageados e mais de 1.300 telespectadores.

A Festa das Medalhas conta ainda com o tradicional momento **Feras do Ano**, reconhecendo os profissionais que se destacaram ao longo de 2020. Os cinco homenageados – três do administrativo e dois da operação – foram escolhidos em votação pelos colegas, e cada um representou um dos comportamentos da cultura interna.



Yeimi Gueva - Colômbia



Gaston Olaondo - Uruguai



Karen S Kubiak - Estados Unidos

EM EQUIPE,  
ENTREGANDO  
**RESULTADOS**

6



# Impacto social

***A soma de diversas opiniões com troca e transparência, cuidando uns dos outros, só potencializa qualidade e resultado***

O relacionamento com as comunidades é orientado para gerar impacto positivo em linha com o propósito de “Cuidar da água para transformar a qualidade de vida das pessoas”. Desde 2019, o Grupo Tigre vem fortalecendo os verbos “Cuidar” e “Transformar” por meio de ações sociais cada vez mais vinculadas aos negócios.

## ICRH

Desde 2003, o Instituto Carlos Roberto Hansen (ICRH) é responsável por orientar o Investimento Social Privado da Tigre. Os recursos provêm de investimentos próprios ou de leis de incentivo nos âmbitos federal, estadual e municipal. O ICRH também trabalha em parceria com entidades com o mesmo foco de atuação por meio de doação de produtos, recursos financeiros e/ou horas trabalhadas. Os profissionais da empresa contribuem ainda como facilitadores, nos centros operacionais, sobretudo onde estão instaladas as unidades.

A atuação, focada nas frentes de saúde, educação, cultura e esporte, segue rígido processo de governança. Antes da execução de cada projeto, são avaliadas as necessidades das localidades e a integridade dos parceiros/proponentes. Caso aprovado, os centros operacionais acompanham a execução por meio de visitas periódicas, e todos os responsáveis pelos projetos apoiados prestam contas do investimento.

Em 2020, o ICRH concentrou esforços e investimentos no acesso e conservação da água, que é o meio mais eficiente no combate à Covid-19, além de outras ações de apoio social no contexto da crise sanitária. Entre elas destacam-se:

## Aporte ao:

- Fundo da Associação Empresarial de Joinville (ACIJ), destinado a respiradores e leitos de UTI no Hospital São José, beneficiando cerca de 60 mil pessoas.
- Fundo Volta por Cima (Artemisia/Banco Pérola), que concedeu empréstimos a juro zero para empreendedores de negócios de impacto social de periferia e de outros grupos vulneráveis afetados pela crise ocasionada pela Covid-19, para que possam seguir com suas jornadas empreendedoras, mantendo empregos e renda para tantas pessoas nas periferias.
- Centro de Triagem do Coronavírus montado anexo ao ginásio da Associação Atlética Tupy, em Joinville (SC).

## Doação de:

- 2.700 caixas d'água em áreas de vulnerabilidade social nos estados de Pernambuco, Paraná e São Paulo.
- 1.050 lavatórios no Brasil (Rio de Janeiro e Manaus).
- 45 válvulas de cilindro de oxigênio para Manaus (AM).
- Materiais para ampliação da Maternidade Darcy Vargas, em Joinville (SC).
- Alimentos a cerca de 990 famílias – ação em parceria com Tigres do Bem na Escola Municipal Professor Edgar Monteiro Castanheira em Joinville (SC).



*A inscrição de projetos beneficiados pelo ICRH deve ser feita diretamente no site [www.icrh.com.br](http://www.icrh.com.br).*



Pessoas atendidas

**374**  
MIL

**5.075**  
MILHÕES

Pessoas atendidas com recursos próprios

**171**  
MIL

**3.616**  
MILHÕES

**ICRH em 2020**  
**ICRH de 2003 a 2020**



Investimentos

**R\$ 5,14**  
MILHÕES

**R\$ 58,72**  
MILHÕES

Investimentos com recursos próprios

**R\$ 895**  
MIL

**R\$ 25**  
MILHÕES



Projetos atendidos

**144**

**6.863**



# Coalização habitação

A Coalizão habitação foi criada em 2018 a partir de parceria com as organizações Artemísia, Gerdau, Instituto Vedacit e Votorantim Cimentos, e apoio do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil, da Caixa Econômica Federal e da organização global não governamental Habitat Brasil. O objetivo é acelerar empreendedores de impacto com foco em habitação para baixa renda e geração de conhecimento sobre o tema.

Em 2020, foram selecionados 18 negócios para uma jornada de apoio 100% *on-line*, com duração de 12 semanas. Os participantes tiveram acesso a uma forte rede de mentores e empreendedores, dos quais 20 profissionais da Tigre, além de conteúdos práticos para a identificação de desafios, validação de hipóteses e planejamento dos próximos passos frente ao atual cenário da crise sanitária. No fim da jornada, os quatro negócios que mais se destacarem receberão capital-semente de R\$ 30 mil e passarão por outro processo intensivo de aceleração individualizado por mais três meses.

O ano também foi marcado pela atualização da Tese de Impacto Social em Habitação. Trata-se de uma análise setorial dos principais desafios enfrentados pela população em situação de vulnerabilidade econômica no Brasil em relação à habitação. A intenção é apontar caminhos para que negócios de impacto social possam promover melhorias às vidas dessas pessoas por meio de soluções que amenizem parte desses desafios. Também visa sensibilizar empreendedores sobre a importância do tema, abrindo caminhos para o envolvimento de cada vez mais *stakeholders* na temática.



**ACESSE**

O estudo gratuitamente em  
[www.artemisio.org.br/habitacao](http://www.artemisio.org.br/habitacao).

Como forma de divulgar esse conhecimento, é realizado anualmente evento alusivo ao Dia Nacional da Habitação, para debater o tema, trazendo diversos atores ligados à habitação para um espaço de aprendizado coletivo. A edição de 2020 foi *on-line* e teve como tema “Habitação de Interesse Social e Empreendedorismo de Impacto”. Por meio de painéis, foram debatidos os principais problemas de moradia do País, enfrentados principalmente pela população em situação de vulnerabilidade social, e a forma como a readequação de uma casa insalubre pode ser transformadora para a vida de milhões de brasileiros. O CEO da companhia participou do painel “A Indústria da construção e os desafios da habitação”, ao lado de outros executivos das empresas parceiras.



## Saneamento para comunidades

Em parceria com a Biosaneamento, negócio de impacto focado em contribuir com a universalização do saneamento básico, a Tigre Água e Efluentes participou de uma iniciativa liderada pelo Instituto Iguá que visa implementar coleta e tratamento de esgoto na comunidade de Vila Moraes, em São Bernardo do Campo, região metropolitana de São Paulo.

No âmbito da iniciativa, a tecnologia adotada foi a unidade da estação de tratamento de esgoto unifamiliar. Desenvolvida pela Tigre, a tecnologia garante mais de 90% de eficiência no tratamento do esgoto doméstico, superando as exigências regulatórias. Por ser compacta, não requer uma licença para ser instalada, ao contrário da fossa, solução usada por metade da população brasileira. Além disso, o processo de limpeza não gera odor e apresenta baixos consumo energético (15 watt-hora por usuário) e custo relativo (em torno de 5 mil reais por aparelho).

Após a fase de teste, atendendo 15 pessoas em três casas, a iniciativa segue sendo estendida a outros moradores. A intenção é alcançar as cerca de 450 famílias em contexto de alta vulnerabilidade social na Vila Moraes, além de replicar o modelo em outras comunidades.

## Construindo o amanhã

Com o intuito de ajudar clientes e prestadores de serviços no controle da disseminação da Covid-19, a Tigre firmou parceria com a Fix, *startup* de manutenção residencial, e lançou a campanha **“Construindo o Amanhã”**, no âmbito da qual foram liberados *vouchers* no valor de R\$ 100,00 de desconto para apoiar clientes que necessitavam de serviços de manutenção para a casa. Na outra ponta, a ação possibilitava o pagamento de uma reforma futura a profissionais de obras que estavam sem trabalho.

De acordo com pesquisa da Fix, mais de 90% dos parceiros tem como fonte de renda principal a realização de serviços de construção civil e manutenção, e 54,7% deles demonstraram preocupação com a manutenção da renda no período da pandemia.

Além dos descontos em serviços de reparos, melhorias e manutenção residencial e da liberação de recursos financeiros aos profissionais, a empresa organizou uma série de *lives* para capacitação profissional. O conteúdo foi ministrado pelos profissionais. Durante a campanha, entre 13 de maio e 23 de junho, foi realizada uma *live* por semana nas páginas da Tigre nas redes sociais digitais, o que incrementou a capilaridade no contato com o público e levou educação e informação para profissionais do mercado.



# 74.021

pessoas alcançadas pelas lives

# 500

serviços fechados

# R\$245MIL

foram destinados a prestadores de serviços, ajudando-os a passar pelo momento do isolamento

# Gestão ambiental

***A Tigre busca sempre mapear e controlar os impactos ambientais de sua operação, alinhando as melhores práticas da indústria, que contribuam para a eficiência operacional e a redução do consumo de recursos naturais.***

As iniciativas da empresa são pautadas pela Política de Qualidade e Responsabilidade Socioambiental, que preconiza consumo consciente de água, energia e materiais, reaproveitamento de resíduos e controle da emissão de gases de efeito estufa, essa política foi baseada em normas internacionais e segue como referência para todas iniciativas do Grupo Tigre.

As unidades de Joinville (SC), Rio Claro (SP) e Escada (PE), no Brasil, e as do Equador e do Peru detêm Sistema de Gestão Ambiental certificado na norma ISO 14001, que contribui para que a empresa torne suas operações diárias mais sustentáveis. Em 2020, foram realizadas auditorias interna e externa nas unidades que possuem certificação, além da auditoria de requisitos legais, exigência da norma. Em razão da pandemia, o processo foi feito 100% remoto.

Foram determinadas no ano metas do consumo de água, energia e resíduos para todas as unidades do Grupo Tigre Brasil. Em uma visão de “Uma só Tigre”, em setembro os Comitês Técnicos de Meio Ambiente foram estendidos para as unidades internacionais, seguindo o modelo do Brasil. A estrutura promove reuniões mensais para otimizar o uso de recursos, definindo parâmetros, metas, compartilhamento de boas práticas e ações sistêmicas. Assim, a partir de outubro, teve início o acompanhamento padronizado de indicadores em todas as operações e como melhoria para o próximo ano serão definidas metas para as unidades internacionais, permitindo um maior alinhamento entre todos os negócios.

***Na Tigre Peru, foi concluído o programa de Valor Compartilhado com a Comunidade de Lurín, que englobou capacitação técnica para os membros do Conselho de Irrigadores da Bacia do Rio Lurín, gerando uma aproximação social entre a Tigre e a comunidade por meio do tema do cuidado com a água. O programa corresponde à segunda fase do Projeto de Obtenção do Certificado Azul realizado pela Autoridade Nacional de Águas. Este certificado é uma diferenciação comercial das licitações com o Estado.***



# Água 103-2, 103-3, 303-1

Garantir o acesso universal e seguro à água potável até 2030 – essa é a meta do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 6, da Organização das Nações Unidas (ONU). A Tigre contribui diretamente para a consecução desse objetivo desde o seu propósito, tanto na produção de infraestrutura adequada, quanto em iniciativas de acesso a saneamento. Em suas instalações, trabalha para o uso racional e sustentável desse recurso.

Os Comitês Técnicos de Meio Ambiente acompanham os indicadores relacionados à água nas respectivas unidades por meio de reuniões mensais, em que são debatidas informações de consumo e boas práticas relacionadas à eficiência do recurso. O objetivo é garantir o consumo inteligente a partir de ações de otimização e um acompanhamento contínuo, para utilizar o recurso de forma consciente e sem desperdícios.

Em 2020, o consumo de água sofreu uma variação, que está diretamente relacionada ao aumento da produção; com a redução da operação em razão da pandemia, não foi possível realizar o monitoramento diário, o que impossibilitou a identificação imediata de vazamentos. Mesmo assim, todas as unidades no Brasil se mantiveram dentro da meta estabelecida para o ano. Este é o primeiro ano em que serão considerados os indicadores das unidades internacionais, que estabelecerão metas a partir de 2021.

## VOLUME TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE NO BRASIL (m³) 303-5

	2019	2020
<b>Tigre Tubos e Conexões</b>		
águas superficiais, incluindo áreas úmidas, rios, lagos e oceanos	24.366,51	29.849,68
águas subterrâneas	117.903,00	125.952,07
águas pluviais diretamente coletadas e armazenadas pela organização	2.387,00	7.490,42
abastecimento municipal de água ou outras empresas de abastecimento de água	12.907,50	17.019,72
Total	157.564,01	180.311,89
<b>Tigre Ferramentas para Pintura</b>		
águas subterrâneas	9.966,00	6.829,00
abastecimento municipal de água ou outras empresas de abastecimento de água	2.781,00	1.617,00
Total	12.747,00	8.446,00
<b>Tigre Metais</b>		
abastecimento municipal de água ou outras empresas de abastecimento de água	32.649,00	31.478,00
Total	32.649,00	31.478,00
Total	202.960,01	220.235,89

A Política de Qualidade e Responsabilidade Socioambiental da Tigre orienta ações para o consumo consciente dos recursos naturais e a eficiência operacional

## VOLUME TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE NAS UNIDADES INTERNACIONAIS (m³) 303-5

	águas subterrâneas	abastecimento municipal de água ou outras empresas de abastecimento de água	Total
Argentina	18.151,49	82,92	18.234,41
Bolívia	10.089,80	3.558,30	13.648,10
Chile	-	32.477,00	32.477,00
Colômbia	-	2.100,00	21.00,00
Equador	-	3.984,00	3.984,00
Paraguai	9.496,00	46,49	9.542,49
Peru	-	29.123,26	29.123,26
Uruguai	602,00	6,18	608,18
EUA	-	-	-
Total	38.339,29	71.378,15	109.717,44

## Gestão de materiais 103, 301, 103-2, 103-3

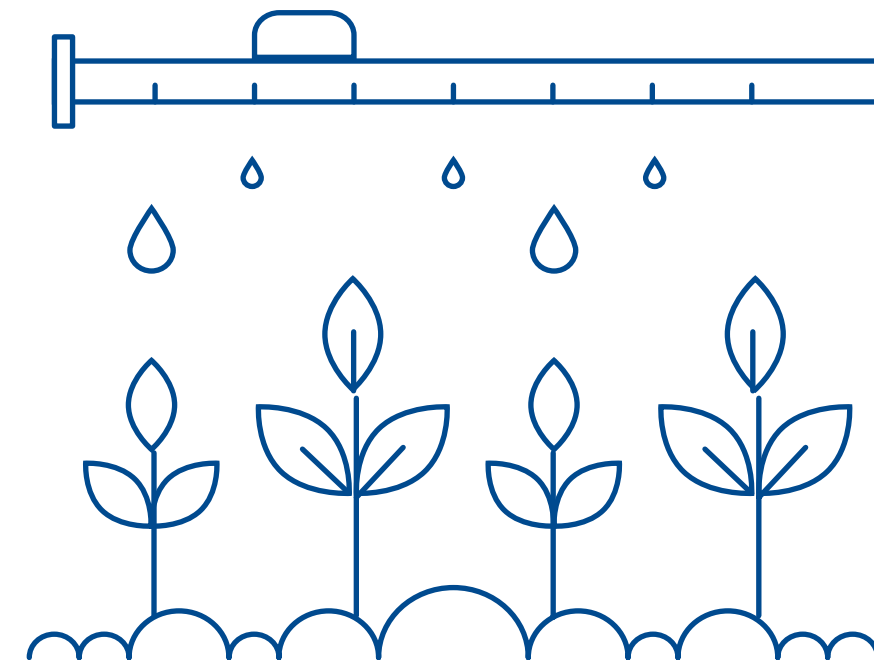
O ano de 2020 foi desafiador no segmento de matérias-primas, com significativo aquecimento do mercado e dificuldades de abastecimento. A Tigre manteve-se atenta às possibilidades e soube gerenciar o tema de forma a garantir o bom atendimento de seus clientes. Por outro lado, a empresa acredita que o uso de materiais é um tema estratégico e busca novas soluções para otimizar o uso dos recursos naturais.

A empresa foi pioneira na introdução do plástico na construção civil brasileira. O PVC é o material mais utilizado na produção da Tigre e apresenta diversas vantagens diante de outras matérias-primas, como *performance*, maior resistência em altas temperaturas e propagação de chamas e baixo consumo de energia na produção. Além disso, o material é 100% reciclável e gera poucos resíduos. Conforme o Instituto Brasileiro do PVC (IBPVC), 70% dos produtos de PVC têm vida útil entre 15 e 100 anos e somente 8% são considerados descartáveis.

A Tigre usa desde 2012 em uma de suas linhas de produtos o chamado “plástico verde”, polietileno proveniente da cana-de-açúcar. O consumo de 885 toneladas desse material, nos últimos nove anos, proporcionou redução de 4.362 toneladas de CO<sub>2</sub> em suas emissões, o equivalente à captura de 113.058 árvores de reflorestamento no mesmo período. Foram utilizadas 68,75 toneladas desse composto em 2020. 301-2

Além do polietileno proveniente da cana de açúcar, a Tigre adota, em um de seus componentes internos na linha de caixas de descarga, material reciclado proveniente de terceiro. Em 2020, foram consumidas 85 toneladas desse insumo. 301-2

Outra frente de atuação é o reaproveitamento dos resíduos da produção. No exercício, 7,5% dos insumos utilizados na Tubos e Conexões foram provenientes de reprocessamento interno. Na Tigre Metais, é feita a reutilização do resíduo de latão da usinagem; em 2020, foi possível reutilizar 39% dos resíduos do processo produtivo, totalizando 194 toneladas. 301-2



Em 2020, foram iniciados estudos de materiais para substituir resinas virgens por polímeros provenientes de fonte reciclável. Os testes estão sendo realizados em produtos da FPP.

Essas e outras iniciativas ficam a cargo da área corporativa Engenharia de Materiais, que periodicamente realiza auditorias, internas e externas, que visam promover o melhor desempenho das operações. A equipe monitora ainda um indicador de eficiência dos materiais para a melhor gestão do tema nos centros operacionais e presta suporte para as unidades internacionais.

# Economia circular

A economia circular é uma necessidade e um desafio necessário para preservar o capital natural e maximizar o rendimento de recursos, garantindo a efetividade do sistema. Esse tipo de iniciativa se torna cada vez mais importante no contexto da pandemia, em que os hábitos de consumo mudaram. No setor de construção civil, em que há alta produção de resíduos, o tema tem ainda mais destaque. A transição para a economia circular permitirá que a indústria brasileira esteja à frente das legislações e em conformidade com as normas nacionais e internacionais.

A Tigre entende o seu papel na cadeia e está comprometida em promover soluções que contribuam com a preservação dos recursos naturais. A Organização das Nações Unidas (ONU) prevê que, em 2030, a humanidade vai necessitar de 35% a mais de alimento, 40% a mais de água e 50% a mais de energia. Além da TAE, que atua com o reuso da água, a Tigre possui iniciativas internas voltadas à economia circular e desenvolve estudo para definir estratégia de ação sobre esse tema para os próximos anos.

Dentre as iniciativas internas, a Tigre realiza a recuperação de produtos devolvidos por questões técnicas ou com validade vencida. Em 2020, esse material representou 0,007% do total de manufaturados. A intenção, entretanto, é que esse indicador diminua à medida que são aprimorados os produtos e processos. **301-3**

Outro recurso dedicado à redução dos resíduos gerados é o uso de materiais de menor impacto em embalagens. Cerca de 67% dos papéis utilizados têm certificação do Forest Stewardship Council (FSC), organização internacional que assegura a origem a partir do manejo florestal adequado, entre outras iniciativas adotadas para o consumo de embalagens de fonte renovável. Em 2020, houve um pequeno aumento no consumo total de embalagens em relação ao ano passado devido ao incremento da demanda, sobretudo a partir de maio.



67%

dos papéis utilizados têm certificação do Forest Stewardship Council (FSC)

## MATERIAIS USADOS PARA EMBALAGEM DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS, POR FONTE (EM TON) **301-3**

Nome do material	Fonte renovável ou não-renovável	2019	2020
<b>T&amp;C Brasil</b>			
Papel (papel, papelão, papel cartão)	renovável	1.576	1.584
Embalagens plásticas (PE Verde)	renovável	2,55	2,27
Total renovável		1.578	1.587
Embalagens plásticas (PP + PE)	não renovável	842	1.105
Calços (Poliestireno)	não renovável	5,9	5,5
Total não renovável		848	1.110
Total		2.427	2.697
<b>FPP</b>			
Papel (papel, papelão, papel cartão)	renovável		644,1
Embalagens plásticas	não renovável		229,6

Obs: O valor corresponde a todas as embalagens da T&C. Em 2020, a Tigre adquiriu certificados de reciclagem (CRE) da empresa Eureciclo, para compensação da massa de embalagens a ser reciclada a partir de demanda no Mato Grosso do Sul. Em 2021, será estabelecido plano nacional para o tema.

## Metais

Tipo embalagem	Peso total (kg)
Papel	27.378
Embalagens plásticas	38.578
Total	65.956

# Gestão de resíduos

306-3, 306-5

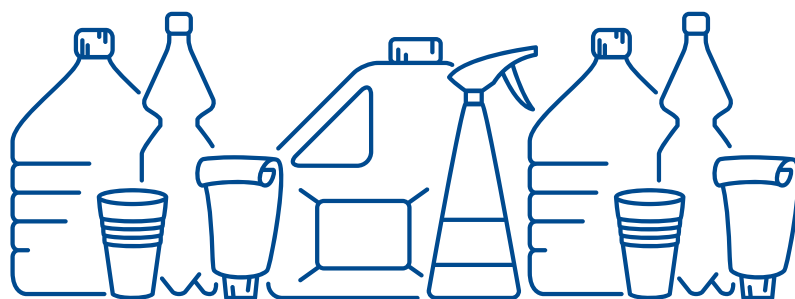
A correta destinação de resíduos e efluentes é uma responsabilidade da empresa, que parte do princípio da redução de consumo desnecessário, considerando o máximo aproveitamento de todos os materiais. As unidades do Grupo Tigre trabalham atentas às melhores práticas de gestão de resíduos, incentivando sempre o processo de coprocessamento e compostagem, que evitam o envio do material para aterro sanitário e industriais. Para os resíduos recicláveis, a Tigre realizada adequada segregação, garantindo a sua disposição correta. Além disso, investe em treinamentos específicos com os profissionais para reciclagem. Todas as unidades do grupo realizam a Semana de Eventos Tigre, que, além de tratar de temas de segurança, aborda questões sobre conscientização dos recursos – o tema de separação correta dos resíduos sempre faz parte da pauta. Como melhoria para os próximos anos, serão incluídos os indicadores de resíduos referentes às unidades internacionais.

RESÍDUOS PERIGOSOS (TONELADA) 306-3, 306-5							
Disposição	Tipo	Tigre Tubos e Conexões (Brasil)		Tigre FPP		Tigre Metais	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
Reciclagem / Descontaminação	Óleo usado	44,64	40,77	-	1,87	15,27	20,61
	Tambores Vazios	7,46	2,39	1,20		-	-
	Lâmpadas	1,26	0,04	0,12	0,115	-	-
	Outros	-	,53	-		1,72	-
Incineração	Resíduos de Saúde	0,011	2,09	,006	0,005	,0052	-
Coprocessamento	Sólidos Contaminados	154,82	176,88	4,92	86,43	51,29	14,36
Aterro Industrial	Sólidos Contaminados	25,80	2,04	146,30	68,87	-	-
	Outros	1,29	0,13	-		-	-
Tratamento Externo	Água contaminada (emulsão oleosa)	259,88	65,51	-	8,31	16,32	-
Logística Reversa		-	-	-	-	-	71,25
Total		495,16	290,37	152,55	165,60	84,61	106,23

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS (TONELADA) 306-3, 306-5							
Disposição	Tipo	Tigre Tubos e Conexões (Brasil)		Tigre FPP		Tigre Metais	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
Reciclagem	Papel, Papelão e Plástico	523,00	671,09	48,98	112,66	34,85	42,94
	Metais ferrosos e não ferrosos	569,61	333,10	54,77	29,12	8,25	15,95
	Madeira	868,09	1.011,18	-	-	31,60	42,68
	Outros	210,00	40,50	-	-	12,01	-
Aterro Sanitário	Lixo Comum e orgânico	390,98	326,89	19,00	14,00	62,84	64,18
	Resíduo de obra	-	-	-	-	8,50	-
Reutilização	Retalho de Lã, Espuma	-	-	87,38	73,91	-	-
Compostagem		47,84	74,97	-	-	-	-
Terraplanagem		7,41	2,49		-	-	-
Tratamento externo	Lodo ETE/ Caixa de gordura	824,14	-	-	-	40,94	-
Logística reversa	Isopor, resíduos para construção	0,61	-	-	-	-	-
Total		3.441,68	2.460,21	210,13	229,69	198,98	165,75

## Reciclar para recriar

*O Programa Reciclar para Recriar destina a receita da venda de resíduos recicláveis a projetos sociais apoiados pelo Instituto Carlos Roberto Hansen (ICRH). Em 2020, foram investidos R\$ 135.886,69 no programa, beneficiando 21.204 pessoas. Essas ações aconteceram em Joinville (SC) e Rio Claro (SP).*



**R\$ 135.886,69**

*investidos em 2020*

**21.204**

*pessoas beneficiadas*

## Eficiência energética

Implementar soluções que otimizem o consumo de energia elétrica é uma das principais alternativas para reduzir impacto ambiental e econômico das operações. O uso de novas tecnologias permite uma série de benefícios, e a Tigre busca constantemente investir em ações que permitam uma maior eficiência energética em seus processos. Em 2020, como resultado dessa estratégia, foram substituídas 13 bombas de abastecimento de matéria prima com renovação tecnológica, permitindo redução no descarte de resíduos e ganhos no custo de transformação em energia elétrica e manutenção.

O reflexo das ações de eficiência energética são traduzidas nos indicadores das unidades, que possuem metas de redução de consumo de energia e apresentam os resultados mensalmente no Comitê Técnico de Meio Ambiente. As boas práticas são apresentadas para o grupo, com foco em garantir um maior alinhamento entre todos os negócios, como foi o caso da instalação de telhas translúcidas para aproveitamento de luz natural e a instalação de lâmpadas led, conforme a necessidade de manutenção, nas unidades internacionais. Este é o primeiro ano em que serão considerados os indicadores das unidades internacionais, que estabelecerão metas de redução a partir de 2021.

## Gerenciamento das emissões

Desde 2019, a Tigre divulga seu inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE), conforme diretrizes do The Greenhouse Gas Protocol e de sua versão nacional, o Programa Brasileiro GHG Protocol.

O processo é conduzido pela área de Sustentabilidade, com apoio das equipes de Meio Ambiente e Manutenção dos Centros Operacionais, e considera o prédio administrativo, os centros operacionais de Tubos e Conexões do Brasil e os negócios de Ferramentas para Pintura e Metais.

*O inventário estava em execução durante o processo do Relatório de Sustentabilidade 2020. As informações estarão disponíveis no site.*

### CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS (M³) 302-1

	2019			2020		
	Tigre Tubos e Conexões	Tigre FPP	Tigre Metais	Tigre Tubos e Conexões	Tigre FPP	Tigre Metais
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	130458			348170,50		
Gás natural seco	1.276.656,11		70439,00	1204194,52		
Total	1.407.114,11		70439,00	1552365,02		

### CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS (M) 302-1

	2019			2020		
	Tigre Tubos e Conexões	Tigre FPP	Tigre Metais	Tigre Tubos e Conexões	Tigre FPP	Tigre Metais
Lenha Comercial (metro)		538,85			793,65	

### TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA NO BRASIL (GJ) 302-1

	2019			2020		
	Tigre Tubos e Conexões	Tigre FPP	Tigre Metais	Tigre Tubos e Conexões	Tigre FPP	Tigre Metais
energia consumida¹	2126278,30	12815,11	5910672,00	385481,75	12658,76	8331146,22
Total	8121618,16	12815,11	5981111,00	385481,75	385481,75	8331146,22

¹ A energia adquirida pela unidade é de um prestador de serviços relacionados ao mercado de energia de fonte renovável e utilizada pela unidade de fonte renovável

### TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA NO EXTERIOR (GJ) 302-1

Tigre Tubos e Conexões									
	Argentina	Bolívia	Chile	Colômbia	Equador	Paraguai	Peru	Uruguai	Total
energia consumida	48333,60	26677,30	34836,72	18298,19	16031,82	20712,92	39050,04	6599,50	210540,09

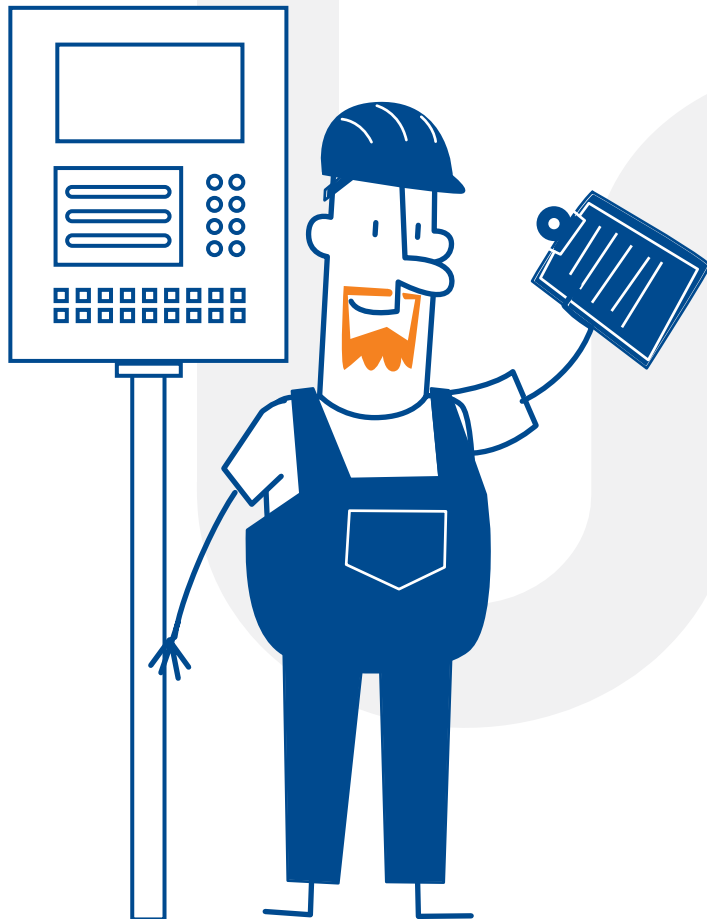
¹ A energia adquirida pela unidade é de um prestador de serviços relacionados ao mercado de energia de fonte renovável

² A unidade dos EUA não será considerada em 2020, é uma melhoria para os próximos anos.



# Resultados

*Líder do mercado nacional de tubos e conexões,  
a empresa encerrou o ano com aumento na receita  
líquida total, em relação ao montante de 2019,  
13% superior ao da indústria de materiais de construção.*



Os números demonstram resiliência em um ano desafiador, marcado pela pandemia da Covid-19, que provocou a queda de até 60% na produção ainda nas primeiras semanas de isolamento social, em março e abril, e chegou a exigir a paralisação de algumas operações no Brasil durante 15 dias.

O mercado voltou a reagir positivamente a partir de maio, impulsionado principalmente pela manutenção das atividades da construção civil e do varejo de materiais. A média mensal de consumidores saltou 25% desde então, sobretudo por estarem mais em suas casas e buscarem por ainda mais conforto.

As operações internacionais em nove países da América do Sul e nos Estados Unidos seguiram o mesmo movimento de evolução, com aumentos médios de 20% em faturamento na comparação com o ano anterior, apesar de lockdowns mais severos, sobretudo no Equador e na Colômbia.

Em 2021, as iniciativas de matricialidade, com a criação dos centros de excelência, e do uso da metodologia Playing to Win deverão apresentar resultados significativos de eficiência operacional. Os investimentos do Grupo Tigre na próxima década no país deverão estar centralizados na universalização do saneamento, alavancada pelo novo Marco Legal do Saneamento Básico.

# Reconhecimentos

## Anamaco

*Concedido pela Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamaco)*

- 1º LUGAR EM TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE
- 1º LUGAR EM FITA ISOLANTE
- 2º LUGAR EM TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA
- 2º LUGAR EM ACESSÓRIOS PARA PINTURA
- 2º LUGAR EM CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO
- 3º LUGAR EM METAL SANITÁRIO
- 3º LUGAR EM QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO
- 3º LUGAR EM LIXA
- 4º LUGAR EM COLA
- 4º LUGAR EM TORNEIRA PARA COZINHA
- 4º LUGAR EM ACESSÓRIO PARA BANHEIRO
- 5º LUGAR EM TORNEIRA DE PLÁSTICO

## Revista Revenda

A Tigre foi destaque na categoria "Melhor Produto do Ano".

## Prêmio Reclame AQUI

*Visa premiar as empresas que mais respeitam o consumidor, valorizando o atendimento e proporcionando uma experiência positiva. Em 2020, a Tigre figurou em:*

- 1º LUGAR EM FITA ISOLANTE; e
- 2º LUGAR EM TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA

## Revista Eletricidade Moderna

- 2º LUGAR EM ACESSÓRIOS PARA PINTURA
- 2º LUGAR EM CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO
- 3º LUGAR EM METAL SANITÁRIO
- 3º LUGAR EM QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO
- 3º LUGAR EM LIXA
- 4º LUGAR EM COLA
- 4º LUGAR EM TORNEIRA PARA COZINHA

## Revista Show do Pintor

- 4º LUGAR EM ACESSÓRIO PARA BANHEIRO
- 5º LUGAR EM TORNEIRA DE PLÁSTICO

## Jornal Valor

A Tigre ocupou a 51ª posição entre as 150 empresas mais inovadoras do Brasil, segundo o levantamento desenvolvido pelo Valor Econômico em parceria com a consultoria Strategy&

## Great Place to Work

Melhores Empresas para trabalhar em Santa Catarina

## Instituto Merco

100 Melhores Empresas em Reputação Corporativa

## BBM Logística

Prêmio BBM Projeto de Logística 2020, na categoria Melhoria Operacional

## GROW+

A Tigre conquistou o prêmio Innovation Awards, na categoria Conexão com startups.

# SOBRE ESTE **RELATÓRIO**



Pelo quinto ano consecutivo, a Tigre divulga seu Relatório de Sustentabilidade, elaborado em sintonia com as Normas da Global Reporting Initiative (GRI), opção “De Acordo: Essencial”. **102-52, 102-54**

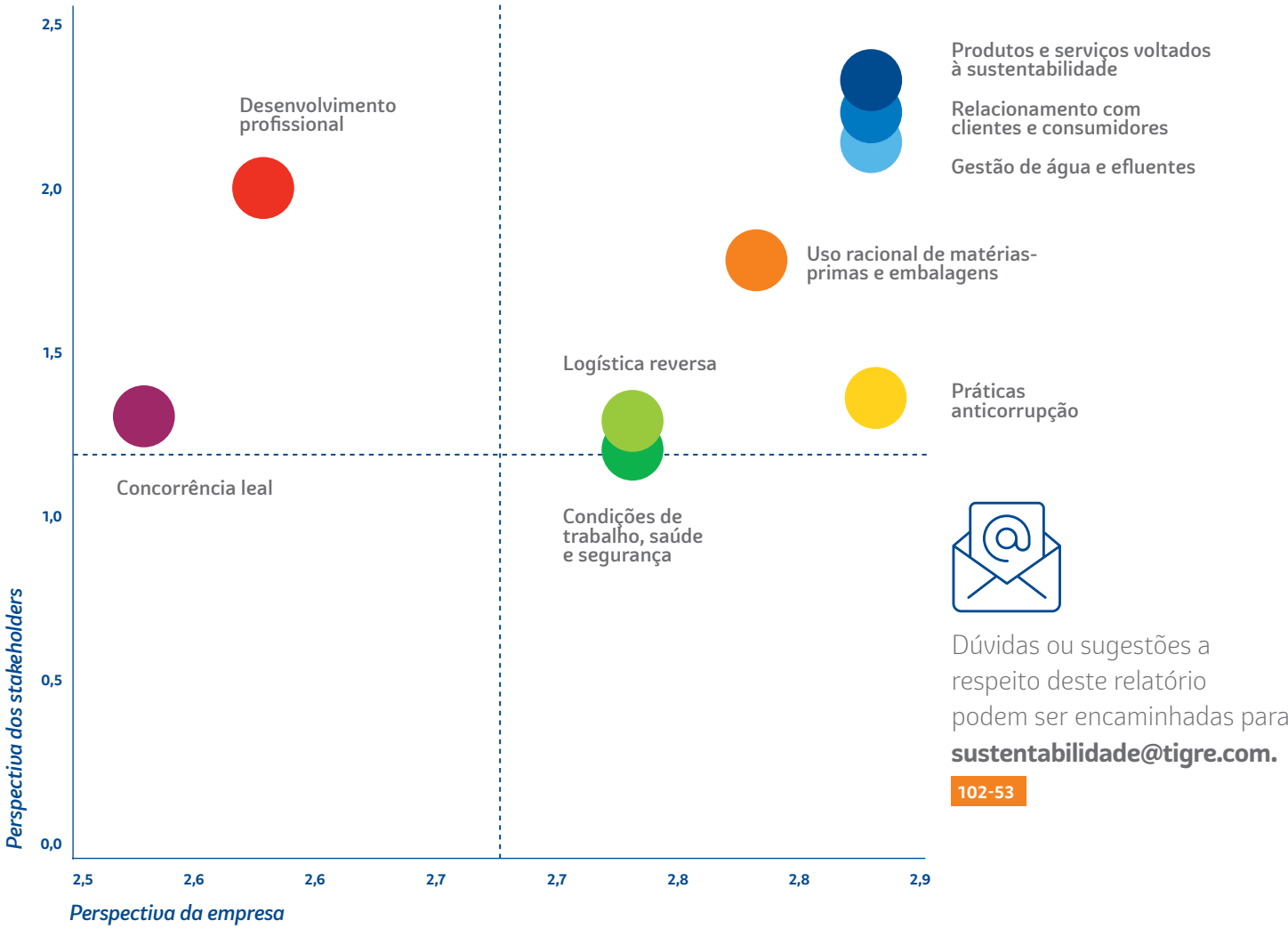
O material apresenta o desempenho das operações, no Brasil e no exterior, entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2020. Também aborda a gestão corporativa em relação aos temas materiais identificados em 2017, com base nas orientações da GRI e da norma AA1000.

Dez grupos de *stakeholders*, entre arquitetos, designers, vendedores e engenheiros, foram selecionados como públicos estratégicos por serem impactados diretamente pelos negócios desenvolvidos. Como resultado, cinco entre nove temas foram priorizados para direcionar a comunicação da companhia: produtos e serviços direcionados à sustentabilidade; relacionamento com clientes e consumidores; gestão de água e efluentes; uso consciente de materiais e logística reversa; e desenvolvimento profissional.

**102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-45, 102-50**

# Matriz de materialidade

**102-46, 102-47**



# ANEXOS

8



# Informações corporativas

102-4

## Tigre Tubos e Conexões

### Manaus (AM)

Avenida Buriti, nº 3501, Lote 3,  
Distrito Industrial - CEP: 69075-000  
Telefones: (92) 3615-4946  
(92) 3615-4933

### Rio Claro (SP)

Avenida Brasil, nº 4233, Distrito  
Industrial, CEP 13.505-600  
Telefone: (19) 2112-9600

### Joinville (SC)

Rua dos Bororós, nº 84, Distrito Industrial,  
CEP 89239-290  
Telefone: 47 3441-5000

### Argentina

Calle 12, nº 70, Parque Industrial Pilar,  
Pcia de Buenos Aires, Pilar  
Telefones: +54 (0230) 4497000  
+54 (0230) 4497001

### Bolívia

Parque Industrial Ramón Dario Gutiérrez,  
PI-22, Santa Cruz de la Sierra  
Telefone: +591 (3) 3147210  
Calle Alto de la Alianza No. 665, La Paz  
Telefone: 591 (2) 218-7810

### Chile

Avenida La Montaña, 754,  
Barrio Industrial Los Libertadores,  
Colina, Santiago  
Telefones: +56 (2) 2444-3900

### Colômbia

Km 1,5, Via Sibéria-Cota,  
Condomínio Empresarial Potrero Chico,  
Parque Industrial Robles II, Bodegas 7 y 8,  
Cota - Cundinamarca  
Telefone: +57 1 742-6465

### Equador

Carapungo, El Vergel lote 19 y Giovanni  
Calles, vía marianas  
Telefone: +593 (2) 282 29 94

### Estados Unidos

2315, Beloit Avenue, Janesville,  
Wisconsin, Zip Code 53546  
Telefone: 001-608-754-4554

### Paraguai

Avenida Cacique Lambaré, 2244 c  
Acosta Nú, Lambaré  
Telefone: +595 (21) 905452

### Peru

Av. Carlos Roberto Hansen s/n Lotiz.  
Indust. El Lúculo - Lurín, Lima.  
Telefone: (51-1) 6106833

### Uruguai

Ruta Nacional, nº 1, Km 46,2  
C.P.: 80.100, Libertad, San Jose  
Telefone: (598) 3453511 / 0800 8343

## Tigre-ADS

### Marechal Deodoro (AL)

Rod. Divaldo Suruagy, Km 424 - s/n -  
Lote 202 a 205  
Telefone: (82) 2123-8631

### Santiago (Chile)

Panamericana Norte 20500, Lampa  
Telefone: (56-2) 413-000

### Parque Industrial Santo Domingo (Colômbia)

Av. Troncal de Occidente N° 18-76 Bodega 1,  
Manzana E Mosquera  
Telefone: (57) 312 364-5189

### Buenos Aires (Argentina)

Uruguay 775, 8º piso  
Telefone: (54 9) 11 6606-6794

## Tigre Água e Efluentes

### Indaiatuba (SP)

Av. Antônio José Corral, 328.  
CEP: 13347-446  
Telefone: +55 (19) 3500 4890

### Rio Claro (SP)

Rua Penwalt, nº 270 - CEP:13505-650  
Telefones: (19) 2112-9652  
(19) 2112-9660

## Tigre Ferramentas para Pintura

### Castro (PR)

Avenida Tigre, 660, Vila Santa Cruz,  
CEP 84.168-215  
Telefone: (42) 3232-8100

### São Paulo (SP)

Avenida Dr. Cardoso de Melo, 1750  
10º andar Vila Olímpia / SP - CEP 04548-902  
Telefone: (11) 2109-0350

### Escada (PE)

Rodovia BR 101, Sul – Km 130 s/n  
Distrito Industrial - CEP: 55500-000

### Marechal Deodoro (AL)

Rodovia Divaldo Suruagy - Km 424,  
Lote 203, s/n - CEP: 57160-000

## Tigre Metais

### Rio de Janeiro (RJ)

Rod. Presidente Dutra, 1.362,  
Pavuna 21535-502

# Sumário de conteúdo da GRI

102-55

GRI Standard	Divulgação	Resposta
GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016		
Perfil organizacional	102-1   Nome da organização	Página 11
	102-2   Atividades, marcas, produtos e serviços	Páginas 11 e 14
	102-3   Localização da sede da organização	Página 14
	102-4   Localização das operações	Páginas 14 e 81
	102-5   Natureza da propriedade e forma jurídica	Página 22
	102-6   Mercados atendidos	Páginas 11 e 14
	102-7   Porte da organização	Página 14
	102-8   Informações sobre empregados e outros trabalhadores	Páginas 45 e 46
	102-9   Cadeia de fornecedores	Página 43
	102-10   Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve.
	102-11   Princípio ou abordagem da precaução	Página 28
	102-12   Iniciativas externas	Páginas 20 e 27
	102-13   Participação em associações	Página 27
Estratégia	102-14   Declaração do mais alto executivo	Páginas 7 e 8
Ética e integridade	102-16   Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	Páginas 18 e 25
	102-17   Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética	Página 25
Governança	102-18   Estrutura de governança	Páginas 22 e 23
Engajamento de stakeholders	102-40   Lista de grupos de stakeholders	Página 79
	102-41   Acordos de negociação coletiva	Todos os colaboradores registrados em regime CLT são abrangidos por acordos de negociação coletiva.
	102-42   Identificação e seleção de stakeholders	Página 79
	102-43   Abordagem para engajamento de stakeholders	Página 79
	102-44   Principais preocupações e tópicos levantados	Página 79

GRI Standard	Divulgação	Resposta
Prática de relato	102-45   Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Página 79
	102-46   Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	Páginas 21 e 79
	102-47   Lista de tópicos materiais	Páginas 21 e 79
	102-48   Reformulações de informações	Mudanças estão explicadas em notas explicativas ao longo do documento.
	102-49   Alterações no relato	
	102-50   Período coberto pelo relatório	Página 79
	102-51   Data do relatório mais recente	2020
	102-52   Ciclo de emissão de relatórios	Página 79
	102-53   Contato para perguntas sobre o relatório	Página 79
	102-54   Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Página 79
	102-55   Sumário de conteúdo da GRI	Página 82
	102-56   Verificação externa	Não houve.
<b>TÓPICOS MATERIAIS</b>		
<b>Produtos e serviços voltados à sustentabilidade</b>		
GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu Limite	Página 21
	103-2   Forma de gestão e seus componentes	Página 32
	103-3   Avaliação da forma de gestão	Página 32
GRI 302: ENERGIA 2016	302-1   Consumo de energia dentro da organização	Página 75
<b>Relacionamento com clientes e consumidores</b>		
GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu Limite	Página 21
	103-2   Forma de gestão e seus componentes	Página 30
	103-3   Avaliação da forma de gestão	Página 30
GRI 205: COMBATE À CORRUPÇÃO 2016	205-1   Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Página 25
	205-2   Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Página 24
<b>Gestão de água e efluentes</b>		
GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu Limite	Página 21
	103-2   Forma de gestão e seus componentes	Página 70
	103-3   Avaliação da forma de gestão	Página 70

GRI Standard	Divulgação	Resposta
GRI 303: ÁGUA E EFLUENTES 2018	303-1   Interações com a água como um recurso compartilhado	Página 70
	303-5   Consumo de água	Página 70
<b>Uso consciente de materiais e logística reversa</b>		
GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu Limite	Página 21
	103-2   Forma de gestão e seus componentes	Página 71
	103-3   Avaliação da forma de gestão	Página 71
GRI 301: MATERIAIS 2016	301-2   Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Página 71
	301-3   Produtos e suas embalagens recuperados	Página 72
GRI 306: RESÍDUOS 2020	306-2   Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 73
	306-3   Resíduos gerados	Página 73
	306-5   Resíduos destinados para disposição final	Página 73
<b>Desenvolvimento profissional</b>		
GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu Limite	Página 21
	103-2   Forma de gestão e seus componentes	Página 45
	103-3   Avaliação da forma de gestão	Página 45
GRI 401: EMPREGO 2016	401-1   Novas contratações e rotatividade de empregados	Páginas 53 e 54
GRI 403: SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO 2018	403-1   Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 49
	403-4   Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Páginas 47 e 51
	403-6   Promoção da saúde do trabalhador	Página 49
	403-9   Acidentes de trabalho	Página 51
	403-10   Doenças profissionais	Página 51
GRI 404: CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO 2016	404-2   Programas de aprendizagem contínua para empregados e preparação para a aposentadoria	Página 58
	404-3   Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Página 58
GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES 2016	405-1   Diversidade em órgãos de governança e empregados	Páginas 55, 56 e 57

## EXPEDIENTE

**Coordenação geral** Tigre - Área de Sustentabilidade

**Redação** KMZ Conteúdo

**Projeto gráfico** Marcia Godoy

**Imagens** Acervo Tigre



**tigre.com.br**