Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2011

GRI (4.8)

Sumário

2 Missão, Visão, Princípios Operacionais
3 Mensagem do Diretor-Superintendente
4 Sobre este relatório
6 Principais Conquistas de 2011
8 Perfil Ultragaz
10 Governança e Transparência
14 Visão de sustentabilidade
18 Desempenho Econômico
24 Desempenho Social
40 Desempenho Ambiental
46 Pacto Global
48 Prêmios e Reconhecimentos 2011
50 Índice Remissivo GRI
51 Informações Corporativas e Créditos

Missão

- Atuar com os melhores padrões de qualidade, segurança e excelência operacional de produtos e serviços.
- Fortalecer a marca, promovendo o melhor atendimento ao cliente e o reconhecimento da nossa atuação como empresa sustentável.
- Buscar crescimento permanente, observando nossos valores e princípios e sustentação financeira, através de:
  - Talentos: ter as pessoas como diferencial competitivo.
  - Clientes: marca de maior valor percebido e paixão pelo cliente.
  - Custos: ser o operador de menor custo.

Visão

- Ser o padrão mundial de GLP.

Princípios Operacionais

- Segurança: definir os padrões da indústria.
- Flexibilidade: melhores competências e recursos em qualquer situação.
- Integração: colaboração como palavra-chave.
- Inovação: cultura de aprendizagem.
- Velocidade: sempre à frente dos competidores.
- Qualidade: atendimento confiável, seguro e no tempo certo das necessidades do cliente.
- Sustentabilidade: ser uma empresa sustentável.

GRI (1.1) (1.2)

Boas notícias e resultados de 2011

Esta edição do Relatório de Sustentabilidade da Ultragaz reúne os principais resultados, diretrizes e desafios da companhia em 2011 e projeta, também, algumas metas para 2012.

No exercício de 2011, merece destaque a receita de cerca de R$ 4 bilhões, performance com a qual reafirmamos mais uma vez a nossa liderança nacional no segmento e a solidez do negócio. Solidez ainda mais fortalecida com a aquisição, em outubro do ano passado, da divisão de Gás LP a granel da Repsol no Brasil, por meio da qual incorporamos um volume de vendas anual de 22 mil toneladas.

Em um mercado cada vez mais pressionado por imperativos de natureza socioambiental, seguimos firmes no caminho de construir nossa visão de negócios, isto é, de "Ser o padrão mundial de GLP". Nesse sentido, a Ultragaz intensificou medidas para implantar as ações definidas, desde 2009, na Política de Sustentabilidade.

Uma das diretrizes mais relevantes de 2011 foi a internalização da cultura de sustentabilidade em todas as áreas da empresa e na cadeia de valor, com a finalização de programas de treinamento para os funcionários; e o desenvolvimento do módulo de Sustentabilidade no Programa SOMAR (Soluções de Marketing Aplicadas à Revenda), que visa à capacitação da nossa rede de revendedores.

Vencida essa primeira etapa, a meta para 2012 é garantir que as práticas sustentáveis estejam cada vez mais presentes no cotidiano de toda a companhia, permeando positivamente a nossa cadeia de valor. Também pretendemos criar mecanismos para que a visão Ultragaz de sustentabilidade alcance a sociedade, envolvendo-a com a colaboração dos parceiros estratégicos, os quais nos garantem capilaridade nacional.

Em relação às iniciativas sustentáveis nos pontos de venda e, mais uma vez, demonstrando pioneirismo, investimos na construção, em 2011, da primeira Loja Sustentável Ultragaz, a ser inaugurada até o final deste ano. Concebida sob os critérios do Green Building Council, a edificação terá a certificação LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), atestando o atendimento aos critérios ambientais reconhecidos internacionalmente. A meta para os próximos anos é expandir para diversas cidades esse conceito de loja sustentável.

Sempre preocupada em contribuir para a valorização da cultura e da educação, possibilitando que as classes sociais menos favorecidas tenham acesso a atividades artísticas, cursos de capacitação, de aprendizagem e noções de prevenção à saúde, em 2011 a Ultragaz investiu R$ 2,8 milhões em projetos diversificados, com forte impacto social, destacando o Ultragaz Cultural de cinema e o Museu Itinerante Ultragaz, que percorreram dezenas de cidades brasileiras, além das campanhas educativas de saúde pública contra a violência infantil e a de prevenção da AIDS. Somadas, as iniciativas atingiram cerca 17 milhões de brasileiros.

No que se refere aos desafios ambientais, vale salientar que, em 2011, o total de Emissões de Gases de Efeito Estufa da Ultragaz registrou uma redução significativa em relação ao ano anterior, confirmando o sucesso das estratégias iniciadas em 2009, quando a companhia decidiu estruturar um processo de inventário, visando minimizar os impactos das mudanças climáticas.

Reitero, enfim, que com determinação, o apoio dos nossos acionistas, o empenho dos nossos funcionários e o comprometimento dos nossos parceiros de negócios e fornecedores, os resultados, em 2011, foram positivos. Por isso, expresso aqui o meu sincero agradecimento a todos, inclusive aos nossos clientes, pela confiança depositada ao longo do tempo.

Contudo, temos consciência de que estamos apenas no início desse processo. Para "Ser líder mundial em GLP", a Ultragaz precisa aprimorar-se continuamente em todas as esferas de atuação, demonstrando, na prática, que é uma empresa comprometida com seu negócio, com o país, com a sociedade; que supera os desafios do presente e constrói o seu futuro todos os dias. E, principalmente, que está empenhada em dar a sua contribuição para que tenhamos um mundo social e ambientalmente mais equilibrado.

Boa leitura,

Pedro Jorge Filho
Diretor-Superintendente da Cia. Ultragaz S/A.

Avanços no Relatório de Sustentabilidade da Ultragaz

Pelo segundo ano consecutivo, a Ultragaz presta contas à sociedade obedecendo às diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), em reforço ao seu compromisso de aprimorar, cada vez mais, o diálogo com os públicos estratégicos e os processos de transparência e de monitoramento dos impactos gerados pelo negócio.

Para compor os temas materiais deste relatório foram realizadas, no mês de julho de 2012, **onze entrevistas** em profundidade com *stakeholders* selecionados, sendo **cinco colaboradores da Ultragaz** (das áreas de Sustentabilidade; Saúde, Segurança e Meio Ambiente; Desenvolvimento Empresarial; Administrativa; e de Mercado), **um fornecedor**, **um especialista externo** (Sindigás), **um formador de opinião** (jornalista), **dois revendedores Ultragaz** e **um cliente corporativo**.

O resultado desse esforço de escuta ativa resultou na **Matriz de Materialidade Ultragaz**, que distribui os temas em níveis de importância na percepção dos entrevistados (muito relevante, relevante, média relevância e não relevante), conforme tabela a seguir:

Muito relevante

- Comunicação e marketing
- **Transporte**
- **Treinamento e educação**
- **Emissões**
- **Comunidade**
- Biodiversidade
- Uso de materiais e reciclagem
- Energia
- Rotulagem de produtos
- **Saúde e Segurança do cliente**

Relevante

- **Água**
- Segurança no trabalho
- Relações trabalhistas
- Produtos e serviços
- **Processo de compra**
- Diversidade

Média relevância

- Impactos econômicos
- Concorrência desleal

Não relevante

- **Trabalho infantil**
- **Trabalho precário**
- Corrupção
- Associação coletiva

No que se refere ao grau de relevância, a comparação entre os anos de 2010 e 2011 ficou assim configurada:

MUITO RELEVANTE	2010	2011
Emissões	✓	✓
Comunidade	✓	✓
Segurança no Trabalho	✓	
Transporte	✓	✓
Impactos Econômicos	✓	
Treinamento e Educação	✓	✓
Segurança do Cliente	✓	
Comunicação e Marketing (novo)		✓
Biodiversidade		✓
Uso de Materiais e Reciclagem (novo)		✓
Energia		✓
Rotulagem de Produtos		✓
Saúde e Segurança do Cliente (Saúde, novo)		✓
RELEVANTE	**2010**	**2011**
Energia	✓	
Água	✓	✓
Rotulagem de Produtos	✓	
Relações Trabalhistas	✓	✓
Concorrência Desleal	✓	
Processo de Compra Desleal	✓	✓
Segurança do Trabalho		✓
Produtos e Serviços (novo)		✓
Diversidade		✓

Levando-se em conta o quadro, vale destacar que os temas considerados "muito relevantes", e, portanto, os mais importantes para a gestão da sustentabilidade na Ultragaz, aumentaram de sete (2010) para dez (2011). Para os entrevistados, convém explicar, "muito relevante" significa um tema que precisa ser tratado com especial atenção e cuidado, na medida em que pode, se mal gerenciado, provocar impactos negativos para o negócio, a sociedade e o meio ambiente.

MÉDIA RELEVÂNCIA	2010	2011
Diversidade	✓	
Biodiversidade	✓	
Associação Coletiva	✓	
Corrupção	✓	
Impactos Econômicos		✓
Concorrência Desleal		✓
NÃO RELEVANTE	**2010**	**2011**
Trabalho Precário	✓	✓
Trabalho Infantil	✓	✓
Corrupção		✓
Associação Coletiva		✓

Entre os "muito relevantes", dois são inéditos (Comunicação e Marketing e Uso de Materiais e Reciclagem); e outro, Segurança do Cliente, incorporou também o componente Saúde.

Na visão dos entrevistados, o setor e a empresa ainda não comunicam, com a devida ênfase, o diferencial do Gás LP como uma alternativa de energia comparativamente mais limpa, perdendo a oportunidade de adicionar valor na ótica do cliente final.

Já o tema Saúde e Segurança do Cliente foi apontado como de central relevância para o negócio da Ultragaz. Os entrevistados entendem que a companhia precisa trabalhar fortemente essa questão nos processos e no treinamento de pessoas, para assegurar a máxima qualidade do produto e de sua instalação.

Nessa categoria, dos "muito relevantes", ingressaram ainda três temas que, em 2010, estavam nos quadrantes: "relevante" (Energia e Rotulagem de Produtos); e "média relevância" (Biodiversidade). O conjunto final dos temas eleitos como "muito relevantes" atesta que, de fato, ocorreu um avanço na percepção de quais são as questões de maior impacto para a implementação da cultura de sustentabilidade na companhia.

Já na tabela "relevante", o número de temas permaneceu o mesmo (seis), mas ocorreram três mudanças significativas em relação a 2010: a inclusão de um tema novo, Produtos e Serviços; o remanejamento de Energia e de Rotulagem de Produtos para a categoria "muito relevante"; e o tema Concorrência Desleal, que foi alçado para o quadrante "média relevância".

Os temas classificados como "média relevância" foram completamente alterados, como se pode verificar pela leitura dos quadros comparativos.

Os temas considerados "não relevantes" são aqueles que, na visão dos entrevistados, estão bem equacionados na companhia, não representando, no momento, um desafio importante do ponto de vista da sustentabilidade.

É apropriado salientar que este relatório visa, também, demonstrar como os temas destacados na Matriz de Materialidade foram encaminhados, em 2011, pela Ultragaz nos processos de gestão da sustentabilidade.

Tudo azul na Ultragaz

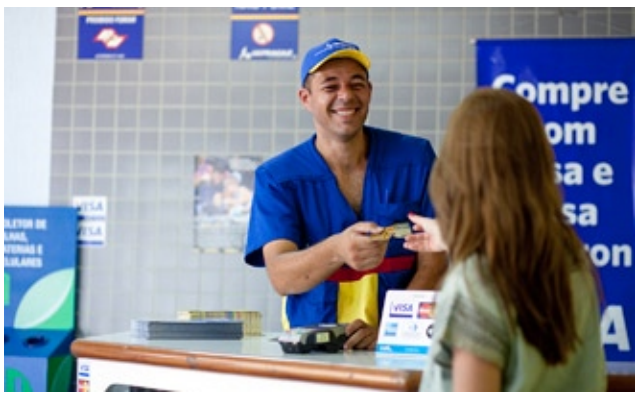
A receita líquida, em 2011, atingiu a cifra de R$ 3,776 bilhões
(veja mais na pág. 18)

Aumento de participação no mercado

A Ultragaz incorporou 22 mil toneladas de Gás LP ao adquirir a distribuição da Repsol no Brasil, o que fortaleceu em cerca de 1% o seu posicionamento no segmento a granel
(veja mais na pág. 09)

Educação para a sustentabilidade

No Dia Nacional Ultragaz de Sustentabilidade, *workshop* reuniu alta direção e executivos da companhia para debater o tema “Liderança para a Sustentabilidade”
(veja mais na pág. 17)



Avanço nas revendas

Material didático do Programa Somar Sustentabilidade foi desenvolvido para disseminar o conceito também nas Revendas Ultragaz
(veja mais na pág. 27)

Treinamento e capacitação

Academia Ultragaz coordenou 5.638 participações nos programas de desenvolvimento profissional, totalizando 35.902 horas de treinamento

(veja mais na pág. 27)

Investimentos socioculturais

Ações da Ultragaz recebem recursos de R$ 2,8 milhões e beneficiam mais de 17 milhões de pessoas em diversas regiões do Brasil

(veja mais na pág. 32)

Redução nas emissões de Gases de Efeito Estufa

Medidas aplicadas resultaram na redução significativa das emissões de gases de efeito estufa em relação ao resultado de 2010

(veja mais na pág. 40)

Reconhecimentos

Prêmio Empresas que Mais Respeitam o Consumidor 2011 — revista Consumidor Moderno

(veja mais na pág. 48)

GRI (2.1 a 2.10)(4.13)

Pioneirismo e liderança brasileira na distribuição de Gás LP

A Ultragaz foi criada em 1937, com o objetivo de levar comodidade à população brasileira, oferecendo gás liquefeito de petróleo (Gás LP) em substituição à lenha e ao carvão, insumos que, naquela época, eram utilizados para o preparo de alimentos.

Em quase 80 anos de existência, a Ultragaz cresceu e se transformou na empresa líder em distribuição de Gás LP, com participação de 23% do mercado nacional, atendendo a cerca de 11 milhões de domicílios atendidos em todas as regiões do Brasil e 42 mil clientes empresariais, em um país que hoje consome mais de 7 milhões de toneladas de gás por ano. Atualmente, 95% da população brasileira têm no Gás LP o seu principal combustível doméstico — uma fonte de energia acessível a todas as classes sociais.

A Cia Ultragaz é controlada pelo Grupo Ultra (Ultrapar Participações S.A.), que reúne, ainda, a Oxiteno (única fabricante de óxido de eteno e derivados no Mercosul), a Ultracargo (soluções logísticas), a Ipiranga (distribuidora de gás e derivados de petróleo adquirida, em 2007, por meio de consórcio com a Petrobras e a Braskem) e a Texaco, comprada em 2008. Com essas duas últimas negociações a Ultrapar se

A Ultragaz

Ano de fundação:
1937

Segmento de Atuação:
distribuição de Gás LP

Funcionários:
4.122

Revendedores Exclusivos:
4.200

Número de clientes empresariais:
41,9 mil

Domicílios atendidos:
10,8 milhões

Faturamento em 2011:
aproximadamente R$ 4 bilhões

Localização:
São Paulo, SP (sede)

transformou na maior rede de distribuição privada de combustíveis do país e, em volume de faturamento, uma das cinco maiores empresas nacionais do setor privado.

Desde 1999, a Ultrapar tem suas ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo e de Nova Iorque. E em consequência dos seus compromissos com a transparência, a governança corporativa e a sustentabilidade na gestão dos seus negócios, o grupo se manteve, em 2011, no ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da BM&FBovespa, uma carteira seleta de empresas comprometidas com a responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade no longo prazo.

A Ultragaz tem ampla capilaridade — atua nos segmentos domiciliar e empresarial — e está presente em toda a região Sul, parte do Norte, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste. Apenas na Bahia ela opera com a marca Brasilgás. E, para armazenagem do Gás LP, atua por meio da Utingás.

As vendas para o consumidor doméstico pelos sistemas porta a porta e serviço de entrega Disk Ultragaz somaram, em 2011, 1.134 toneladas de Gás LP. Os tradicionais botijões azuis são padronizados, totalmente seguros, e comercializados em volumes de 2, 5, 13, 20, 45 e 90 Kg, para atender às diferentes demandas do cliente domiciliar.

Já para o segmento corporativo, por meio do sistema **UltraSystem**, os clientes dispõem de um serviço de comercialização de gás a granel que, de maneira customizada, atende a necessidades distintas de porte, setor e perfil de empresa.

Em ambos os segmentos, a Ultragaz garante um rigoroso padrão de excelência e de segurança, oferecendo sempre os melhores produtos e serviços. Para isso conta com uma estrutura de 17 bases de engarrafamento, 21 de estocagem e de distribuição, 26 lojas próprias e 4.200 revendedores exclusivos.

Confiante no Brasil e no crescimento do seu negócio, em outubro de 2011 a Ultragaz adquiriu a distribuição de Gás LP da Repsol no Brasil, fortalecendo o seu posicionamento no segmento a granel, por meio do qual usufruiu de ganhos de escala e de logística oriundos da aquisição, o que lhe permitiu incorporar um volume de vendas anual de 22 mil toneladas, correspondentes a 1% do mercado nacional de Gás LP a granel.

Na esfera internacional, a Ultragaz está posicionada entre as maiores distribuidoras independentes do mundo e, no âmbito institucional, faz parte do reservado grupo de nove empresas que participam da World Liquid Petroleum Gas Association (WLPGA), entidade representativa do setor, sediada na França.

GRI (4.1 a 4.4)(4.8)(SO3)(SO4)

Conselho de Administração, Conselho Fiscal/ Comitê de Auditoria, Comitê de Remuneração e Diretoria Executiva da Ultrapar

Em linha com o que determina o seu estatuto social, a governança corporativa da Ultrapar é exercida pelo Conselho de Administração, pelo Conselho Fiscal e pela Diretoria Executiva, com o apoio dos Comitês de auditoria e de remuneração.

O **Conselho de Administração** foi eleito em 27 de abril de 2011, com mandato até agosto de 2013, sendo que a reeleição é permitida. De acordo com o critério de independência estabelecido pela BM&FBovespa, dos nove membros, seis são independentes, e a composição atual dos conselheiros reúne Paulo Guilherme Aguiar Cunha (presidente), Lucio de Castro Andrade Filho (vice-presidente) e Ana Maria Levy Villela Igel; mais Luiz Carlos Teixeira, Nildemar Secches, Paulo Vieira Belotti, Olavo Egydio Monteiro de Carvalho, Renato Ochman, e Thilo Mannhardt (independentes).

Para auxiliar o Conselho de Administração nas suas atribuições, a Ultrapar conta com um **Conselho Fiscal**, de caráter permanente. O atual é composto por três membros efetivos e independentes: Flávio César Maia Luz (presidente), Mário Probst e Luiz Oswaldo Sant'Iago Moreira de Souza. Foi instalado pela assembleia geral da companhia em 11 de abril de 2012 e tem como uma de suas responsabilidades analisar o relatório da administração e as demais demonstrações financeiras da empresa e de suas controladas, exercendo também as funções de **Comitê de Auditoria**, de acordo com as determinações da *Lei Sabanes Oxley*.

DESAFIO 2012

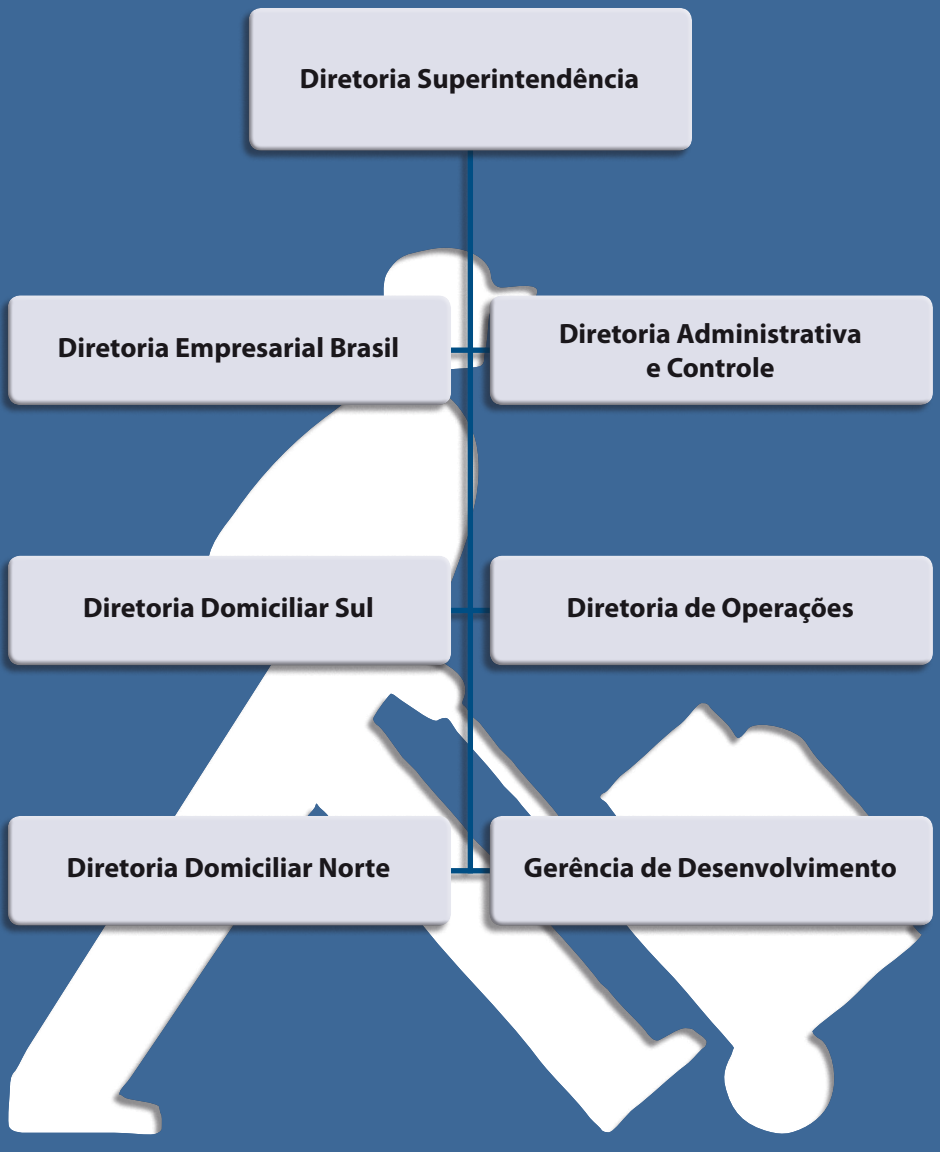
"O nosso maior desafio para 2012 é inserirmos cada vez mais o tema na estratégia do nosso negócio e na nossa visão de futuro. A sustentabilidade tem de permear todos os níveis da organização."

Plinio Laerte Braz
Diretor de Operações

Também de natureza estatutária, o **Comitê de Remuneração**, formado pelos conselheiros Lúcio de Castro Andrade Filho, Nildemar Secches e Thilo Mannhardt, é responsável, dentre outras funções, por propor ao Conselho de Administração, com base na proposta recebida do diretor-presidente, os parâmetros, as diretrizes e a política de remuneração e de demais benefícios para os administradores e funcionários de escalão superior da companhia e de suas controladas.

Já a **Diretoria Executiva** da Ultrapar é composta por seis membros: Pedro Wongtschowski (diretor-presidente), André Covre (diretor financeiro e de relações com investidores), João Benjamin Parolin (diretor-superintendente da Oxiteno), Leocadio de Almeida Antunes Filho (diretor-superintendente da Ipiranga), **Pedro Jorge Filho** (**diretor-superintendente da Ultragaz**) e Ricardo Isaac Catran (diretor-superintendente da Ultracargo).

ORGANOGRAMA ULTRAGAZ



O Código de Ética: princípios que norteiam todos os relacionamentos, as decisões e as práticas na companhia

Os princípios éticos instituídos pela **Ultrapar Participações S.A.** são adotados por todas as empresas do Grupo. Trata-se de um conjunto de princípios norteadores, desenvolvido em 2004, e que passou pela terceira atualização, em 2009, num processo participativo cujo objetivo é garantir maior precisão e, ao mesmo tempo, ampliar o alcance de suas finalidades.

São **três** os **objetivos** que norteiam o Código de Ética:

- Reduzir a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios éticos;
- Formalizar e institucionalizar uma referência para a conduta profissional dos empregados da companhia, incluindo a administração ética de conflitos de interesse reais ou aparentes, tornando-se um padrão para o relacionamento interno e externo da companhia com os seus públicos de interesse: acionistas, clientes, empregados, sindicatos, parceiros, fornecedores, prestadores de serviços, concorrentes, sociedade, governo e as comunidades onde atua;
- Garantir que as preocupações diárias com a eficiência, competitividade e lucratividade incluam o comportamento ético e a adoção de práticas de sustentabilidade empresarial.

A aplicabilidade do Código de Ética na Ultragaz diz respeito aos membros dos Conselhos de Administração e Fiscal, à Direção Executiva, a todos os funcionários, aos estagiários e ao universo de profissionais de empresas contratadas. Ele está disseminado em toda a organização e a responsabilidade pela sua permanente difusão para todas as áreas da companhia é dos gestores.

O Código de Ética atribui um conjunto de **sete princípios**, os quais devem ser seguidos por cada profissional no exercício de seu cargo e de suas atribuições:

1. Manter uma postura de honestidade, integridade, respeito, lealdade, eficiência, transparência e imparcialidade, que deverá orientar sua relação com a companhia e seus públicos de interesse.
2. Não participar em transações e atividades que possam comprometer sua integridade profissional ou desabonar a sua imagem pública, bem como a imagem da Ultrapar.
3. Exercer suas atividades profissionais com competência e diligência, buscando o aprimoramento técnico e a atualização permanente, devendo encorajar todos os envolvidos a adotar tal conduta.
4. Ser estritamente profissional e imparcial no tratamento com o público.
5. Pautar a relação chefe-colaborador pelo respeito mútuo, honestidade, dedicação e educação, construindo um clima profissional sólido e de coesão organizacional.
6. Manter o comportamento que não deixe espaço para discriminações ou constrangimentos, incluindo assédio moral e sexual, em particular na relação chefe-subordinado.
7. Trabalhar na busca da maximização do valor da companhia.

Além desses princípios, o instrumento reúne **15 orientações adicionais**, as quais visam tornar mais exata a sua compreensão. São **oito recomendações** de procedimentos considerados desejáveis na relação dos funcionários com os seus colegas de trabalho, fornecedores e outros recursos contratados; **três** indicações que dizem respeito a leis e regulamentos aplicáveis ao negócio da Ultragaz; e **quatro** determinações específicas relacionadas à obediência e aos princípios de defesa da concorrência (Lei nº 8.884/94).

Complementarmente, o Código de Ética oferece aos funcionários subsídios para garantir a qualidade e a utilização correta das informações corporativas; o uso e a divulgação de dados não públicos; o adequado comportamento em situações de conflito de interesses; a correta notificação de condutas antiéticas; e a responsabilidade e aderência ao documento e às suas penalidades.

Um Comitê que zela pela conduta ética

O Comitê de Ética foi instituído pela Ultrapar para gerir com isenção e transparência quaisquer notificações contrárias aos princípios éticos da companhia, garantindo sigilo e compromisso com a resolução das queixas. Ao mesmo tempo, o Comitê estimula a denúncia de situações suspeitas de violação, como forma de disseminar para todos os funcionários a cultura de valorização da ética em todas as atitudes.

Em 2011 houve redução nas quantidades de contatos e de reclamações, conforme tabela abaixo. Em relação a 2010, ocorreu uma queda de 2,7% nos contatos recebidos. Já a quantidade de reclamações ficou 2,2% menor. Além disso, foi instituído um procedimento-padrão para encaminhamento e prazo de respostas às denúncias, que representa uma importante evolução de processo.

OUVIDORIA ULTRAGAZ

DADOS FORNECIDOS	2009	2010	2011
Número total de contatos recebidos	4.044	4.193	4.081
Número de reclamações recebidas	1.257	1.235	1.208

Canais para acessar o Comitê de Ética da Ultrapar:
www.canalabertoultra.com.br
Telefone: **0800 701 71 72**
(ligação gratuita).

Ouvidoria da Ultragaz
Com atuação alinhada ao Comitê de Ética da Ultrapar, a Ultragaz dispõe de uma estrutura que recebe e encaminha para as áreas competentes as demandas dos diversos públicos de relacionamento da companhia e se responsabiliza pela solução dos problemas.
Telefone: (11) 3177 6481, horário comercial.

GRI (4.8)

Política integrada, envolvendo todos os públicos de interesse

O conceito de sustentabilidade empresarial, entendido como a maneira de tomar decisões e de gerir os negócios de forma equilibrada, respeitando os aspectos econômicos, ambientais e sociais, vem ganhando cada vez mais relevância no mundo corporativo e na sociedade.

Na Ultragaz, desde o início de sua atuação, a preocupação com o bem-estar dos funcionários e das comunidades de entorno era considerada estratégica e, por meio do Instituto Margarida Igel, sistematicamente foram desenvolvidas iniciativas que beneficiaram esses públicos.

A partir de 2007, esses compromissos se fortaleceram na companhia; iniciou-se um processo de aprimoramento e, com isso, eles passaram a ser tratados como política integrada. Num primeiro momento, mas já apontando um avanço significativo, as ações de responsabilidade social, as quais reuniam os projetos sociais, culturais e os investimentos em educação, ficaram sob a gestão dos Recursos Humanos. Em continuidade ao amadurecimento dessa nova visão, no ano seguinte foram criadas a **Política de Investimento Social** e a **Missão de Sustentabilidade Ultragaz**.

Em 2009, estabeleceram-se a Política, o Comitê e os Pilares da Sustentabilidade Ultragaz. Esse conjunto de iniciativas foi sintetizado no novo posicionamento da companhia: "Ultragaz faz sustentável. E quer fazer sempre mais", que originou a criação de um "selo" para sinalizar as suas ações sustentáveis. Para operacionalizar esse novo posicionamento, instalou-se um canal exclusivo de comunicação e de relacionamento,

por e-mail: sustentabilidade@ultragaz.com.br. Com a continuidade desse novo ciclo, em 2010 foi criada uma **Gerência de Sustentabilidade** dedicada, que se reporta à Diretoria de Operações e tem o desafio de articular, estruturar e implementar as políticas sustentáveis definidas pela companhia.

Visando estimular um maior engajamento dos seus profissionais nessa temática, em 2011 a Ultragaz lançou a **Política de Voluntariado**, por meio da qual se oferece aos funcionários condições de participar dos programas desenvolvidos e apoiados pela empresa. Já no primeiro ano de implantação, 65 funcionários participaram voluntariamente de cinco programas da Jr Achievement.

DESAFIO 2012

"Em 2011, avançamos muito na disseminação do conceito e das práticas sustentáveis. E o resultado disso, junto ao nosso público interno, aparece na pesquisa de clima organizacional: 79% dos nossos funcionários reconheceram o tema na empresa. Para 2012, nosso maior desafio é envolvermos também nossos revendedores e fornecedores."

Daniela Gentil
Gerente de Sustentabilidade

Política de Sustentabilidade Ultragaz

Missão de Sustentabilidade Ultragaz
"Contribuir com o desenvolvimento socioeconômico das comunidades, investindo em projetos educativos, culturais e de preservação ambiental, com foco em sustentabilidade do negócio."

Criar valor para **acionistas**, **funcionários**, **contratados**, **fornecedores**, **revendas**, **clientes e sociedade**, integrando e orientando as iniciativas de Qualidade, Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Responsabilidade Social e demais ações da empresa com foco na sustentabilidade do negócio, pautando suas ações nos seguintes princípios:

- Atendimento aos requisitos legais, instrumentos internacionais, normativos e outros definidos como aplicáveis e estimular o seu cumprimento na sua cadeia de valor.
- Atendimento aos princípios e direitos fundamentais nas relações de trabalho de forma a promover um ambiente saudável e estimulante, inclusive com estímulo à cadeia de valores e com especial destaque para:
  - A **prevenção** de acidentes de trabalho, lesões e doenças;
  - A **equidade** na remuneração;
  - O **combate** à discriminação, práticas indisciplinares, assédio moral e sexual, trabalho infantil e trabalho forçado ou compulsório;
  - A valorização da **diversidade**;
  - O **respeito** às jornadas de trabalho;
  - A **livre associação** sindical e direito à negociação coletiva;
  - **Prevenção** e **minimização** dos impactos ambientais advindos da atividade da empresa e uso planejado de recursos naturais, incluindo estímulo à sua cadeia de valor;
  - **Aperfeiçoamento** contínuo de processos, serviços e produtos pelos fundamentos da sustentabilidade;
  - Relação com seus **públicos de interesse**, orientada por honestidade, integridade, respeito, lealdade, eficiência, transparência e imparcialidade;

- Busca pela **excelência** por meio da melhoria contínua do sistema de gestão e de seu desempenho;
- Proposição de boas práticas de gestão de **emissões** de gases de efeito estufa.

A operacionalização da Política de Sustentabilidade se estruturou por meio de diretrizes internas, suportadas por **quatro pilares**:

Meio Ambiente: representa todas as ações e projetos da Ultragaz voltados para o aperfeiçoamento contínuo da gestão ambiental, a ampliação da consciência ambiental e a preservação ambiental.

Comunidade: agrega todas as iniciativas e projetos sociais que apoiam o desenvolvimento social, cultural, ambiental e/ou educacional das comunidades do entorno da empresa.

Bem-Estar: reúne os projetos direcionados à melhoria da qualidade de vida dos colaboradores, como Promoção da Diversidade, Desenvolvimento Profissional, Saúde, Segurança e Condições de Trabalho.

Gestão Responsável: contempla as ações da Ultragaz ligadas a Normatizações, Melhorias nos Serviços das Revendas ou aos Clientes, Avaliação de Fornecedores e Geração de Valores para as partes interessadas.

DESAFIO 2012

"O agrupamento Norte tem como principais desafios:
◆ Promover ações junto à sociedade, incentivando os colaboradores a participarem de forma efetiva no desenvolvimento das comunidades que nos cercam, como o Programa Jr Achievement. Em paralelo, buscamos sempre manter um bom clima organizacional, valorizando nossos colaboradores, proporcionando-lhes oportunidades de desenvolvimento e crescimento, bem como incentivando-os a sempre buscar novos desafios.
◆ Na área ambiental, conseguimos desenvolver alguns projetos de grande repercussão, como por exemplo o mutirão de limpeza das praias de São Francisco do Conde, o Programa Ultragaz Pega Pilhas, Baterias e Celulares e de reciclagem de óleo de cozinha.
Nosso maior desafio é a manutenção dos projetos e o desenvolvimento de novas iniciativas que reflitam a responsabilidade ambiental da Ultragaz."

André Luiz Pedro Bregion
Diretor de Mercado

Dando continuidade à disseminação da cultura de sustentabilidade para os públicos estratégicos, que teve o seu marco com a institucionalização, em 2010, de 13 de outubro como o **Dia Nacional Ultragaz de Sustentabilidade**, no primeiro semestre de 2011 foram concluídas as ações educativas para os mais de 4.000 funcionários. Foi distribuído para as lideranças o **Guia Ultragaz Faz Sustentável**, um material completo que reproduziu a estratégia, a política, as diretrizes e os pilares de sustentabilidade da **Ultragaz**. Essa iniciativa também incluiu a entrega de um gibi ilustrado sobre a temática para os filhos dos funcionários, como forma de incentivar as futuras gerações a valorizarem a adoção de práticas socioambientais mais equilibradas para o planeta. Além disso, ocorreu uma série de ações de sensibilização, mobilização e de comunicação, que objetivaram envolver os profissionais com os desafios e as oportunidades que a implementação de práticas sustentáveis oferece para todos os funcionários desde, entre outros, compromisso com a mudança de comportamentos individuais que melhorem as relações de trabalho, a busca para a redução de impactos ambientais nas atividades cotidianas e a promoção de iniciativas positivas nas comunidades de entorno.

No mesmo dia, duas iniciativas integradas complementaram as ações de sensibilização e de reflexão em torno dessa temática: a realização de um *workshop* com duração de três horas para a alta direção e executivos da Ultragaz, que reuniu cerca de 80 profissionais, denominado *Liderança para a Sustentabilidade*; e a distribuição do livro *Conversas com Líderes Sustentáveis*, de autoria de Ricardo Voltolini, para 137 funcionários da companhia, dentre eles gerentes nível 1 e 2, pontos focais de RH e multiplicadores.

GRI (EC2) (4.13)

Resultados positivos

Em 2011, a Ultragaz deu continuidade ao desenvolvimento de programas de eficiência operacional e de ações de expansão comercial, notadamente no segmento a granel das regiões Norte e Nordeste do país, além da busca de novos nichos mais rentáveis de mercado, as quais contribuíram para que a receita líquida atingisse R$ 3,776 bilhões, uma soma 2,88% superior ao resultado de 2010, que registrou R$ 3,661 bilhões. Distribuída pelos dois segmentos de negócios, em ambos os casos ocorreu crescimento da receita: no segmento a granel o aumento foi de 4,2%, atingindo R$ 1,421 bilhão, versus R$ 1,364 bilhão do ano anterior. Já no segmento envasado a receita fechou em R$ 2,326 bilhões, com um acréscimo de 2,1% em relação ao montante de R$ 2,278 bilhões de 2010.

Quanto aos produtos vendidos, a companhia encerrou o exercício de 2011 com 1,652 milhão de toneladas, um crescimento de 2,73% em relação a 2010, que registrou 1,608 milhão de toneladas. Em relação ao aumento de vendas, por segmento, o a granel registrou 5%, e no envasado o avanço foi de 2%.

DESAFIO 2012

"O nosso principal desafio será o de buscar novos usos e tecnologias para o Gás LP com constantes otimizações e reduções nos custos específicos (R$/ kcal) em muitos processos industriais e comerciais. Como também a intensificação do uso do Gás LP para aquecimento de água através de novos equipamentos mais eficientes, mais econômicos, mais confiáveis e com menor emissão de CO_2 por quilocaloria queimada para uso em escala industrial, comercial e residencial; associação da energia solar com Gás LP; e também a aplicação dessa energia nobre na substituição de processos industriais de aquecimento indireto para aquecimento direto, com significativos ganhos de eficiência."

Denis Pinto Monteiro
Gerente de Desenvolvimento Empresarial

No que diz respeito ao custo dos produtos comercializados, o aumento apontou 4,48%, totalizando R$ 3,213 bilhões, contra R$ 3,076 bilhões de 2010.

O EBITDA* da Ultragaz totalizou R$ 282 milhões, 8% abaixo de 2010, principalmente em função dos efeitos da inflação sobre custos e despesas ao longo do ano.

Em 2011, a companhia destinou R$ 182 milhões a investimentos, valor cerca de 6,4% superior ao projetado para o ano (R$ 171 milhões), prioritariamente na expansão do sistema **UltraSystem**, concentrados na captação de novos clientes, na ampliação e modernização das bases de engarrafamento e na reposição de vasilhames e tanques.

*EBTIDA: lucro antes de juros, impostos, depreciações e amortizações.

Combate à informalidade

A Ultragaz participa e apoia o Sindigás (Sindicato Nacional de Gás Liquefeito de Petróleo), nas ações de combate ao comércio informal de Gás LP no Brasil que, em 2011, contabilizou, segundo dados do setor, uma redução de 59% do comércio ilegal no segmento.

Um dos destaques de 2011 da instituição é o **Programa Gás Legal**, lançado em 2010. Em decorrência do desrespeito às normas vigentes e do conformismo no que se refere à venda de botijões, tolerada pelo mercado, a Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), junto com agentes de distribuição e de revenda, buscou desenvolver maneiras de reduzir a oferta do produto em locais informais. Várias ações obtiveram êxito, o que impulsionou a ANP a decidir pela formação de comitês nacional e regionais de combate ao comércio irregular de Gás LP. A primeira unidade do Programa Gás Legal foi inaugurada em Recife (PE).

Outras ações que integraram o Programa Gás Legal no exercício 2011: fiscalização de mais de 3.500 pontos de venda; em torno de 1.000 autuações lavradas; cerca de 500 interdições; 65 estabelecimentos interditados; cerca de 10 mil novos revendedores autorizados; realização de 40 reuniões esclarecedoras pelo Brasil e mais de 50 palestras para autoridades, distribuidores e revendedores; distribuição de 700 mil cartilhas encartadas em jornais cariocas, entre outras inciativas.

DESAFIO 2012

"Um dos principais desafios da minha área é expandir o modelo da Loja Ultragaz Sustentável, que tem por objetivo gerar ganhos econômicos para a companhia/revenda e sociais e ambientais para nossas comunidades.

Temos também o desafio permanente de estimular a nossa rede de revendedores a investir em projetos sociais no seu entorno. Já catalogamos várias iniciativas voluntárias por parte dos nossos revendedores em todo o Brasil.

Outro desafio da área é investir em pesquisas que apontam na direção da substituição de lenha por Gás LP, com o propósito de promover inclusão social, reduzir a incidência de doenças respiratórias e fortalecer o mercado em regiões não metropolitanas."

Aurelio Antonio M. Ferreira
Gerente de Desenvolvimento

Fonte: Balanço Sindigás 2011 — Dados obtidos a partir de pesquisas de campo realizadas por institutos independentes, sobre a base de dados do banco de denúncias criado e disponibilizado para mais de 120 autoridades públicas.

Riscos

A gestão de riscos é intrínseca ao negócio da Ultragaz e, para minimizá-los, a companhia realiza, periodicamente, simulados de prevenção de acidentes, com a participação do grupo técnico e de representantes da sociedade civil, bem como desenvolve materiais e campanhas educativas orientando os consumidores sobre o uso adequado dos botijões de Gás LP e de seus acessórios.

Na esfera ambiental, por utilizar o petróleo como matriz energética na produção, distribuição ou na constituição de seus produtos, a Ultragaz, alinhada com a maioria das empresas líderes desse mercado, está empenhada em reduzir as suas emissões de gases de efeito estufa gerados, principalmente nos processos de produção e de distribuição (frota e logística). *(Leia mais no capítulo Dimensão Ambiental)*

Como os riscos inerentes das mudanças climáticas são analisados em esfera global, a Ultragaz integra o conselho e participa de forma ativa das discussões e dos grupos de trabalho internacionais liderados pela **World Liquid Petroleum Gas Association (WLPGAS)**, os quais visam à antecipação de cenários e busca de alternativas aplicáveis ao negócio que permitam a redução das emissões de gases de efeito estufa.

ULTRAGAZ - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

IFRS – em reais mil

	2009	2010	2011
RECEITA LÍQUIDA	**3.440.970**	**3.661.261**	**3.766.766**
Envasado	2.183.619	2.278.337	2.326.233
Granel	1.246.553	1.363.683	1.421.515
Utingás	10.798	19.241	19.018
CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	**(2.946.624)**	**(3.075.659)**	**(3.213.539)**
LUCRO BRUTO	**494.347**	**585.602**	**553.227**
DESPESAS OPERACIONAIS	**(325.041)**	**(375.363)**	**(387.714)**
Vendas e comerciais	(225.202)	(250.135)	(271.625)
Gerais e administrativas	(99.839)	(125.228)	(116.089)
OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS, LÍQUIDOS	**(1.747)**	**(21.637)**	**(1.101)**
LUCRO OPERACIONAL[1]	**167.559**	**188.602**	**164.412**
EBITDA	**281.168**	**307.421**	**281.874**
Total de depreciação e amortização	113.609	118.819	117.462
VOLUME (000 tons)[2]	**1.589**	**1.608**	**1.652**
Envasado	1.114	1.115	1.134
Granel	475	493	518
PREÇO (R$/ton)[2]	**2.159**	**2.265**	**2.268**
Envasado	1.960	2.043	2.051
Granel	2.624	2.764	2.744
LUCRO BRUTO/ton	**311**	**364**	**335**
LUCRO OPERACIONAL[1]/ton	**105**	**117**	**100**
EBITDA/ton	**177**	**191**	**171**
MARGEM BRUTA %	**14,4%**	**16,0%**	**14,7%**
MARGEM EBITDA %	**8,2%**	**8,4%**	**7,5%**

1 Antes do resultado na alienação de bens

2 No 1T09, a Ultragaz procedeu uma reclassificação dos volumes vendidos entre os segmentos envasado e granel, refletindo a atual estrutura e responsabilidade gerencial entre geografias e segmentos. Tal reclassificação entre segmentos corresponde a aproximadamente 1% do volume e da receita líquida total da Ultragaz de 2008

Estabilidade funcional

A Ultragaz fechou o exercício de 2011 com 4.122 funcionários diretos, contra 4.093 somados em 2010, demonstrando estabilidade entre as demissões e as contratações. Apenas na região Nordeste houve diminuição no quadro funcional: 798 funcionários, em 2011, contra 826, em 2010, apontando uma redução de 3,5%. Nas demais regiões ocorreu aumento no número de funcionários, sendo que o menor acréscimo percentual foi na região Sul, com 0,6%, e o maior na região Norte, que marcou 40% de aumento de funcionário no exercício, com base no ano anterior.

LA1 – TOTAL DE TRABALHADORES POR REGIÃO

REGIÃO	2009	2010	2011
Centro-Oeste	117	117	134
Nordeste	795	826	798
Norte	4	5	7
Sudeste	2.690	2.673	2.708
Sul	469	472	475
Total geral	**4.075**	**4.093**	**4.122**

Os dados não contemplam o número de estagiários, *trainees* e aprendizes

Já a taxa de *Turn Over* registrou uma queda na região Nordeste, em 2011, com 12,8% contra 15% assinalado em 2010. Nas demais regiões todas as variações de 2011 foram superiores às de 2010, como demonstra a tabela a seguir.

LA2 – *TURN OVER* DE FUNCIONÁRIOS

REGIÃO	2009	2010	2011
Centro-Oeste	27%	21%	23,9%
Nordeste	14%	15%	12,8%
Norte	0%	0%	35,7%
Sudeste	14%	14%	15,6%
Sul	20%	17%	18,9%

Os dados não contemplam o número de estagiários, *trainees* e aprendizes

Respeito às negociações com representantes dos trabalhadores

Vale ressaltar que 100% dos funcionários da Ultragaz estão sob o regime de negociação coletiva, numa demonstração de que a companhia mantém uma relação de diálogo e respeito com os sindicatos dos trabalhadores da categoria.

LA4 – EMPREGADOS ABRANGIDOS POR ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA

2009	2010	2011
100%	100%	100%

Estímulo à participação em iniciativas que promovam saúde e segurança dos funcionários

Visando ao aprimoramento das práticas de saúde e segurança, a Ultragaz incentiva a participação dos funcionários nos comitês internos e externos que debatem e formulam propostas de ação para melhorias das condições de trabalho. Além dos funcionários, os contratados também participam desses comitês e da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), que funciona na matriz da companhia e em todas as suas bases de produção, bases satélites e lojas próprias.

DESAFIO 2012

"Um dos nossos desafios para 2012 é envolvermos um número maior de revendedores em projetos sociais e ambientais que tragam benefícios às comunidades com as quais nos relacionamos diariamente."

Talissa Ribeiro Missiato
Coordenadora de Desenvolvimento

No que diz respeito a ações permanentes, merece referência o **DSSMA (Diálogo de Segurança, Saúde e Meio Ambiente)**. Trata-se de uma conversa informal, que ocorre todos os dias, com duração de 15 minutos, na qual é possível debater e compartilhar aprendizados do cotidiano, relacionados às atividades de produção, dentre outros temas de interesse. Em 2011, cerca de 2.500 funcionários marcaram presença no DSSMA.

LA6 – EMPREGADOS REPRESENTADOS EM COMITÊS FORMAIS DE SEGURANÇA E SAÚDE

	2009	2010	2011
Percentual	100%	100%	100%
COMITÊS E PARTICIPAÇÕES (NÚMEROS ABSOLUTOS)			
Comitês (internos)	63	79	71
Comitês (externos)	14	14	14
Participações de funcionários nos comitês (internos)	412	524	512
Participações de funcionários nos comitês (externos)	28	28	69
Participações de contratados nos comitês de saúde e segurança (Matriz – CIPA)	2	2	2

Uma Universidade Corporativa para promover o aprimoramento dos profissionais

A Ultragaz investe recursos e proporciona oportunidades de capacitação aos seus funcionários por meio de programas estruturados internamente ou em parcerias com escolas de negócios reconhecidas pelo mercado e confia que a solidez, a competitividade e a liderança se constroem com profissionais dedicados, bem treinados e com perspectivas claras de desenvolvimento.

A fim de gerir suas ações educacionais, a companhia criou, em 2004, a **Academia Ultragaz**, a sua Universidade Corporativa, que responde pelo planejamento e coordenação dos programas de capacitação, desde treinamentos técnicos e comportamentais, passando por cursos de línguas estrangeiras, de mestrado e outros formatados em parcerias com instituições de ensino de referência no segmento de negócios, como Fundação Getúlio Vargas (FGV), Fundação Instituto de Administração (FIA), Fundação Dom Cabral, INSEAD e Kellogg (School of Management).

Os cursos e os programas de capacitação disponíveis são direcionais às lideranças, ao corpo técnico e administrativo, abrangendo também os *trainees* e os estagiários, e são estruturados para atender às necessidades de competências funcionais e organizacionais alinhadas aos respectivos cargos, as quais são estabelecidas com base nos desafios estratégicos da empresa, metas e resultados que todos devem alcançar.

Também merecem destaque duas iniciativas que visam ao desenvolvimento, reflexão e disseminação de conhecimento. A **Comunidade Energética**, que se configura como uma plataforma virtual, por meio da qual os participantes — executivos e técnicos — interagem e têm acesso, via salas de bate-papo, a artigos, documentos e outras informações atuais sobre energia. A meta para 2012 é estender esse canal para consultores comerciais do mercado, a fim de estimular a troca de experiências e o aprendizado entre os participantes.

Já o **Programa de Fóruns** organiza encontros entre os executivos, gestores e funcionários em geral da Ultragaz, nos quais são debatidos os temas estratégicos para o negócio, como Recursos Humanos, Sustentabilidade, Segurança, Logística, Manutenção, Qualidade, Gestão de Revendas, Gestão Administração e Gestão Patrimonial, entre outros. Em 2011 aconteceram 13 Fóruns e a meta para 2012 é realizar outros 13.

Também em 2011, houve 5.638 participações de funcionários em programas de desenvolvimento profissional coordenados pela Academia Ultragaz, totalizando 35.902 horas de treinamento. O valor investido nesses programas somou R$ 1.008.360,00, resultando no montante de R$ 178,85 por participante.

A companhia mantém o mesmo compromisso com a formação dos seus revendedores, por meio da **Academia Ultragaz-Revenda**, que existe desde 2008, e tem como foco a preparação dos revendedores e de seus funcioná-

LA10 – MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO, POR FUNCIONÁRIO

FUNCIONÁRIOS*			
	2009	2010	2011
Horas de treinamento	35.923	33.270	35.902
Número de participações	3.872	2.076	5.638

ACADEMIA REVENDAS			
	2009	2010	2011
Horas de treinamento Somar	7.920	8.752	4.856
Número de participações Somar (revendas)	530	746	417
Horas de Treinamento – Programa de Formação em Gestão de Revendas	**	7.900	3.024
Número de participações – Programa de Formação em Gestão de Revendas	**	79	32

*Foram contempladas as participações via *e-learning*
**Em 2009 não existia o programa de Formação em Gestão de Revendas

rios para enfrentar os desafios e as oportunidades de um negócio que se torna cada vez mais competitivo.

As bases dessa capacitação são o **Programa de Formação em Gestão de Revendas**, cujo objetivo é oferecer subsídios para uma gestão empresarial eficiente dos revendedores espalhados pelo Brasil, e o **Somar (Soluções de Marketing Aplicadas à Revenda)**. Ambos os programas foram responsáveis, em 2011, pelo treinamento de 595 profissionais de revendas (entre proprietários e funcionários), totalizando 9.968 horas de treinamento. Os recursos direcionados para essas duas ações foram de R$ 281.608,00, com um investimento de R$ 573,29 por proprietário/funcionário. Em 2011, foi desenvolvido o material didático do **Somar Sustentabilidade**, para a disseminação do conceito nas Revendas Ultragaz.

Política de benefícios valoriza os talentos

Para manter e atrair talentos, a Ultragaz dispõe de um conjunto de políticas muito atraentes, que demonstram o quanto a organização valoriza os seus profissionais.

São elas:

- Política Institucional (PI.047.UG), criada em 24 de outubro de 2006, estabelece o modelo de distribuição de lucros e de participação nos resultados. Trata-se de uma política conhecida por todos os funcionários e que pode ser acessada, em tempo real, pela intranet. As regras são claras, os percentuais de participação são firmados a partir do cumprimento de metas bem definidas e alinhadas ao planejamento, bem como da adesão dos funcionários às estratégias da empresa.
- Política Institucional Previdência Privada (PI.046.UG), em vigor desde 14 de novembro de 2005, oferece aos funcionários uma excelente opção de complementação de renda para o período pós-aposentadoria.
- Política Institucional Cesta Básica e Cesta de Natal (PI.051.UG), também válida desde 14 de novembro de 2005, garante que os funcionários recebam, gratuitamente, produtos alimentícios de qualidade durante todo o ano.
- Política Institucional de Auxílio Alimentação (PI.003.UG), emitida em 1 de novembro de 2005, é uma excelente complementação para que os funcionários alimentem-se com qualidade.
- Política Institucional Seguro de Vida (PI.052.UG), estabelecida em 1 de dezembro de 2005, oferece, em caso de acidente com sequelas ou uma fatalidade, para todos os funcionários, a cobertura de diversos serviços que minimizam o sofrimento.

Além dessas políticas, por meio de um plano de saúde diferenciado, os funcionários da Ultragaz têm acesso a uma grande diversidade de médicos, de especialidades e uma rede abrangente para realizar exames diagnósticos e procedimentos hospitalares de qualidade. Há, também, um canal 0800 exclusivo, para que os serviços credenciados prestem atendimento personalizado aos funcionários da companhia e uma equipe de assistentes sociais disponíveis para dar suporte ao quadro funcional.

Ações comunicadas com eficiência

Para a Ultragaz a comunicação interna é estratégica e leva aos funcionários e aos revendedores as informações necessárias, visando manter esses públicos atualizados sobre as movimentações e os fatos que acontecem na companhia.

A fim de atingir todos os funcionários e os 4.200 revendedores, são desenvolvidos materiais variados, que se complementam e mantêm vivo o diálogo com esses públicos.

Principais ferramentas utilizadas na comunicação interna:

- Revista Ultragaz (Funcionários);
- Revista Ultragaz Revenda (Revendedores);
- Mural de Notícias;
- Ultragaz Gerencial;
- Ultragaz Express;
- Intranet.

GRI (LA13) (LA14)

Inclusão com responsabilidade

Uma das iniciativas mais importantes relacionadas à valorização da diversidade e à gestão de recursos humanos é a contratação de pessoas com deficiência, pelo seu alcance social e pela possibilidade de inserir no mercado de trabalho um número expressivo de profissionais que estão muito distanciados dos processos de contratação convencionais.

O **Programa Diversidade Ultragaz**, em vigor desde 2007, foi aprimorado em 2010 com o desenvolvimento de uma parceria com a Serasa, com o objetivo de oferecer uma qualificação prévia de Pessoas com Deficiência (PCD), para que elas possam atuar com profissionalismo em suas funções na companhia.

Além desse programa de capacitação, várias ações complementares foram implementadas no sentido de disseminar a cultura pró-diversidade e da inclusão no ambiente de trabalho. Como a criação e a distribuição do **Guia de Adequações no Posto de Trabalho** e do **Guia Prático sobre o Papel de Recursos Humanos na Inclusão de Pessoas com Deficiência**, dois instrumentos de orientação destinados aos profissionais de Recursos Humanos e que serviram de apoio para a sensibilização interna no desenvolvimento de medidas em prol da acessibilidade.

Para os gestores responsáveis por profissionais com deficiência, foi distribuído o **Guia Prático para Gestão Sustentável de PCDs**, com importantes dicas de inclusão, bem como de adequações efetuadas nos locais de trabalho. Já as PCDs contratadas receberam o **Guia de Direitos e Deveres**, que reúne as principais informações de interesse para o desempenho de suas atividades profissionais.

No final de 2011, a Ultragaz aumentou em 21% em relação a 2010 a contratação de PCDs, computando a existência de 116 profissionais no seu quadro funcional. No entanto, ainda há a necessidade de mais contratações, as quais estão previstas para 2012.

DESAFIO 2012

"O principal desafio é a conscientização do público (interno e externo). E o caminho mais curto para alcançarmos nosso objetivo é desenvolver uma gestão compartilhada, oferecendo projetos sociais e fortalecendo a cidadania em favor da conscientização sobre a sustentabilidade.

Todos os projetos socioambientais que a Ultragaz promove, como educação e cultura, lazer e meio ambiente, podem potencializar o entendimento e o engajamento de nossos colaboradores de forma segura e rentável.

Com isso, conseguimos fornecer produtos e serviços adequados às necessidades dos clientes e contribuir para o desenvolvimento do Brasil."

João Roberto Lucas Bacaro
Gerente de Mercado

Também foram estabelecidas, como metas para 2012, a realização de palestras, seminários e *workshops* para funcionários, que aprofundem as questões ligadas à Diversidade e Inclusão, e de ações de sensibilização de lideranças para a valorização da temática da diversidade; participação em eventos especializados para divulgação do Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência; aprimoramento das ações de inclusão de pessoas com deficiência nos processos seletivos e de contratação; manutenção do tratamento de temas relacionados à diversidade e inclusão nas estratégias e nos canais internos de comunicação; manutenção de parceria com a Serasa Experian na capacitação de pessoas com deficiência e com sites especializados para acessar candidatos com deficiência; desenvolvimento de iniciativas para engajamento da alta liderança, visando à contratação de pessoas com deficiências pelas suas equipes.

Oportunidades efetivas para jovens

A Ultragaz tem por tradição, crença e filosofia corporativa oferecer oportunidades de trabalho para jovens profissionais em início de carreira e, para isso, desenvolveu o **Programa de Trainees**, com foco na capacitação de jovens líderes no curto e médio prazos, e o **Programa de Estágio**, que objetiva o treinamento de estudantes do ensino superior com potencial para, no médio e longo prazos, ocupar cargos executivos e de liderança na companhia.

Ambos os programas são supervisionados pela Academia Ultragaz e visam, também, agregar valor ao negócio, atraindo profissionais que poderão ser líderes no futuro e consolidar na companhia a cultura do aprendizado aliado à inovação.

O Programa de Trainees, um dos mais procurados e reconhecidos pelo mercado, dura 12 meses, e se destaca pela possibilidade de se desenvolver projetos alinhados às estratégias da companhia, com etapas bem definidas, que vão do início à sua conclusão. A metodologia de gerenciamento dos projetos também é tema de aprendizado.

Com duração de 18 meses, o Programa de Estágio se configura como uma oportunidade de crescimento profissional, que complementa a formação acadêmica, permitindo aos jovens vivenciar situações reais do dia a dia do ambiente corporativo, como administrativas, técnicas, sociais, culturais, entre outras. Durante esse período, os estagiários são submetidos a duas mudanças de área de trabalho, a fim de exercitar a capacidade de adaptação, a criatividade e o potencial de entrega. Ao final do processo, os projetos desenvolvidos pelos estagiários são apresentados para a diretoria, e os aprovados são implementados.

Ciente de sua responsabilidade na promoção de mais justiça social e com o objetivo de oferecer alternativas efetivas de inserção profissional para jovens de classes menos favorecidas, a Ultragaz investe em duas ações com essa finalidade. O **Ultra Formare do Grupo Ultra**, que visa à capacitação para o primeiro emprego, e o **Programa de Aprendizes**, de formação de mão de obra qualificada para as áreas administrativas da companhia. Por meio de uma parceria, a Fundação Iochpe (RS) ministra gratuitamente o curso de Agente de Serviços Administrativos e Comercial, para adolescentes que residem ou estudam na Bela Vista (SP), bairro no qual situa-se a sede administrativa do Grupo Ultra, que incluiu, ainda, as disciplinas de Matemática Financeira, Informática, Comunicação e Relacionamento e Empreendedorismo, entre outras. As iniciativas também integram o Programa de Voluntariado Corporativo, porque as aulas são ministradas por profissionais da empresa.

Em 2011, 20 jovens participaram das capacitações e, destes, 8 foram contratados para trabalhar nas empresas do Grupo Ultra.

OPORTUNIDADES PARA OS JOVENS

PROGRAMA	Nº INSCRITOS	Nº DE INSCRITOS NO PERFIL	Nº DE CONTRATADOS
Trainees (2011/2012)	8.956	3.142	17
Estagiários (2011/2012)	8.178	1.935	35

Responsabilidade na equiparação de salários entre homens e mulheres

Um dos mais relevantes desafios sociais das corporações é a promoção da equidade de gêneros, por meio da equiparação salarial entre homens e mulheres que trabalham nas mesmas funções.

Na Ultragaz, essa é uma responsabilidade permanente. Por meio de avaliações e de pesquisas de evolução dos salários, a área de Recursos Humanos monitora esses cenários, a fim de evitar distorções. Em 2011, como verificado na tabela a seguir, há um quase equilíbrio na proporção de salários entre homens e mulheres nas categorias Liderança e Operacional. Contudo, na categoria Técnico ocorreu uma desproporção significativa, em decorrência de um ajuste no método de cálculo.

LA14 – PROPORÇÃO DE SALÁRIO BASE ENTRE HOMENS E MULHERES
Por categoria funcional

CATEGORIA	2009	2010	2011
Técnico	1,061	1,020	0,64
Liderança	0,907	0,876	0,95
Operacional	1,079	1,072	0,97

A proporção refere-se à média salarial homens/média salarial mulheres

Ações preventivas para garantir a saúde e a qualidade de vida

Por meio do **Programa Viver Bem na Ultragaz**, em 2011 realizou-se um conjunto de iniciativas preventivas para a melhoria da saúde e da qualidade de vida dos funcionários e de seus familiares. Uma das mais representativas, em função de sua abrangência e adesão, é a **Campanha de Vacinação Ultragaz contra a Gripe** convencional e contra a ação da Influenza A (H1N1). Em 2011, foram vacinadas 3.372 pessoas de 64 unidades, o que representou 77% do quadro funcional.

Já as Campanhas Internas **Ultragaz de Combate ao Câncer** e de **Doação de Leite Materno** forneceram informações e esclarecimentos aos funcionários sobre os cuidados preventivos do câncer de mama, de próstata e colorretal, além de estimular a doação do leite materno, por meio de folhetos, jornal mural, comunicados internos, *banners*, intranet, entre outros instrumentos de comunicação. Além dessas ações, os funcionários da Matriz participaram de palestra com um médico especialista e tiveram a chance de conhecer melhor as doenças cancerígenas e a importância da prevenção, bem como de ouvir esclarecimentos a respeito das condutas mais adequadas em cada um dos casos.

Também no âmbito da prevenção, na **SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes 2011)**, o consumo de álcool e drogas, suas consequências para a saúde e o desempenho no trabalho foram abordados por meio da disseminação de informações e o esclarecimento de dúvidas dos funcionários.

Com o objetivo de chamar a atenção para a prática de atividades físicas, reconhecida como um dos fatores que contribuem para a melhoria da saúde e do bem-estar, a Ultragaz convidou seus funcionários a participarem da **19ª Maratona Pão de Açúcar de Revezamento de São Paulo**. O evento aconteceu em 18 de setembro de 2011 e contou com a participação de 124 funcionários.

Outra iniciativa que contribui para a segurança dos trabalhadores é o **Programa de Direção Defensiva**, periodicamente direcionado aos condutores de veículos pesados da companhia. O foco do treinamento é a reciclagem dos conceitos para uma boa direção, a revisão a respeito de situações adversas e a promoção da condução segura, além de abordar temas relacionados a uma direção mais ecológica e econômica. Em 2011, 498 motoristas da frota própria (Domiciliar e Empresarial) fizeram o treinamento.

Além dessas ações, a área de Recursos Humanos implementou um plano de comunicação nacional para alertar os funcionários a respeito de doenças como hipertensão, diabetes, obesidade, colesterol e outras relacionadas à saúde do homem. Foram distribuídos folhetos explicativos, que visam prestar orientações de tratamento das causas das doenças e não apenas dos sintomas, indicam qual o melhor momento para a procura de um médico e fornecem também esclarecimentos sobre as melhores formas de utilização do plano de saúde e de suas coberturas.

Investimentos para a promoção da cidadania nas comunidades

Dando continuidade à sua política de investimentos em atividades socioculturais e educativas, a Ultragaz destinou **R$ 2,8 milhões** para viabilizar mais de uma dezena de projetos que beneficiaram mais de **17 milhões** de pessoas em diversas regiões do Brasil.

São ações culturais, socioeducativas, ambientais, de prevenção à saúde, de estímulo ao empreendedorismo, entre outras, que contribuíram para a formação, o acesso ao conhecimento e ao exercício da cidadania.

Divididas nas categorias **Projetos Exclusivos**, **Parcerias** e **Projetos Patrocinados**, elas representam o compromisso da companhia com a promoção de uma vida mais digna para os moradores das comunidades em que ela está presente.

DESAFIO 2012

"O nosso desafio será conscientizar cada colaborador para manter-se no voluntariado. E convocar outros para fazer a diferença como voluntários. Isso é ser sustentável."

Romilda Machado de Sousa Almeida
Analista Administrativa

Projetos Exclusivos

Diversão e arte gratuitas

A Ultragaz também está comprometida com a valorização e a divulgação das expressões artísticas brasileiras e, desde 2000, desenvolve o projeto **Ultragaz Cultural**, uma iniciativa diferenciada que leva cinema, teatro, música, eventos educacionais e atividades que estimulam o interesse das crianças pela leitura, para as classes sociais menos favorecidas de várias regiões do país.

Desde 2008, o Ultragaz Cultural leva cinema gratuito para as comunidades, normalmente em parceria com escolas, ONGs e outras instituições públicas, por meio de uma carreta-cinema itinerante.

Viabilizado com recursos da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), o projeto conta com o apoio do Governo Federal, das secretarias de Educação e Cultura e das prefeituras das cidades contempladas, nos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Distrito Federal, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Sergipe, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará e Piauí.

Em função do compromisso da companhia com a redução de emissão de gases de efeito estufa, entre 2008 e 2011 foram computadas 82,52 toneladas de CO_2 equivalente, oriundas do combustível a diesel usado na carreta-cinema. Para a compensação dessas emissões foram plantadas 522 árvores em Formosa do Oeste (PR), numa área de restauro de floresta de Mata Atlântica, as quais receberam o Selo *Carbon Free*, demonstrando que a atividade teve suas emissões inventariadas pela metodologia *GHG Protocol*. *(Vide mais informações sobre os compromissos com a redução de emissão de gases de efeito no capítulo Desempenho Ambiental).*

Além disso, os 472 kg de resíduos gerados em 2011, no período de realização do Ultragaz Cultural, foram adequadamente coletados e depois doados para 15 cooperativas locais de catadores, o que contribuiu para a geração de renda para muitas pessoas. *(Vide mais informações sobre gestão de resíduos no capítulo Desempenho Ambiental).*

PROJETO ULTRAGAZ CULTURAL

ANO	INVESTIMENTO (R$)	PÚBLICO (CRIANÇAS E ADOLESCENTES)
2010	1.440.000,00	34.040
2011	928.000,00	14.260

Importante: A redução de investimento no projeto Ultragaz Cultural foi motivada pela inclusão de um novo projeto apoiado pela Lei Rouanet, o Museu Itinerante Ultragaz

Museu Itinerante Ultragaz

Com o objetivo de aproximar as artes plásticas das escolas e instituições públicas do país, em 2011 o projeto **Museu Itinerante Ultragaz** concebeu a exposição "A Natureza das Pessoas", que reuniu 40 reproduções de obras reconhecidas internacionalmente, mais a produção de dois artistas locais, mostrando a relação entre o homem e a natureza.

O circuito da exposição percorreu as cidades de Campinas, Santos e São Paulo (SP), Goiânia (GO), Fortaleza (CE), Recife (PE), Maceió (AL), Salvador (BA), Vitória (ES), Juiz de Fora (MG) e Canoas (RS).

Com **R$ 630.000,00** investidos com o apoio da Lei Rouanet na sua realização, o Museu Itinerante Ultragaz registrou mais de **16.500** visitantes, entre crianças e adolescentes, que tiveram a oportunidade de conhecer pinturas e fotos de renomados artistas, cujos trabalhos originais encontram-se nos mais importantes museus do mundo.

A meta para 2012 é que o projeto passe por 12 cidades, de 9 estados brasileiros, com a exposição **Reciclagem na Arte**, que conta com a curadoria de Jacob Klintowitz.

Parcerias

Campanhas educativas e de interesse público

A Ultragaz é parceira do Governo Federal em duas importantes campanhas educativas: contra a violência infantil e prevenção da AIDS.

Para cada uma das duas iniciativas foram produzidas faixas informativas e afixadas nas laterais dos caminhões de entrega da companhia. Além disso, a empresa mobilizou funcionários e revendedores para a entrega de folhetos explicativos de cada uma das campanhas.

Na **Campanha de Prevenção da AIDS**, que ocorreu em dezembro de 2011, a entrega de 2,5 milhões de folhetos orientadores atingiu cerca de 10 milhões de pessoas de todo o Brasil.

Também em parceria com o **Governo Federal** e a ONG **Childhood**, a Ultragaz manteve sua participação, em 2011, no **Programa na Mão Certa**, que visa alertar a população sobre a violência infantil e o abuso sexual praticados contra crianças e adolescentes.

Durante o período de participação, os caminhões da frota de distribuição da companhia circularam nacionalmente com faixas divulgando o **Disque 100**, o número usado em todo o território nacional para registro de denúncias contra esses abusos. Além disso, as revendas entregaram 1,7 milhões de folhetos explicativos, os quais atingiram cerca de 6,8 milhões de pessoas.

Somadas, as duas campanhas impactaram **16,8 milhões** de brasileiros, das diversas regiões do país.

Projetos Patrocinados

Ação Comunitária (São Paulo)

Com ações para a inclusão social de crianças, adolescentes e jovens, residentes na região Sul de São Paulo, a **Ação Comunitária** é uma organização não governamental que desenvolve alternativas socioeducativas a fim de minimizar as situações de vulnerabilidade social da população atendida pelo projeto.

Em 2011, a Ultragaz investiu, através do FUMCAD, **R$ 100.000,00** para a viabilização dos projetos coordenados pela Ação Comunitária, os quais beneficiaram **2.175** pessoas.

ASA – Associação Santo Agostinho (São Paulo)

A fim de promover a profissionalização de jovens nas atividades de panificação e confeitaria, a ASA – Associação Santo Agostinho desenvolve o projeto "Pão de Casa", que é realizado na zona Norte da cidade de São Paulo, com patrocínio da Ultragaz.

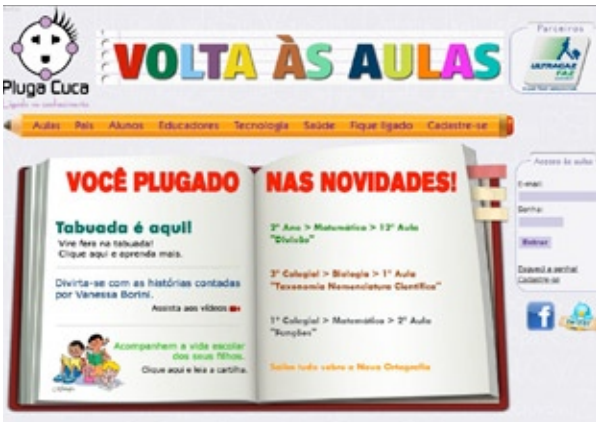
Em 2011, a companhia investiu **R$ 48.000,00** no projeto, que beneficiou a formação de **74** pessoas, para atuarem na profissão de padeiros e/ou confeiteiros. Os cursos são certificados pelo SENAI.

Projeto Recriarte/CARE (Aracaju)

Desenvolvido no Bairro de Santa Maria, Aracaju (SE), o Projeto Recriarte, idealizado pela Cooperativa CARE (**Cooperativa dos Agentes Autônomos de Reciclagem de Aracaju**), tem como objetivo oferecer ações socioeducativas voltadas à inclusão social de crianças e adolescentes que atuavam como catadores de lixo. O primeiro ano de patrocínio foi 2011 e a Ultragaz investiu **R$ 42.000,00**, que permitiram beneficiar **120** crianças, filhas dos cooperados da CARE (SE). A meta para 2012 é aumentar o valor do investimento, visando à ampliação do projeto.

Avisa-lá (São Paulo)

O foco da Avisa-lá, organização não governamental, é a formação continuada de educadores da rede pública de ensino e de outros profissionais que atuam na área de educação infantil e são residentes na região de Mauá, Grande São Paulo. Com os recursos de **R$ 78.300,00** oriundos da Ultragaz, foram impactados, em 2011, cerca de **5.000** professores e alunos.



Pluga Cuca (Nacional)

O Pluga Cuca é um site que visa trabalhar a educação com monitoria *online*, valorizando a competência pessoal do aprendiz, rompendo os velhos paradigmas no processo de ensinar e aprender das pessoas, motivando e ensinando por meio da utilização das novas tecnologias.

Criado por educadores comprometidos com a melhoria da qualidade do ensino, objetiva também disponibilizar, de maneira confortável, aulas de reforço escolar para serem acessadas de qualquer lugar onde exista um computador: em casa, na escola, nas ONGs, no centro comunitário, na *lan house*.

A missão do Pluga Cuca é oferecer ao aprendiz a oportunidade de adquirir e ampliar seus conhecimentos, por meio da autoinstrução, via internet, para aplicá-los com autonomia e eficiência. O projeto recebeu, em 2011, o investimento de **R$ 42.000,00** da Ultragaz. Já a audiência do site registrou **32.438** acessos.

Junior Achievement (Nacional)

"Inspirar e despertar o espírito empreendedor nos jovens ainda na escola, estimulando seu desenvolvimento pessoal e profissional e proporcionando uma visão do mundo dos negócios." Esse é o objetivo da Junior Achievement, organização internacional com mais de 90 anos de atuação, em 118 países, e que está presente em todos os estados do Brasil e no Distrito Federal.

Os programas aplicados, em 2011, para estudantes de escolas públicas de 14 cidades e 12 estados brasileiros (SP, RJ, GO, MG, SC, CE, BA, PE, DF, PR, SE e RS), abordaram temas como introdução ao mundo dos negócios, organização de miniempresas, vantagens de permanecer e concluir o ensino na escola, liderança comunitária e economia pessoal. E contaram com o apoio de mais de 60 funcionários voluntários da Ultragaz, os quais contribuíram na fase de implementação das atividades.

Em 2011, a Ultragaz aportou **R$ 211.992,00** em patrocínio aos programas e o número de beneficiários foi de **298.516** estudantes.

Segurança e conformidade são garantias absolutas

Por traz da aquisição de um botijão azul, cor que o identifica como da marca Ultragaz, está a certeza de que o produto é de qualidade, seguro e tem o peso correto; que ele foi fabricado com chapas de aço de qualidade, resistentes a altas temperaturas e pressões, e obedece a todos os padrões definidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Além disso, é envasado em unidades certificadas pela ISO 9001, passa por um rigoroso processo de inspeção, pesagem e nova pintura, garantindo uma excepcional condição de reúso.

Para a Ultragaz, segurança e conformidade são itens com garantias absolutas. Trata-se de uma responsabilidade central do negócio — impregnada e disseminada na cultura de gestão da companhia.

Por isso a empresa informa seus clientes e treina sistematicamente os funcionários para que os aspectos de segurança, como manuseio dos botijões, cuidados na instalação, verificação de eventuais vazamentos, entre outras medidas, sejam aplicadas a fim de evitar acidentes.

Essas medidas vêm resultando numa queda de não conformidades externas dos produtos: em 2011, o índice alcançou 0,18, em torno de 15% menor do que os 0,21 registrados em 2010.

PR2 – NÃO CONFORMIDADES RELACIONADAS AOS IMPACTOS CAUSADOS POR PRODUTOS E SERVIÇOS

DADOS FORNECIDOS	2009	2010	2011
Número de não conformidades externas de produtos	0,28	0,21	0,18

A título de ilustração, após o envasamento, cada botijão recebe um lacre de proteção e é etiquetado com um rótulo que fornece ao consumidor informações sobre segurança, instalação, manutenção e contatos para eventuais serviços

de assistência técnica. Trata-se de um rigor praticado no dia a dia, inegociável e reconhecido pelos consumidores, domiciliares e empresariais, por meio de pesquisas de satisfação realizadas em períodos de no máximo seis meses.

A fim de garantir a lisura e a isenção dos resultados, a metodologia de aplicação das pesquisas seleciona os clientes que serão entrevistados por meio de critérios estatísticos, para que as amostragens sejam representativas. Depois de consolidados, os resultados são apresentados aos colaboradores do segmento e em reuniões de análise crítica do sistema de gestão da qualidade, como forma de estimular a busca por melhorias.

O Índice de Satisfação do Cliente (ISC) é que define se a Ultragaz ou a Brasilgás são consideradas "bom fornecedor" e, para tanto, o ISC deve atingir o percentual igual ou superior a 80%, em uma escala com quatro intervalos: de insatisfeito a muito satisfeito. Quando os resultados são inferiores a esse percentual, os analistas de qualidade são acionados para verificarem eventuais inconformidades e, se necessário, realizarem ações corretivas e de prevenção para o aprimoramento dos processos.

PR5 – PRÁTICAS RELACIONADAS À SATISFAÇÃO DO CLIENTE, INCLUINDO RESULTADOS DE PESQUISAS QUE MEDEM ESSA SATISFAÇÃO

Prática 1	Pesquisa satisfação de Clientes – Assistência Técnica – Segmento Empresarial — 90,1%
Prática 2	Pesquisa satisfação de Clientes – Clientes Ativos – Segmento Empresarial – 90,1% Pesquisa satisfação de Clientes – Novos Clientes – Segmento Empresarial – 90,1%
Prática 3	Pesquisa satisfação de Clientes – Revendas – Segmento Domiciliar – 50,7*% Pesquisa satisfação de Clientes – Consumidor Final – Segmento Domiciliar – 87,8%

Resultado consolidado das pesquisas feitas entre Jan e Dez de 2011
Os percentuais referem-se aos clientes que se disseram "satisfeitos" ou "muito satisfeitos" em relação aos serviços da companhia
*Caracteristicamente, a pesquisa junto a essa categoria de clientes sempre apresenta índices inferiores aos demais, devido à inclusão de questões relativas a aspectos comerciais

No que diz respeito às multas aplicadas pelos órgãos reguladores, em função de algum tipo de descumprimento normativo ou de regulamentação, em 2011 ocorreram dois cenários distintos, como se pode verificar no quadro abaixo.

Comunicação e relacionamento com a sociedade

Identificada na Matriz de Materialidade como um tema "muito relevante", a comunicação com a sociedade da Ultragaz foi pouco explorada em 2011, não sendo realizado nenhum tipo de ação que destacasse os benefícios ambientais do Gás LP em relação a outras fontes de energia como, por exemplo, a lenha e o diesel.

Não obstante seja uma medida de conscientização que deve envolver o segmento como um todo, é importante que, a partir de 2012, a companhia, líder no setor, desenvolva ações concretas que, além de abordarem as vantagens do Gás LP, esclareçam a sociedade a respeito dos diferenciais e das vantagens em adquirir o botijão azul.

PR9 – VALOR MONETÁRIO DE MULTAS (SIGNIFICATIVAS) POR NÃO CONFORMIDADE COM LEIS E REGULAMENTOS RELATIVOS AO FORNECIMENTO E USO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

	2009	2010	2011	VAR.
ANP	R$ 1.768.721,47	R$ 1.333.385,60	R$ 1.256.422,20	– 5,77%
INMETRO	R$ 369.911,99	R$ 273.808,42	R$ 615.762,49	+ 224,88%

Enquanto nas autuações da Agência Nacional de Petróleo (ANP) houve uma redução de 5,77% do valor pago em 2011, que foi de R$ 1.256.422,20, contra os R$ 1.333.385,60 pagos em 2010, as multas aplicadas pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), em 2011, superaram as de 2010 em 224,88%: R$ 615.762,49, contra R$ 273.808,42.

Vale esclarecer que grande parte das multas da ANP está relacionada a questões de comercialização nas revendas — as quais embora tenham as melhores condições operacionais para desempenharem as suas atividades, eventualmente não atenderam a uma norma ou exigência do organismo regulador. Nota-se também que essas autuações são antigas e muitos dos problemas que as originaram já foram resolvidos com a implantação de novos sistemas de controle.

Já o aumento expressivo de multas pagas ao INMETRO justifica-se pela finalização e cobrança de processos de anos anteriores. Conforme tabela a seguir e a título de esclarecimento e transparência, as autuações da Ultragaz, em 2011, somaram apenas R$ 85.605,66.

DISTRIBUIÇÃO DE MULTAS PAGAS AO INMETRO EM 2011

AUTUAÇÕES – ANOS ANTERIORES	AUTUAÇÕES 2010	AUTUAÇÕES 2011	TOTAL DE AUTUAÇÕES PAGAS EM 2011
R$ 178.534,12	R$ 351.622,71	R$ 85.605,66	R$ 615.762.49

Compromisso com a redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

Num contexto internacional em que o mundo busca soluções para a minimização dos impactos do efeito estufa nas mudanças climáticas, a contribuição das empresas para o enfrentamento desse desafio é fundamental, visto que são grandes responsáveis pelas emissões advindas dos seus processos produtivos.

A Ultragaz tem trabalhado no sentido de identificar oportunidades de melhorias, estruturar processos de monitoramento e prestar contas de suas emissões de CO_2, grande parte oriunda da queima de Gás LP, derivado de petróleo, e também pelo seu sistema de distribuição, que utiliza frota de caminhões abastecidos a diesel.

Desde 2009, a companhia vem realizando o seu **Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa** (**GEE**). Com os resultados verificados nesse primeiro diagnóstico, em 2010, foi possível planejar estratégias para reduzir as suas emissões.

Algumas medidas já foram adotadas nesse sentido, como a realização de inovações no desenho da câmara e no êmbolo do bico de enchimento nas 15 unidades de envasamento. Essa inovação, que atende às determinações da CETESB, agência do governo do Estado de São Paulo, responsável pelo controle, fiscalização, monitoramento e licenciamento de atividades geradoras de poluição, também proporciona ganhos ambientais, menos desperdício e maior segurança no local de trabalho.

Na troca do gás refrigerante do arcondicionado da matriz e das filiais a Ultragaz leva em consideração e prioriza aqueles de menor potencial de aquecimento global.

Como resultado de todas as ações aplicadas, em 2011 o total de emissões de gases de efeito estufa na Ultragaz foi significativamente menor do que o registrado em 2010, conforme demonstrado na tabela a seguir.

DESAFIO 2012

"Os principais desafios da área de Segurança, Saúde e Meio Ambiente estão associados à busca de melhoria contínua para promover e gerenciar os aspectos e impactos, como os fatores de redução na geração de resíduos, do consumo de energia elétrica e da água nos processos produtivos, e promover constantemente condições seguras e saudáveis de ambiente do trabalho."

Judith Hidemi Yoshioka
Gerente de Saúde, Segurança e Meio Ambiente

Cerca de 47,5% das emissões da Ultragaz são originárias do transporte rodoviário para a entrega doméstica ou corporativa. Uma frota menos poluente de caminhões pode representar um importante impacto para reduzir as emissões de CO_2 da companhia. Por isso, dando continuidade à substituição da frota própria iniciada em 2010, com a aquisição de 291 novos veículos, outros 250 foram comprados, em 2011, concluindo 100% da troca.

Além disso, como ação preventiva para diminuir a poluição ambiental, todos os veículos do UltraSystem foram submetidos, no ano passado, ao teste de opacidade, que analisou o índice de enegrecimento da fumaça expelida pelo escapamento. De acordo com a Resolução do CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente), os limites máximos de opacidade são de **2,1 m^{-1}**. Todos os veículos dessa frota ficaram dentro dos padrões exigidos.

Também foram realizados testes de fuligem da fumaça emitida pelos veículos dos fornecedores ou de transportadores que adentram as bases de produção da Ultragaz. Utilizando a escala de Rilgelman, quando o veículo ultrapassa os limites estabelecidos, recomenda-se a regulagem do motor, a fim de diminuir a emissão das fuligens. Em 2011, o procedimento foi revisado e, em cada Base de Produção, pelo menos um veículo a diesel foi inspecionado.

A troca de automóveis também foi iniciada na frota própria e os carros começaram a ser substituídos por modelos *flex*, com a recomendação de que o abastecimento seja efetuado apenas com etanol, um combustível mais

EN16 – TOTAL DE EMISSÕES DIRETAS E INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA, POR PESO

2009	2010	2011
142.694 tCO_2	181.508 tCO_2	124.714 tCO_2

A base amostral de revendas em 2010 abrange dados do ano todo, enquanto 2009 foi limitado a apenas determinado período

limpo e, portanto, menos poluente. Até o final de 2011, com a aquisição de 50 veículos menos poluentes, foi estimada uma redução de 1,5% nas emissões. As substituições já atingem 60% dos automóveis.

Vale destacar, contudo, que o Gás LP é um dos combustíveis de menor impacto ambiental, já utilizado com êxito em alguns países da Europa. Mas no Brasil ainda falta regulamentação pública e, além disso, existe uma proibição para esse tipo de uso na legislação vigente. Por isso a Ultragaz ainda não definiu pela adaptação desse combustível para a sua frota de veículos.

No que diz respeito ao uso do transporte aéreo pelos profissionais da companhia, está prevista, para 2012, a implantação de um sistema de videoconferência, com o objetivo de reduzir a quantidade de viagens para as diversas cidades do Brasil e, com isso, também contribuir para mitigar as emissões geradas pela empresa nesses deslocamentos.

Outras duas iniciativas de melhoria da eficiência logística foram desenvolvidas pela Ultragaz com o objetivo de contribuírem para a diminuição de emissões de gases de efeito estufa. O **Projeto de Monitoramento Remoto** do estoque para o segmento empresarial (UltraSystem) indica o momento mais adequado para o reabastecimento, otimiza o uso do estoque, reduz a quantidade de viagens e os quilômetros rodados e, em função disso, diminui as emissões de CO_2. Já o **Roadnet** é um sistema de gestão de rotas de clientes corporativos. Assim que o pedido é recebido, essa solução sugere o caminho mais eficiente para o trajeto, gerando a diminuição no tempo da entrega, economia de combustível, maior eficiência do serviço e redução de emissões de gases de efeito estufa.

EN29 – IMPACTOS AMBIENTAIS SIGNIFICATIVOS DO TRANSPORTE DE PRODUTOS E OUTROS BENS E MATERIAIS UTILIZADOS NAS OPERAÇÕES DA ORGANIZAÇÃO, BEM COMO DO TRANSPORTE DE TRABALHADORES

	EMISSÃO tCO_2/ANO		
	2009	2010	2011
Frota de terceiros	39.592	39.277	44.418
Frota de veículos próprios	16.991	16.729	16.228

Fonte: Inventários de GEE 2009 e 2010

TOTAL DE QUILÔMETROS RODADOS PELA FROTA TERCEIRIZADA

2009	2010	2011
41.428.800,00 km	42.243.489,92 km	42.406.875 km

Sem contemplar os dados das revendas

Monitoramento eficiente na gestão de recursos hídricos e de energia

A eletricidade é a principal matriz de energia utilizada na linha de produção da Ultragaz: no bombeamento do gás, fornecido pela Petrobrás para as unidades, nos compressores de envasamento e motores dos carrosséis. Ao longo da cadeia produtiva, esse uso representa um custo expressivo.

Em aderência às ações aprovadas no plano estratégico de sustentabilidade, a Ultragaz vem desenvolvendo estudos de adaptação dessa matriz energética, buscando a adoção de práticas de ecoeficiência, a fim de evitar gastos desnecessários e minimizar impactos ao meio ambiente. Em 2011, por exemplo, foram substituídos motores antigos por similares ecologicamente amigáveis, os quais oferecem desempenhos semelhantes, com a redução de consumo de energia e a ocupação menor de espaço. Essas mudanças, apesar de não alterarem o consumo de energia, proporcionaram um acréscimo de produção.

DESAFIO 2012

"No ano de 2012, lançaremos a loja Ultragaz Sustentável, uma inovação no segmento de Gás LP! Essa loja está sendo construída dentro dos critérios USGBC (United States Green Building Council) e também está em processo de certificação do LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que atesta as construções sustentáveis em vários países. Ela terá a utilização de Gás LP, uma parede verde cujo objetivo é esfriar a temperatura ambiente, evitando o uso de ar-condicionado; a plataforma de acondicionamento dos botijões tem uma cobertura que evita altas temperaturas; e todo material utilizado na construção civil está de acordo com as diretrizes sustentáveis de uso de matéria-prima, além das janelas com brise e exaustor para permitir correntes de ar."

Regiane Soriano D. Gimenez
Coordenadora de Infraestrutura

No **Programa de Redução no Consumo de Energia**, orientado para a redução de custos e a melhoria do controle energético nas unidades produtivas da Ultragaz, a instalação de um *software* de gestão nas caixas primárias das bases de produção permitiu o acompanhamento do consumo via internet e em tempo real, o que garantiu a adoção de medidas corretivas imediatas, como a prevenção de desperdícios. Em 2011, com o fornecimento

online de dados, esse sistema contribuiu para resultados qualitativos de redução de consumo em determinados equipamentos.

Já o acionamento dos geradores nos horários de pico de consumo é um fator que também contribui para a redução do consumo de energia nas bases de produção da Ultragaz.

Outra importante iniciativa em linha com os compromissos da companhia na incorporação de práticas sustentáveis está na inauguração, inicialmente prevista para 2011, da primeira loja e revenda concebida para minimizar os seus impactos ambientais por meio de utilização de Gás LP no aquecedor de passagem, coleta seletiva de resíduos, mecanismos para captação de água de chuva para reúso local e outras medidas complementares. Em função de ajustes nos projetos e alterações nos cronogramas, a loja sustentável está programada para inauguração no segundo semestre de 2012. Estará localizada na cidade de São Paulo e segue os padrões e as orientações ambientais de edificações do **United States Green Building Council** para a certificação **LEED** (**Leadership in Energy and Environmental Design**).

Todas as ações de ecoeficiência energética colocadas em funcionamento pela Ultragaz em 2011 proporcionaram uma redução de consumo substancial de eletricidade de quase 18%, conforme demonstrado na tabela a seguir.

EN3 – CONSUMO DE ENERGIA DIRETA

2009	2010	2011
418.667 Gigajoule	409.103 Gigajoule	336.995 Gigajoule

Obs.: Por um problema de interpretação dos números de energia elétrica, os dados lançados no *Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2010* de consumo de energia, relativos aos anos de 2009 (88.054,81 Gigajoule) e 2010 (100.643,42 Gigajoule), foram corrigidos. Pedimos desculpas e solicitamos que sejam considerados os números da tabela acima

No que tange à gestão dos recursos hídricos, um procedimento usual que está em consonância com a legislação vigente e, como resultado, evita o desperdício, diz respeito ao teste hidrostático aplicado na manutenção dos tanques de armazenamento de Gás LP, bases de produção satélite e instalações do cliente empresarial. Nesse processo são utilizados em torno de 120 m³ de água por tanque, mas com o procedimento adotado o líquido pode ser reutilizado até 12 vezes nos demais tanques. Em 2011, apenas com essa operação, economizaram-se cerca de 100 mil m³ de água.

Em se tratando de descarte, a água reutilizada nos testes, seguindo o que determina a legislação atual, é analisada quimicamente antes de sua destinação para as Estações de Tratamento de Efluentes (ETEs) próprias ou de empresas selecionadas e qualificadas pela Ultragaz.

EN8 – TOTAL DE RETIRADA DE ÁGUA POR FONTE

2009	2010	2011
117.869 m³	143.645 m³	225.220 m³

Obs: O expressivo aumento no consumo de água, em 2011, explica-se pelo fato de que, a partir de 2011, iniciou-se a mensuração também do consumo de água subterrânea (poços)

Gestão eficiente dos resíduos sólidos

Após a identificação e qualificação de empresas transportadoras e de destinação final, efetuadas em 2010, o **Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos da Ultragaz** intensificou, em 2011, os processos de mapeamento de impactos dos resíduos gerados. Os de maior risco, identificados como de Classe 1, de acordo com as normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas), são os nocivos à saúde pública e ao meio ambiente, quando o descarte é realizado de maneira inadequada no solo, como a borra de tinta — resíduo do processo de envasamento — e o lodo proveniente das ETEs, que são enviados a empresas de coprocessamento ou de incineração.

A fim de evitar problemas nesses tipos de descarte, a Ultragaz exige das empresas contratadas para fazer a logística e a destinação dos resíduos que comprovem, com documentação, serem capazes de prestar o serviço com responsabilidade e, ao final do processo, forneçam um atestado de destinação adequada dos resíduos.

Além disso, a companhia dispõe, na Matriz, nas bases de produção e nas revendas, de estrutura completa para coleta seletiva. Dentre os materiais reciclados estão as etiquetas plásticas de segurança, que, quando retornam às bases de produção, são encaminhadas para reciclagem em locais credenciados. Já os botijões de aço vazios que retornam dos clientes, passam por processos de envase para serem novamente comercializados. Nessas condições, eles alcançam uma vida útil de 20 anos. Segundo o procedimento de requalificação dos recipientes, conforme determina a legislação em vigor, essa medida permite aumentar o período de utilização em mais 10 anos, o que totaliza 30 anos de uso.

EN22 – PESO TOTAL DE RESÍDUOS, POR TIPO E MÉTODO DE DISPOSIÇÃO, EM TONELADAS

TIPO DE RESÍDUO	2009	2010	2011
Perigosos	1.163	773	1.075
Não perigosos	16.404	19.004	16.560
Total	17.567	19.777	17.635

Gestão da biodiversidade

Embora tenha sido considerado um tema de "muita relevância" na Matriz de Materialidade, a Biodiversidade na Ultragaz é uma questão insipiente e está relacionada ao cumprimento das legislações em vigor para garantir a regularização das unidades de produção. Entretanto, já existe uma preocupação da companhia em cuidar e preservar a biodiversidade nas localidades de entorno a essas bases produtivas já existentes, bem como nos projetos futuros, com estudo de análise de risco no entorno da localização.

Em 2011, teve início a aplicação do **projeto-piloto LVA** (Lista de Verificação Ambiental), que pretende mapear a situação da biodiversidade em cada base de produção. Por meio de um *check list* com seis temas estratégicos: Gerenciamento de Resíduos Sólidos, Gerenciamento de Efluentes, Gestão Ambiental, Requisitos Legais, Emissões de Gases de Efeito Estufa e Gestão de Resíduos Químicos, foi possível acompanhar os diferentes impactos e definir eventuais ações de mitigação e de compensação em cada uma das áreas afetadas.

DESAFIO 2012

"A Ultragaz vem avançando a cada ano na substituição de fontes de energia mais poluentes pelo Gás LP, uma energia eficiente e menos poluente. Para 2012, nosso maior desafio é ampliarmos o número de projetos e de produtos com foco na sustentabilidade do negócio da Ultragaz e dos nossos clientes."

Tabajara Bertelli Costa
Diretor de Mercado

Princípios universais para a transformação da vida na sociedade

A Ultragaz é signatária do Pacto Global desde 2009. Trata-se de um compromisso da companhia em apoiar e difundir os 10 Princípios Globais estabelecidos pela Organização das Nações Unidas, oriundos da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção.

Dos 10 princípios, dois dizem respeito aos **Direitos Humanos**, quatro referem-se aos **Direitos do Trabalho**, três estão relacionados com o **Meio Ambiente** e o último se aplica à **Corrupção**.

Ações efetivas para a erradicação do trabalho infantil e escravo

Duas iniciativas desenvolvidas pela Ultragaz junto à sua cadeia de valor contribuem para a erradicação do trabalho escravo e infantil — respectivamente Princípios 4 e 5 do Pacto Global — e fazem parte dos compromissos

da companhia, como signatária desse instrumento criado pela Organização das Nações Unidas (ONU), num esforço de mobilizar seus fornecedores para a adoção de práticas sustentáveis nos negócios.

A primeira consiste na realização de auditoria de fornecedores, com a análise e a verificação de quesitos de direitos humanos e de relação de trabalho, como critério de avaliação dessas empresas, além dos itens tradicionais de preço, qualidade e capacidade de entrega. Para os fornecedores críticos da companhia, que representam 3% do total e 11% do volume de compras, além dos quesitos mencionados, exige-se a comprovação de práticas de combate à discriminação e a prevenção de assédio moral, a realização de investimentos em projetos sociais direcionados aos funcionários e à sociedade e a implementação de iniciativas de valorização da diversidade, bem como as análises relacionadas aos riscos do negócio.

HR2 – PERCENTUAL DE FORNECEDORES CRÍTICOS QUE FORAM SUBMETIDOS A AVALIAÇÕES REFERENTES A DIREITOS HUMANOS E AS MEDIDAS TOMADAS

2009	2010	2011
31%	45%	92%

Em 2011, 92% desses fornecedores, 104% a mais do que em 2010, foram submetidos ao processo de auditoria.

Como referência, na auditagem as questões relacionadas aos direitos humanos e de relações de trabalho têm peso 0,5 no cômputo geral de avaliação. Nos demais itens as notas são: gestão da qualidade, ambiental e processo/produto, cada uma com peso 2,0; e saúde e segurança, com peso 1,5 cada uma.

Já para a disseminação de práticas sustentáveis junto aos revendedores, a Ultragaz criou o **Programa de Qualificação das Revendas**, no qual a não utilização de mão de obra escrava e de trabalho infantil são exigidos dos parceiros de negócios.

Colhendo louros em 2011

Os compromissos com a excelência em gestão da Ultragaz são reconhecidos pelo mercado e por distintas organizações empresariais. São reconhecimentos que valorizam o trabalho da companhia e estimulam a perseguir o aprimoramento constante. A seguir, os principais destaques de 2011.

- **Prêmio de Gestão da Qualidade Bahia (PGQB)** – categoria Prata (Mercado Bahia)
- **Prêmio Gaúcho de Qualidade e Produtividade (PGQP)** – categoria Prata (Mercado Canoas)
- **Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG)** – categoria Prata (Mercado Domiciliar Interior SP)
- **Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG)** – categoria Prata (Mercado Domiciliar GSP)
- **Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG)** – categoria Prata (Mercado Empresarial GSP)
- **Prêmio Mineiro da Qualidade (PMQ)** – categoria Ouro (Mercado Minas, segmentos Domiciliar e Empresarial)
- **Prêmio Paranaense da Qualidade em Gestão (PPrQG)** – categoria Ouro (Mercado Araucária)
- **Prêmio Qualidade e Gestão Pernambuco (PQGP)** – categoria Prata (Mercado Pernambuco)
- **Prêmio Ceará de Excelência em Gestão (PCEG)** – categoria Prata (Mercado Ceará)
- **Prêmio Qualidade Rio (PQRio)** – categoria Ouro (Mercado Duque de Caxias)
- **Prêmio Empresas que mais respeitam o consumidor 2011** – revista *Consumidor Moderno*
- **Prêmio DCI** – Empresas que mais se destacaram em 2011
- **Marketing Best 2011** – Case: revista *Ultrafeminina*
- **Prêmio Cozinha Profissional** – Marcas de Destaque
- **Troféu Destaque Hotelaria**
- **Prêmio Maiores & Melhores da Panificação Brasileira**
- **Prêmio Bakertop** – revista *Padaria 2000*

Sumário GRI

O Relatório de Sustentabilidade da Ultragaz atende aos requisitos para o **nível B** de aplicação da Global Report Initiative (GRI), conforme os seguintes parâmetros apresentados na tabela:

	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclarado			GRI REPORT SELF-DECLARED			
Examinado por terceiros						
Examinado pela GRI						

PERFIL		PÁGINA
ESTRATÉGIA E ANÁLISE		
1.1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização sobre a sustentabilidade	03
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	03
PERFIL ORGANIZACIONAL		
2.1	Nome da organização	08
2.2	Principais serviços	08
2.3	Estrutura operacional	08
2.4	Localização e sede da organização	09 e 52
2.5	Países em operação	08
2.6	Tipo e natureza jurídica	08
2.7	Mercados atendidos	08
2.8	Porte da organização	08
2.9	Principais mudanças no período	06, 07 e 08
2.10	Prêmios e reconhecimentos	48
PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO		
Perfil do relatório		
3.1	Período coberto pelo relatório	04 e 05
3.2	Data do relatório anterior	04 e 05
3.3	Ciclo de emissão de relatórios	04 e 05
3.4	Dados para contato	52
Escopo e Limite do Relatório		
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório	04 e 05
3.6	Limite do relatório	04 e 05
3.7	Limitações de escopo e limite do relatório	04 e 05
3.8	Base para a elaboração do relatório	04 e 05
3.9	Técnicas de medição de dados e base de cálculos	04 e 05
3.10	Consequências de reformulações de informações	04 e 05
3.11	Mudanças significativas	04 e 05
Sumário de Conteúdo da GRI		
3.12	Tabela que identifica a localização das informações	50 e 51
GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO		
4.1	Estrutura de governança da organização	10 e 11
4.2	Principais executivos	10
4.3	Conselheiros independentes	10
4.4	Canais de comunicação com o Conselho	10
4.8	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	02, 12 a 17, 46 e 47
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas que a organização subscreve	12 a 17
4.13	Participação em associações e/ou organismos	08, 09, 20 e 22
4.14	Engajamento de *stakeholders**	04 e 05
4.15	Base para identificação de *stakeholders*	04 e 05
4.16	Abordagens para engajamento de *stakeholders*	04 e 05
4.17	Principais temas e preocupações levantados por *stakeholders*	04 e 05
INDICADORES DE DESEMPENHO		
Desempenho Econômico		
EC2	Implicações financeiras, riscos e oportunidades advindos das mudanças climáticas	18
Desempenho Ambiental		
EN3	Consumo de energia direta	43
EN8	Total de retirada de água	43

*Partes interessadas ou públicos de interesse da empresa

EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	40
EN22	Peso total de resíduos	44
EN29	Impactos ambientais no transporte de produtos	41

Desempenho Social – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

LA1	Total de trabalhadores por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	24
LA2	Número total e taxa de rotatividade – *turn over*	25
LA4	Total de trabalhadores abrangidos por acordos de negociação coletiva	25
LA6	Empregados representados em comitês de saúde e segurança	25
LA8	Programas de treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco para empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves	30 e 31
LA10	Média de horas de treinamento	27
LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	28 e 29
LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres	29

Desempenho Social – Direitos Humanos

HR2	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e às medidas tomadas	47
HR6	Operações de risco de ocorrência de trabalho infantil	46 e 47
HR7	Operações de risco de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo	46 e 47

Desempenho Social – Sociedade

SO1	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	32 a 37
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	12 e 13
SO4	Medidas tomadas em caso de corrupção	13

Desempenho Social – Responsabilidade pelo Produto

PR2	Práticas relacionadas à satisfação do cliente,incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação	38
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente,incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação	38
PR9	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços	39

O **Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2011** foi produzido sob a coordenação da Diretoria de Operações e Gerência de Sustentabilidade, com a participação das seguintes áreas da empresa: Comercial (Domiciliar e Empresarial), Desenvolvimento (Infraestrutura e Qualificação de Revendas), Engenharia, Logística, Planejamento Financeiro, Qualidade, Produção, Recursos Humanos, Relações Institucionais e Ouvidoria, Saúde, Segurança e Meio Ambiente, Suprimentos e Relações com Investidores do Grupo Ultra. **Concepção, consultoria e texto**: Ideia Sustentável. **Projeto gráfico**: Cesar Mangiacavalli. **Fotos**: Pisco Del Gaiso, Érico Hiller, Mari Vaccaro, Silvia Zamboni, Marco Antonio Sá e Banco de Imagens Ultragaz. Solicitações de informações adicionais, sugestões ou comentários podem ser solicitados para **sustentabilidade@ultragaz.com.br**.

FSC www.fsc.org MISTO Papel produzido a partir de fontes responsáveis FSC® C044008

ULTRAGAZ FAZ sustentável

E quer fazer sempre mais

ULTRAGAZ

especialista no que faz

GRI (3.4)

Cia Ultragaz S/A.
Av. Brigadeiros Luis Antônio, 1.343, Bela Vista
01317-910, São Paulo, SP
Telefones: (11) 3177.6481 (Ouvidoria) – (11) 3177.6433 (Sustentabilidade)
www.ultragaz.com.br